

The Effect of Promotion Through Utilization of Social Media Instagram Account @Bengkulu_Guitar on Guitar Purchase Decisions (At Bengkulu Guitar on Jalan Kalimantan, Kota Bengkulu)

Pengaruh Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Bengkulu_Guitar terhadap Keputusan Pembelian Gitar (Pada Bengkulu Guitar di Jalan Kalimantan Kota Bengkulu)

Al Iqsan Dwi Prajaya ¹⁾; Eti Arini ²⁾

¹⁾ Study Program of Managemen Faculty of Econimic and Bussnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

²⁾ Department of managemen, Faculty of Economic, University Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ eti.arini@umb.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [08 November 2021]

Revised [15 November 2021]

Accepted [01 Desember 2021]

KEYWORDS

Promotion through the Use of Instagram Social Media, Purchase Decisions

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui pemanfaatan media Instagram akun @bengkulu_gitar terhadap keputusan pembelian gitar pada Bengkulu Guitar di Jalan Kalimantan Kota Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang konsumen yang melakukan pembelian gitar pada Bengkulu Guitar. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan hasil regresi linier sederhana dengan persamaan $Y = 25,939 + 0,482X$. Artinya apabila X (Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (aktivitas perekonomian) akan mengalami peningkatan sebesar 0,482 kali. Nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,254. Hal ini berarti bahwa Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 25,4 % sedangkan sisanya ($100-25,4\% = 74,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Bengkulu Guitar, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis menunjukkan nilai signifikan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,05$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima..

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion through the use of the Instagram account @bengkulu_gitar on the purchase decision of a guitar at Bengkulu Guitar on Jalan Kalimantan, Bengkulu City. The sample in this study were 99 consumers who made purchases of guitars at Bengkulu Guitar. The data collection technique used a questionnaire. The analysis technique used is simple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed the results of linear regression with the equation $Y = 25.939 + 0.482X$. This means that if X (promotion through the use of social media Instagram) has increased by one unit, then Y (economic activity) will increase by 0.482 times. The coefficient of determination of the R square is 0.254. This means that promotion through the use of Instagram social media has an influence on purchasing decisions by 25.4% while the rest ($100-25.4\% = 74.6\%$) is influenced by other causal factors which were not examined in this study. Promotion through the use of social media Instagram has a significant effect on purchasing decisions (Y) at Bengkulu Guitar, this is evidenced by hypothesis testing which shows a significant value ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$). This means that H_0 is rejected and H_a is accepted

PENDAHULUAN

Pada bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan adanya berbagai media sosial yang telah membuat teknologi internet banyak dimanfaatkan para pengusaha kecil, salah satunya pada usaha Bengkulu Guitar. Berdasarkan hal tersebut Bengkulu Guitar memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk menarik perhatian dan memperkenalkan produk kepada konsumennya. Selain untuk media promosi, internet kini juga telah berkembang menjadi media untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan internet, media produk atau jasa ini disebut juga sebagai *E-marketing*

E-marketing adalah sisi pemasaran dari *E-commerce*, yang terdiri dari kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. *E-commerce* adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukan Internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya (Latief Nurahmah 2019).

Kemajuan teknologi seperti penggunaan media sosial telah banyak digunakan oleh pengusaha, mereka melakukan pemasaran melalui media promosi online. Bengkulu Guitar memanfaatkan trend tersebut untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu media pemasaran mereka.

Berawal dari kesukaan, owner Bengkulu Guitar membuka usaha dengan melakukan jasa servis gitar dan menjual gitar beserta alat-alatnya. Dalam melakukan usahanya owner Bengkulu Guitar melakukan promosi melalui iklan dan situs web terutama situs media sosial online. Pada saat melakukan promosi owner memperkenalkan produk yang dijual kepada konsumennya agar menambah keuntungan yang lebih, serta mulai menjual gitar-gitarinya secara grosir ke toko-toko. Owner mulai melakukan promosi produk melalui media sosial Instagram, sehingga dapat meningkatkan permintaan dari para *followers* yang melihat postingan promosi dan agar dapat menjangkau target konsumen yang jauh tanpa harus membuka cabang di daerah tersebut. Awalnya owner membuka tokonya dari rumah sendiri, setelah mereka berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas owner akhirnya membuka toko di jalan Kalimantan yang diresmikan pada bulan 2 tahun 2020 dengan semboyan “bergaransi dan termurah” untuk menarik para konsumen.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto, maupun video. Penggunaanya yang mudah membuat aplikasi ini banyak diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari, ataupun untuk berbisnis. Instagram dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui produk yang dijual dan dapat langsung memberikan komentar di bawah foto produk yang diminati. Instagram juga mempunyai berbagai fungsi sebagai tempat berbagi informasi dan bagi para pembisnis berguna untuk memasarkan barang dagangannya.

Kotler (2004) dalam Pamungkas Aji (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari meng- analisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penelitian sumber-sumber informasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa pencarian informasi dan evaluasi merupakan hal yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

Philip Kotler (1998) mengemukakan, “konsumen mempelajari merek-merek yang tersedia dari ciri-cirinya. Informasi ini digunakan untuk mengevaluasi semua alternatif yang ada dalam menentukan keputusan pembeliannya. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen akan melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif pilihan yang ada dan memilih produk mana yang dapat memberikan manfaat serta kepuasan. Konsumen juga akan mempelajari dan mengumpulkan informasi tentang produk yang akan dibeli.

Bengkulu Guitar merupakan sebuah toko gitar berbasis *offline* dan *online* yang menjual berbagai jenis gitar. Toko tersebut menjual gitar *original* yang diambil dari pabriknya langsung. Bengkulu Guitar menggunakan media sosial Instagram untuk memasarkan produk jualannya agar dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat menjangkau konsumen yang luas. Berikut merupakan data penjualan Bengkulu Guitar selama beberapa bulan terakhir.

Tabel 1. Data Penjualan gitar pada Bengkulu Guitar sebelum menggunakan Instagram September-Desember 2019

No	Bulan	Unit	Penjualan
1	September	26	28.880.000
2	Oktober	31	30.450.000
3	November	20	24.700.000
4	Desember	34	32.980.000

Sumber : Toko Bengkulu Guitar, 2021

Berdasarkan table diatas dapat dilihat hasil penjualan yang terjadi pada saat Bengkulu Guitar melakukan penjualan tanpa memanfaatkan media sosial Instagram. Dari data yang sudah ada, Bengkulu Guitar mulai memperluas pemasarannya melalui penggunaan media sosial Instagram dengan tujuan agar dapat menjangkau konsumen diberbagai daerah.

Kendala yang dihadapi Toko Bengkulu Guitar adalah kurangnya informasi yang didapatkan konsumen tentang Bengkulu Guitar. Informasi tentang produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Informasi yang didapat oleh konsumen baik positif maupun negatif akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk.

Berdasarkan hasil pra penelitian dengan cara melakukan wawancara dengan salah seorang konsumen dari Bengkulu Guitar yaitu Saudara Eko mengatakan promosi yang dilakukan oleh Bengkulu Guitar di Instagram sudah efektif karena konsumen bisa langsung melihat produk yang dijual oleh Bengkulu Guitar. Namun terdapat beberapa permasalahan seperti tidak semua jenis gitar yang dijual dipromosikan di Instagram, spesifikasi gitar kurang terperinci, pada saat ada produk baru tidak semua jenis produk diupload ke Instagram, di Instagram tidak mencantumkan harga produk sehingga konsumen tidak mengetahui harga gitar yang dijual dan juga lambatnya respon dari admin pada saat ada komentar dari konsumen. Hasil wawancara dengan saudara Erik juga mengatakan bahwa tidak semua jenis gitar yang dijual dimasukan dalam akun instagram sehingga konsumen tidak bisa mengetahui apa saja jenis gitar yang dijual dan mengharuskan konsumen datang langsung ke toko.

LANDASAN TEORI

Konsep Konseptual

Deskripsi konseptual adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

Manajemen Pemasaran

Kegiatan pemasaran telah berkembang pesat dari kegiatan distribusi penjualan menjadi suatu falsafah untuk menghubungkan perusahaan-perusahaan dengan pemasaran. Keberhasilan ataupun kegagalan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan akhir perusahaan, akan mencerminkan berhasil tidaknya perusahaan tersebut mengaplikasikan fungsi pemasaran terhadap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan itu. Berbicara tentang pengertian pemasaran berarti kita harus melihat beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran, karena dalam memberikan definisi sering kita jumpai beberapa penafsiran sesuai dengan cara pandangnya masing-masing, namun pada prinsipnya secara umum definisi-definisi tersebut mempunyai maksud yang sama, yaitu bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan manusia.

Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak terlepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian, Menurut Amirullah (2012) keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pengertian Promosi

Menurut Sutisna (2015:267), menyatakan bahwa promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar. Menurut Alma (2017:135), mengemukakan bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

Sedangkan menurut Saladin (2015:171) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang di dayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Media Sosial

Dari sudut pandang bisnis, Media Sosial adalah tentang Memungkinkan pembicaraan. Media sosial juga tentang cara pembicaraan ini bisa dihasilkan, dipromosikan, dan dijadikan pendapatan (Safko, 2009) dalam Latief Nurahmah (2019). Media sosial adalah tempat, alat bantu, layanan yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka untuk bertemu dan berbagi dengan rekan lainnya melalui teknologi internet. Media Sosial adalah fase perubahan bagaimana orang menemukan, membaca, berbicara, dan membagi-bagikan informasi, berita, data kepada orang lain. Media Sosial menjadi sangat populer karena kemudahan dan memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk dapat terhubung secara online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis. Media Sosial menyediakan layanan komunikasi sosial. (Kartika, 2013).

Instagram

Instagram adalah tampilan antar mukanya yang sangat sederhana dan mudah dimengerti sehingga orang pun akan mudah menelusuri tiap menuanya. Aplikasi hanya mempunyai lima menu utama yaitu Home page, popular, Take photo, New feed dan profil. Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarluaskan jejaring sosial termasuk milik instagram sendiri. Satu filter yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan palaroid. Instagram terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategi para pebisnis untuk memasarkan barang dagangan produk jualan online. Tingginya minat para pengguna instagram tersebut cukup mengejutkan, karena fitur yang dimiliki oleh Instagram tidak selengkap media sosial lain. Aplikasi sosial Instagram tidak dilengkapi dengan halaman admin, tidak ada profil brand atau verifikasi akun, namun terdapat kemudahan utama yang mampu menarik para pengguna Instagram. Kemudahan itu adalah cara sharing secara langsung ke Twitter ataupun Facebook.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bengkulu Guitar yang beralamat di Jalan Kalimantan Kampung Bali kota Bengkulu dan akan dilaksanakan pada bulan Maret 2021.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai sifat atau kepentingan yang sama (Sugiyono, 2013:63). Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Sugiyono, 2013:64). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh follower akun instagram @bengkulu_guitar sebanyak 6.668 follower.

Sampel

Menurut Sugiyono (2013:99), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya. Dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu perlu dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel digunakan statistik deskriptif dengan menggunakan rumus Slovin menurut Umar (2016:72) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat Kesalahan 10%

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{6.668}{1 + 6.668 (0.1)^2} \\ n &= \frac{6.668}{1 + 6.668 (0.01)} \\ n &= \frac{6.668}{1 + 66.68} \\ n &= 98.52 \end{aligned}$$

Pembulatan = 99 orang

Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang konsumen dari Bengkulu Guitar. Adapun teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Sehingga semua populasi yang memenuhi karakteristik yang telah ditentukan akan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Indrianto dan Suparmi, 2009:98). Adapun kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan pengikut dari akun instagram @bengkulu_guitar

2. Responden telah melakukan pembelian gitar di Bengkulu Guitar

Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2013:76). Dalam uji validitas digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis digunakan uji t yang bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram (X) dan keputusan pembelian (Y) gitar pada Bengkulu Gitar. dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{b - \beta}{S_b} b - \beta / S_b$$

Sumber : Sugiyono (2013:270)

Keterangan :

b = koefesien regresi

β = hipotesis nol

S_b = kesalahan standard koefesien regresi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka menerima H_0 dan menolak H_a artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier sederhana

Metode analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian jika variabel Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram mengalami peningkatan atau penurunan. Hasil perhitungan regresi berganda dengan bantuan program SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut :

Tabel 2. Model Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.939	2.636		9.842	.000
Promosi melalui instagram	.482	.084	.504	5.741	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 25,939 + 0,482X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 25,939 mempunyai arti bahwa apabila variabel Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram (X) dianggap sama dengan nol maka variabel Keputusan pembelian(Y) akan tetap sebesar 25,939
2. Pengaruh Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram (X) terhadap Keputusan pembelian(Y)
Nilai koefesien regresi variabel X (Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram) adalah

sebesar 0,482 dengan asumsi apabila X (Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (aktivitas perekonomian) akan mengalami peningkatan sebesar 0,482 kali.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sarwono (2013:99) koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinansi yang berfungsi untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel terganggu tingkat variabel (Y) yang diterangkan oleh variabel-variabel X. Koefisien Determinasi ini digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* Adapun hasil output SPSS untuk koefisien determinasi seperti pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 ^a	.254	.246	2.691

a. Predictors: (Constant), Promosi melalui instagram

Sumber : Hasil Penelitian dan (Data Diolah), 2021

Berdasarkan pendapat Sarwono (2013:99), untuk pengukuran koefisien determinasi digunakan nilai *R square*. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R square* yaitu sebesar 0,254. Hal ini berarti bahwa Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 25,4 % sedangkan sisanya ($100-25,4\% = 74,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variable X terhadap variable Y. Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9. Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.939	2.636		9.842	.000
Promosi melalui instagram	.482	.084	.504	5.741	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai t_{hitung} sebesar 5,741 kemudian dibandingkan dengan dengan nilai t_{tabel} dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n-1 = 99-1 = 98$, diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,741 > 1,660$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bengkulu Gitar dengan demikian hipotesis awal yang diajukan dapat terbukti (H_a diterima). Dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat Promosi melalui pemanfaatan

media sosial instagram maka pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Bengkulu Guitar akan meningkat juga.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Bengkulu Guitar karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan semakin meningkat Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan oleh Bengkulu Guitar maka keputusan pembelian gitar dari konsumen juga akan meningkat. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti.

Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan oleh Bengkulu Guitar dapat menarik perhatian konsumen karena pada saat ini konsumen lebih suka berbelanja dengan terlebih dahulu melihat promosi pada media social. Adanya keinginan untuk membeli dari konsumen akan timbul setelah mengakses media promosi seperti Instagram, karena konsumen merasa penasaran dengan barang yang dijual dan berkeinginan untuk membelinya.

Selain itu keuntungan yang diperoleh oleh penjual menggunakan promosi melalui media Instagram adalah konsumen tidak perlu mengeluarkan dana untuk melakukan promosi, karena promosi di media Instagram gratis. Dengan adanya media Instagram maka penjual dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk yang mereka jual berupa gambar-gambar dan juga spesifikasi yang jelas serta harga dari produk yang dijual. Dengan adanya promosi tersebut maka konsumen dapat melihat dan memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Thoyibie (2010) *Social media marketing* memungkinkan membangun hubungan sosial yang lebih personal dan dinamis dibandingkan dengan strategi marketing tradisional. Kegiatan social media marketing berpusat pada usaha membuat konten-konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berinteraksi serta membagikannya dalam lingkungan jejaring sosial pertemanan mereka. Penggunaan strategi promosi melalui social media yang aktif dan up to date akan menjadikan word of mouth marketing yang efektif.

Hasil ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Gunelius (2011) bahwa Social Media Marketing adalah sebuah wadah promosi dan komunikasi melalui media sosial dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional. Karena dengan penyampaian melalui social media, pesan yang disampaikan akan tersebar luas dalam waktu yang sangat singkat, yang secara tidak langsung mempengaruhi pikiran konsumen untuk melihat iklan atau produk yang kita sampaikan. Penggunaan strategi promosi melalui social media yang baik dan tepat merupakan inti dari terbentuknya suatu word of mouth marketing sebuah perusahaan, sebab dengan hal ini perusahaan dapat menangkap perhatian dari konsumen dan membuat produk perusahaan lebih diingat dan tersebar meluas dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

Hasil penelitian diatas juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Lubiana Mileva dan Achmad Fauzi (2018) yang mengatakan bahwa Social Media Marketing memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan hasil yang memuaskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pemanfaatan media sosial instagram Terhadap Keputusan pembelian pada Bengkulu Guitar, dapat disimpulkan sebagai berikut promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Bengkulu Guitar, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis menunjukkan nilai signifikan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,05$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Saran

1. Disarankan kepada admin Bengkulu Guitar untuk lebih meningkatkan Promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dengan cara langsung menjawab setiap komentar atau pertanyaan dari konsumen
2. Diharapkan kepada Bengkulu Guitar untuk menyediakan pembayaran secara COD atau bayar ditempat, karena hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen yang suka berbelanja online.

.DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2017. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta
- Amirullah, 2012, Prilaku Konsumen, Cetakan Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. 2016. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Engel, James F, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. 2013. Perilaku Konsumen. Dialih Bahasakan Oleh Farli Liwe, Edisi Enam. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2011 Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Spss Semarang : Badan Penerbit Universitas Ponorogo.
- Hair, J.F. 2009. Multivariate Data Analysis. Edisi 5. Jakarta: Gramedia
- Indriyo. Gitosudarmo. 2015. Manajemen Pemasaran. edisi pertama. cetakan keempat. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management, 15th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gerry. 2014. Manajemen Pemasaran. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip, 2015, Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi 12, PT. Indeks, New Jersey.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 2015, Prinsip- Prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb. C. William.. Joseph. F. Hair. dan Carl McDaniel. 2011. Pemasaran. edisi pertama. Penerbit : Salemba Empat. Jakarta.
- Latief, Nurahmah, 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makassar. Skripsi. Tidak Dipublikasikan., Universitas Negeri Makassar
- Mutoharoh. 2015. Faktor-Faktor yang berhubungan dengan Mekanisme Koping Klien Gagal Ginjal Kronik yang Menjalani Terapi Hemodialisis di RSUP Fatmawati. Skripsi
- Palgunadi, Bram. 2014. Disain Produk 3: Aspek-Aspek Disain. Bandung: Penerbit ITB
- Rangkuti. Freddy. 2014. Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. PT. Gramedia Pustaka Utama.Jakarta
- Rusmiati Catur. dan Suratno Bondan. 2017. Pemasaran Barang dan Jasa. cetakan pertama. Kanisius. Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 2015, Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur5-unsur Pemasaran, CV. Linda Karya, Bandung.
- Schifman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk, 2013 Prilaku Konsumen. Jakarta : PT. Indeks.
- Sodik, Nur, 2014, Analisis Keberhasilan Persepsi Konsumen Pada Negara Asal (Country of Origin) Terhadap Kualitas dan Harga Produk Otomotif (Survey Terhadap Konsumen di kota Surakarta Tahun 2013)", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4, No. 1, Mei 2004 Surakarta
- Sugiyono 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Sunarto, 2017, Prilaku Organisasi, Jakarta: Amus
- Supranto. Limakrisna, dan Nandan, 2011, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Sutisna. 2015. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung : Rosdakarya. Bandung

The Effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Loyalty (Case Study on Robusta Coffee Customers Kec. Kepahiang Kab. Kepahiang)

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang)

Ayu Puspita Sari ¹⁾; Eti Arini²⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ ayupuspitasari@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [08 November 2021]

Revised [15 November 2021]

Accepted [01 Desember 2021]

KEYWORDS

Service Quality, Product Quality and Price

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan menggunakan sampel Purposive Sampling, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data secara kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 95 orang pelanggan di toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya dengan menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis tanggapan responden, analisis regresi linier berganda, koefisien determinan, dan juga uji hipotesis. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 1.824 + 0.452 (X_1) + 0.259 (X_2) + 0.234 (X_3)$.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect simultaneously between Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Loyalty in Robusta Coffee Shop, Kepahiang District, Kepahiang District. This study uses a research method using purposive sampling sample, data collection using research instruments, data analysis quantitatively. The population in this study were 95 customers at the Coffe Robusta shop, Kepahiang District, Kepahiang Regency. There are several data analysis techniques used in this research, including using instrument test, classical assumption test, respondent response analysis, multiple linear regression analysis, determinant coefficient, and hypothesis testing. From the results of the tests that have been done, it can be concluded that the variables of Service Quality (X1), Product Quality (X2) and Price (X3) have a partial or simultaneous effect on Customer Loyalty in the Robusta Coffee shop, Kepahiang District, Kepahiang District. From the results of multiple linear regression tests, the regression equation is obtained as follows: $Y = 1.824 + 0.452 (X_1) + 0.259 (X_2) + 0.234 (X_3)$.

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara agraria yang subur dan sudah terkenal dengan produksi hasil pertaniannya. Dibuktikan dengan sejarah kedatangan bangsa-bangsa lain ke Indonesia yang ingin menjajah dan menguasai sumberdaya alam indonesia berupa hasil pertanian yang melimpah. Letak geografis negara Indonesia juga menjadi salah satu faktor yang menjadikan negara ini memiliki potensi tersebut. Indonesia terletak di daerah katulistiwa yaitu dengan koordinat 6 0 LU - 110 LS dan 950 BT – 1410 BT, sehingga Indonesia memiliki iklim tropis yang mendapatkan sinar matahari yang cukup sepanjang tahun dan curah hujan yang cukup tinggi dibeberapa daerah. Bahkan negara Indonesia disebut sebagai “Zambrud Katulistiwa”, sehingga tanah di Indonesia menjadi subur untuk ditanami berbagai macam tanaman pertanian, termasuk kopi.

Kopi di Indonesia menjadi salah satu komoditas pertanian unggulan yang diekspor ke luar negeri, karena kualitas dan citarasa kopi dari Indonesia yang sudah diakui oleh dunia, seperti kopi luwak, kopi toraja, kopi gayo dan lain sebagainya. Bahkan menurut hasil survey terbaru yang dikutip dari laman internet <http://alamtani.com>, tentang peringkat negara penghasil kopi terbesar di dunia, Indonesia menempati posisi keempat, turun satu peringkat dari tahun 2015 setelah Brazil, Vietnam, dan 2 Kolombia. Jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia umumnya ada dua jenis yaitu kopi arabika dan robusta. Namun perbandingan hasil produksi lebih banyak jenis kopi robusta dari pada kopi jenis arabika.

Proses penjualan yang dilakukan oleh petani kopi atau kelompok tani kopi yaitu menjual secara langsung ke tengkulak dalam bentuk basah maupun kering, menjual secara langsung ke pedagang kecil atau pedagang besar, pengusaha umkm maupun menjual langsung kepada eksportir, dan terdapat

beberapa kelompok tani yang menjual produk bubuk kopi secara langsung atau tanpa melalui perantara. Namun, kelompok tani yang menjual produk bubuk kopi secara langsung (tanpa perantara) memiliki kelemahan dalam hal pengemasan dan jaringan pemasaran.

Produk kopi bubuk robusta dalam kemasan memiliki nilai tambah dari segi umur simpan dan nilai tambah pengemasan produk. Umur simpan dapat juga diartikan sebagai tanggal atau waktu kadaluarsa produk pangan. Penentuan umur simpan dapat dilakukan dengan menggunakan metode tertentu berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh. Salah satunya adalah faktor kemasan yaitu ukuran kemasan, kondisi atmosfer (suhu dan kelembaban), serta daya tahan kemasan terhadap keluar masuknya air, gas, dan bau. Nilai tambah pengemasan produk merupakan nilai tambah yang terjadi karena pengaruh proses pengemasan yang dilakukan. Produk yang dikemas dengan baik tentunya akan memiliki nilai tambah secara finansial (ekonomis). Dengan mengetahui nilai tambah pengemasan produk, kita dapat mengetahui keuntungan finansial yang diperoleh dengan melakukan pengemasan produk tersebut.

Kompleksitas persaingan menyebabkan setiap perusahaan ataupun pengusaha umkm selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya agar menarik minat pelanggan. Kualitas produk yang ditingkatkan harus memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Tjiptono, (2005:115) menyatakan bahwa kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Harga yang sesuai dengan kualitas produk akan menciptakan daya tarik tersendiri terhadap konsumen dalam hal ini pemilihan produk kopi karena setiap pelanggan memiliki sikap yang berbeda terhadap penilaiannya kepada harga, sehingga penetapan harga sangat penting bagi perusahaan. Bei dan Chiao (2007:14), juga menemukan hubungan kewajaran harga yang dirasakan signifikan berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan adalah suatu proses yang dinamis dan harus selalu dipantau secara berkala oleh suatu pengusaha umkm kopi sebagai produsen, karena pada dasarnya kepuasanlah yang menghasilkan keuntungan bagi pengusaha. Kepuasan dapat berubah, karena ekspektasi atau harapan yang semakin tinggi, sehingga pelanggan menuntut adanya kualitas lebih. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan (Mowen dalam Sururi dan Astuti (2003:251)). Penilaian tersebut dilakukan melalui pengalaman selama menggunakan produk, sehingga dapat diketahui apakah kegunaan produk sesuai dengan yang dijanjikan. Sejalan dengan Mowen, Bei dan Chiao (2007:12) menemukan bahwa kualitas produk sebagai factor independent dalam menyelidiki pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk secara positif berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

Faktor penentu bagi pengusaha umkm yang menentukan kesuksesan dalam menciptakan kesetiaan pada pelanggan adalah kepuasan terhadap kualitas yang diberikan, sehingga akan menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, serta menjadikan konsumen loyal, dengan ciri-ciri selalu melakukan pembelian ulang secara terus menerus (Widyasari, 2014). Masyarakat Kec.Kepahiang masih ada yang belum loyal dengan produk lokal, mereka masih mengganti-ganti dengan kopi bubuk dari daerah lain yang dimana mereka beranggapan kopi daerah lain lebih enak. Tapi ada juga masyarakat yang loyal dengan kopi bubuk lokal.

Hal-hal yang dianggap perlu untuk diketahui dalam loyalitas pelanggan ini adalah tentang pengetahuan pelanggan terhadap bubuk kopi lokal, faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mereka untuk tertarik datang membeli kopi bubuk lokal, dan mempertahankan untuk tetap berada pada pilihan kopi bubuk lokal daripada memilih bubuk kopi dari daerah lain, sehingga konsumen tersebut dikatakan konsumen yang loyal atau tidak loyal.

Kopi menjadi pilihan yang diambil oleh mahasiswa untuk menemani saat belajar malam terutama jika sedang banyak tugas perkuliahan yang harus segera dikumpulkan. Kopi mengandung kafein yang dapat mempercepat kerja otot jantung dan memperlebar pembuluh darah karena merupakan stimulan saraf pusat. Dengan begitu asupan oksigen dan glukosa ke otak dapat terus mengalir sehingga membuat otak terus bekerja. Stimulasi sistem saraf pusat yang meningkat akan meningkatkan kewaspadaan, kecepatan dalam berpikir, fokus dan koordinasi tubuh yang baik (Yulisa 2013).

Menurut Rendra, yang merupakan pelanggan dari coffee robusta kepahiang, dia mengatakan kalau kopi coffee robusta kepahiang ini kualitasnya sedang menurun ataupun kurang menarik dan harga yang masih terlalu tinggi padahal tergolong umkm baru, mengaku membeli langsung coffee robusta ini di tokonya, sehingga loyalitas mereka mulai menurun untuk terus membeli produk coffee robusta khas kepahiang ini. Menurut Rendra, sangat penting memilih kualitas produk bermerek, agar terlihat berbeda dari yang lain. (Wawancara, Rendra, Desember 2020)

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (2003) mengatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan ke pelanggan merupakan salah satu penentu keberhasilan pemasaran. Parasuraman, et.al (1998) dalam Karsono (2005:184) menyatakan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Selanjutnya (Parasuraman, et al. (2001) dan Gronroos (2000) dalam Marlien (2005:228) menyatakan persepsi kualitas pelayanan adalah merupakan evaluasi keseluruhan dari fungsi jasa yang diterima secara aktual oleh pelanggan.

Marlien (2005:228) menyatakan persepsi kualitas pelayanan adalah merupakan evaluasi keseluruhan dari fungsi jasa yang diterima secara aktual oleh pelanggan yang didefinisikan dengan indikator berikut :

1. Pendukung Fisik sistem operasi, berhubungan dengan semua fasilitas pendukung operasional yang canggih, akurat dan lengkap suatu perusahaan.
2. Kualitas jasa, merupakan ukuran kinerja yang merupakan perbandingan antara harapan dan persepsi pelanggan.
3. Interaksi karyawan dengan pelanggan, hal ini berhubungan dengan perhatian, pemahaman atas kebutuhan pelanggan.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan (Mowen dalam Sururi dan Astuti (2003:251)). Penilaian tersebut dilakukan melalui pengalaman selama menggunakan produk, sehingga dapat diketahui apakah kegunaan produk sesuai dengan yang dijanjikan. Sejalan dengan Mowen, Bei dan Chiao (2007:12) menemukan bahwa kualitas produk sebagai *factor independent* dalam menyelidiki pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk secara positif berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

1. Performance (kinerja) : karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Features (fitur atau ciri-ciri tambahan): karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Reliability (reliabilitas) : kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi) : sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Durability (daya tahan): berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. Serviceability (kemudahan perbaikan): kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. Esthetics (Estetika) : daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan) : citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya

Pengertian Harga

Harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga pertama kalinya, karena harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama dalam penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan (Kotler dan Armstrong dalam Foster, 2008:57). Hurriyati (2005:152) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya. Kotler dan Keller (2008:102) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan biasanya tidak menetapkan hanya satu harga, melainkan struktur penetapan harga yang mencerminkan perbedaan dalam permintaan dan biaya geografis, tuntutan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, jaminan, kontrak perbaikan dan faktor-faktor lainnya.

Menurut Setiawan (2018) ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Dibawah ini penjelasan empat ukuran harga yaitu :

1. Keterjangkauan Harga
Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut

Pengertian Loyalitas Pelanggan

Dalam hal ini Kotler (2003:61) mendefinisikan bahwa pelanggan yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Sedangkan menurut Zeithaml et. al. (1996 dalam Japrianto, 2007:36) tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrument berupa survey dan kuisioner. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya dengan menggunakan metode statistik. Penelitian ini akan dilakukan di Kec. Kepahiang, Kelurahan Pasar Ujung. Didepan Masjid Thoriqul Jannah Kepahiang Jadwal penelitian dilakukan dalam waktu pada tanggal 5 Februari - 20 Februari 2020. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen kopi bubuk lokal. Metode penyempelan menggunakan Purposive Sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 95 sampel responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas, Uji Realibilitas dan Uji Asumsi Klasik. Teknik analisis data menggunakan analisis rata-rata tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Model Regresi Linear Berganda, Koefisiensi determinasi dan Uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan mengenai tanggapan responden terhadap variabel (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga) terhadap Loyalitas Pelanggan ditoko Coffe Robusta Kec. Kepahiang Kab. Kepahiang. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 16,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.824	1.199		1.522	.032
Kualitas Pelayanan	.452	.106	.326	4.258	.000
Kualitas Produk	.259	.058	.377	4.455	.000
Harga	.234	.065	.269	3.578	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari perhitungan hasil regresi di atas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 1.824 + 0.452 (X_1) + 0.259 (X_2) + 0.234 (X_3)$. Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 1.824 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian akan tetap yaitu 1.824.
2. Koefisien Regresi , sebesar 0.452 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X_1) naik satu satuan maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0.452 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi , sebesar 0.259 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Produk (X_2) naik satu satuan maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0.259 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_3) dianggap tetap.
4. Koefisien Regresi , sebesar 0.234 mempunyai makna jika nilai variabel Harga (X_3) naik satu satuan maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) akan turun sebesar 0.234 dengan asumsi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) dianggap tetap.

Koefisien Determinasi R^2

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y) maka hasil dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 16.0 didapatkan uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai Koefisien Korelasi Hasil Penelitian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.709	.700	1.34779	1.984

a. Predictors: (Constant), Harga_X3, Kualitas_Produk_X2, Kualitas_Pelayanan_X1
Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi R Square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.709. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Menunjukkan nilai sebesar 0.709 dan 70.9 % terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang, sedangkan sisahnya sebesar 0.291 atau 29.1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.824	1.199		1.522	.032
	Kualitas Pelayanan	.452	.106	.326	4.258	.000
	Kualitas Produk	.259	.058	.377	4.455	.000
	Harga	.234	.065	.269	3.578	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output SPSS 16.0

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara dengan $(n-k-1) = 95 - 3 - 1 = 91$ (1.98638) setiap variabel sebagai berikut :

1. Dari output di atas dapat dilihat bahwa $> (4.258 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0,000 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang.
2. Kualitas Produk yaitu $> (4.455 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0.000 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X_2) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang.
3. Harga yaitu $> (3.578 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0,001 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Harga (X_3) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat menggunakan uji F sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403.580	3	134.527	74.057	.000 ^a
	Residual	165.304	91	1.817		
	Total	568.884	94			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output SPSS 16,0

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara dengan $(n-k) = 95 - 3 = 92$ (2.705) setiap variabel sebagai berikut : Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh sebesar 74.057 dengan nilai sebesar 2.705 yang berarti bahwa $>$ yaitu $(74.057 > 2.704)$ dan $(\text{sig} = 0.000 < 0,050)$, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada, pengunjung Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang melalui penyebaran kuesoner terhadap 95 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) maupun pengaruhnya secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat, Loyalitas Pelanggan (Y). Sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Dari output di atas dapat dilihat bahwa $> (4.258 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0,000 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Lukman. Dkk (2013), dengan judul Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *coffe shop* lokal di Tunjungan Plaza bandung. Hasil penelitian Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *coffe shop*.
2. Kualitas Produk yaitu $> (4.455 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0.000 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X_2) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Saputro (2010), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap

Loyalitas Pelanggan pada PT Nusantara Sakti Demak. Hasil penelitian Penelitian menunjukan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan

3. Harga yaitu $> (3.578 > 1.98638)$ dan $(\text{sig} = 0,001 < 0,050)$, hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Harga (X_3) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Herviana Vidya Purnama Sari & Anik Lestari Andjarwati (2018) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas Dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada Konsumen biskuit oreo di carrefour surabaya). Hasil penelitian ini yaitu: terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas studi pada konsumen biskuit di Carrefour Surabaya Utara, terdapat pengaruh positif dan signifikan harga merek terhadap loyalitas studi pada konsumen biskuit di Carrefour Surabaya Utara, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan studi pada konsumen biskuit di Carrefour Surabaya Utara, terdapat pengaruh positif dan signifikan harga merek terhadap kepuasan studi pada konsumen biskuit di Carrefour Surabaya Utara, terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas studi pada konsumen biskuit di Carrefour Surabaya Utara.
4. Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh sebesar 74.057 dengan nilai sebesar 2.705 yang berarti bahwa $>$ yaitu $(74.057 > 2.704)$ dan $(\text{sig} = 0.000 < 0,050)$, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Melysa elisabeth pongoh (2013), dengan judul Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap Loyalitas pelanggan kartu as telkomsel di kota manado. Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan studi pada pelanggan kartu as telkomsel manado, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas studi pada pelanggan kartu as telkomsel manado, terdapat pengaruh positif dan signifikan, harga terhadap kepuasan studi pada pelanggan kartu as telkomsel manado, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan studi pada pelanggan kartu as telkomselmanado.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X_1) Terhadap Harga Saham (Y)

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel ukuran perusahaan (X_1) mempunyai signifikansi 0.000, yang berarti lebih kecil dari 0.05 maka H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Zaki (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Wehantouw (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham. Ini berarti bahwa ukuran perusahaan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja bagus sehingga banyak investor melakukan pembelian saham dengan mempertimbangkan pangsa pasar yang relatif stabil. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Harga saham dikarenakan investor melihat selain dari ukuran perusahaan tersebut tetapi melihat juga kinerja keuangan dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan menjamin kinerja keuangan dari perusahaan tersebut baik, jadi menurut investor besar kecilnya perusahaan mempengaruhi minat untuk menanam saham pada perusahaan tersebut.

Pengaruh Leverage (X_2) Terhadap Harga Saham (Y)

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel *leverage* (X_2) mempunyai signifikansi 0.999, yang berarti lebih besar dari 0.05, maka H_2 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian novitasari (2015) menyatakan bahwa *leverage* (yang diproksi dengan DER) tidak berpengaruh terhadap harga saham. *Leverage* menunjukkan efisiensi perusahaan memanfaatkan ekuitas pemilik dalam rangka mengantisipasi hutang jangka pendek dan jangka panjang. Artinya *debt to equity ratio* (DER) digunakan sebagai pengukur seberapa jauh suatu perusahaan dibiayai oleh kreditur. Perusahaan yang tidak berhutang bisa jadi kehilangan kesempatan untuk tumbuh, karena untuk tumbuh dibutuhkan modal kerja yang memungkinkan tidak bisa didanai oleh laba yang diperoleh perusahaan (Syamsuddin, 2011:154).

Tinggi atau rendahnya hutang belum tentu mempengaruhi minat investor untuk menanamkan sahamnya, karena investor melihat dari seberapa besar perusahaan mampu

memanfaatkan hutangnya untuk biaya operasional perusahaan tersebut, jika perusahaan berhasil memanfaatkan hutang untuk biaya operasional maka akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan harga saham akan naik, sebaliknya

Hasil penelitian ini tidak sejalan dan bertolak belakang dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi akan memberikan sinyal baik karena hanya manajer perusahaan yang dapat mengatasi kemungkinan kegagalan keuangan yang berani mengambil resiko memilih sinyal ini sehingga menarik investor yang kemudian akan menyebabkan harga saham meningkat. Hal tersebut menjelaskan bahwa dengan rasio utang yang tinggi maka kondisi keuangan perusahaan akan sangat berisiko dan investor akan dihadapkan pada tingkat risiko yang sangat besar. Umumnya, tidak semua investor berani dalam mengambil investasi yang berisiko tinggi sehingga harga saham dapat berbalik arah yaitu harga saham akan turun secara drastis (Simatupang 2010). Namun, pada hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham hal ini berarti leverage bukan merupakan faktor pemicu minat dari investor untuk membeli saham dan tidak akan mempengaruhi harga saham. Hasil tersebut sesuai dengan teori proporsi struktur modal Modigliani dan Miller yang menyatakan harga saham perusahaan tidak ditentukan oleh struktur modal. Meningkatnya leverage akan meningkatkan baik itu aliran kas harapan maupun resiko perusahaan sehingga return harapan akan sepenuhnya dihilangkan oleh kenaikan dalam tingkat pengembalian yang disyaratkan yang disebabkan oleh meningkatnya risiko perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (X3) Terhadap Harga Saham

Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien profitabilitas yang sebesar 0.367 serta nilai t hitung sebesar 4.042 dengan tingkat signifikansi 0.000. Tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa adanya asimetris informasi antara manajemen dan investor mendorong manajemen memberi isyarat untuk menyakinkan investor bahwa kinerja perusahaan baik. Menurut Suwardjono (2005) informasi dalam (inside information) berupa kebijakan manajemen, rencana manajemen, pengembangan produk, strategi yang dirahasiakan dan sebagainya yang tidak tersedia secara publik akan terefleksi dalam angka laba pada laporan keuangan. Sehingga profitabilitas digunakan perusahaan sebagai sinyal kepada investor bahwa ketika profitabilitas perusahaan meningkat artinya perusahaan memiliki rencana dan prospek yang bagus untuk masa depan. Hal ini akan menarik minat investor, menurut teori permintaan dan penawaran tingginya minat investor pada suatu perusahaan akan meningkatkan harga saham. Sehingga semakin tinggi profitabilitas maka harga saham akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahmadewi (2018) yang menyatakan bahwa *return on assets* (ROA) berpengaruh terhadap harga saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari output di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.258 > 1.98638$) dan ($sig = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hal ini berarti diterima.
2. Kualitas Produk yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.455 > 1.98638$) dan ($sig = 0.000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X2) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hal ini berarti diterima.
3. Harga yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.578 > 1.98638$) dan ($sig = 0,001 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Harga (X3) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang. Hal ini berarti diterima.
4. Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh sebesar 74.057 dengan nilai sebesar 2.705 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74.057 > 2.704$) dan ($sig = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang.
4. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi R Square () diperoleh nilai sebesar 0.709. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Menunjukkan nilai sebesar 0.709 dan 70.9 % terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Toko Coffe Robusta Kec.Kepahiang Kab.Kepahiang,

sedangkan sisahnya sebesar 0.291 atau 29.1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Saran

Disarankan pihak toko seharusnya bisa menyediakan operasional pendukung yang canggih atau terbaru agar pelanggan tertarik untuk membeli dengan cara menyediakan system penjualan online melalui media internet dan toko coffe diperebesar lagi agar lebih banyak pengujung yang bisa datang dikarenakan toko Coffe Robusta ini tergolong toko yang belum terlalu besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. 2002. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Buchari, Alma. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinan, Augusti. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B. 2008. Manajemen Ritel. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Griffin, (2005), Customer Loyalty, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hiurriyati, R. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta. Bandung.
- Kotler, Amstrong. 2005. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong 1991, Principle of Marketing. 3th edition New Jersey : Printice Hall International Inc.
- Kotler, P dan K, L, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Indeks. Jakarta.
- Lovelock, Cristopher H. dan Wright, Lauren K. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lovelock, Cristopher H. dan Wright, Lauren K. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Mowen, John C., dan Minor M. 2007. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.

The Effect of Location, Promotion, and Price Perception on Clothing Purchase Decisions (Case Study of My Subscriber Store) Bengkulu City

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus Toko Langgananku) Kota Bengkulu

Selvi Andika ¹⁾; Yulius Wahyu Setiadi ²⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ selvianika98@gmail.com; ²⁾ yuliussetiadi@umb.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [08 November 2021]

Revised [15 November 2021]

Accepted [01 Desember 2021]

KEYWORDS

Location, Promotion, Price Perception, Purchasing Decisions.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh lokasi, promosi, persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu variabel keputusan pembelian dan variabel terikat yaitu lokasi, promosi, dan persepsi harga pada toko pakaian langganan ku. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran angket atau kuisioner. Data yang telah dikumpulkan diolah dengan menggunakan uji instrumen, analisis tanggapan responden, uji asumsi kalsik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R²) dan juga uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel lokasi, promosi, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di toko langganan ku kota Bengkulu. Hasil uji t untuk variabel lokasi (X1) menunjukan nilai $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$), variabel promosi (X2) menunjukan nilai $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($6,352 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), variabel persepsi harga (X3) menunjukan nilai $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$). Hasil uji F nilai signifikan F yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,050 dan Fhitung lebih besar dari Ftabel nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,736 > 1,65685$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$). Dari hasil pengolahan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel lokasi, promosi, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Selainitu dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 1,648 + 0,394 X1 + 0,266 X2 + 0,287 X3$

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of location, promotion, perceived price on purchasing decisions. This study uses purposive sampling. The sample in this study amounted to 50 respondents. The research method used is quantitative methods. The data collection instrument used a questionnaire. The independent variable is the purchasing decision variable and the dependent variable is location, promotion, and price perception at my favorite clothing store. In this study, the authors used data collection methods by means of observation, interviews and distributing questionnaires or questionnaires. The data that has been collected is processed using test instruments, analysis of respondents' responses, calcic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²) and hypothesis testing. The results showed that the variables of location, promotion, and price perception had a significant effect on the decision to buy clothes in a regular shop in the city of Bengkulu. The results of the t test for the location variable (X1) show the value of $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($3.371 > 1.97882$) and ($\text{sig } \alpha = 0.001 < 0.050$), the promotion variable (X2) shows the value of $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($6.352 > 1.97882$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.050$), the price perception variable (X3) shows the value of $t_{hit} > t_{(a/2)}$ ($3.371 > 1.97882$) and ($\text{sig } \alpha = 0.001 < 0.050$). The results of the F test, the significant value of F, which is 0.000 less than 0.050 and Fcount is greater than Ftable, the value of $F_{count} > F_{table}$, namely ($31.736 > 1.65685$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.050$). From the results of data processing, it can be concluded that all variables of location, promotion, and price perception simultaneously have a significant effect on the dependent variable, namely the purchase decision. Apart from that, from the results of the linear regression test, the equation for the regression is as follows: $Y = 1.648 + 0.394 X1 + 0.266 X2 + 0.287 X3$.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang fashion. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Ditambah lagi dengan musim pandemi covid 19 seperti sekarang ini, yang menyebabkan merosotnya penjualan. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan,

perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran serta agar konsumen dapat memutuskan melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan pengusaha maka perlu di perhatikan beberapa faktor antara lain promosi, harga, dan kualitas produk.

Peneliti juga menemukan permasalahan pada letak Lokasi, Toko Pakaian Langganaku terletak cukup strategis dan mudah dijangkau, akan tetapi untuk letak toko pakaian langganaku berada di dua jalur, sehingga menyulitkan pelanggan dari jalur sebelah kiri karena untuk menjangkau toko langganaku mereka harus putar balik kendaraan kurang lebih seratus meter dari lokasi.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih toko pakaian yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan barangnya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pembeli periode bulan Januari – September 2020 mengalami penurunan. Hal ini harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya keramahan pelayanan, lokasi, promosi, harga, atau kualitas barang. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen. Hal ini juga didasari oleh toko baju langganaku yang memberikan jasa fashion yang dituntut secara terus menerus untuk kian meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian.

Menurut Hidayati (2014: 62) keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya.

Selain itu, Menurut Kotler (2009:56), proses keputusan pembelian konsumen ada lima tahap:

1. Pengenalan masalah atau kebutuhan adalah tahap pertama proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen mengenali adanya masalah atau kebutuhan.

- 2 Pencarian informasi adalah tahap dari proses keputusan pembeli yang merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak dimana konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi.
- 3 Evaluasi alternatif adalah ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan.
- 4 Keputusan pembelian adalah ketika konsumen benar-benar membeli produk.
- 5 Perilaku pasca pembelian adalah ketika konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas.

Pengertian Lokasi

Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi yang strategis bagi konsumen akan memperkecil pengorbanan energi dan waktu.

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk berpindah produk dari produsen ke konsumen. Menurut Lupyoadi (2013:45) "Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan". Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya.

Tjiptono (2015:76) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor dalam pemilihan tempat atau lokasi, pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah :

- 1 Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi yang meliputi :
 - a. Lokasi yang mudah dijangkau
 - b. Kondisi jalan menuju lokasi
 - c. Waktu yang ditempuh menuju lokasi
- 2 Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3 Lalu lintas, banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying. Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa juga menjadi hambatan
- 4 Tempat parkir yang luas, aman, dan terjamin keamanannya.

Pengertian Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli. Bagaimanapun kualitas suatu produk apabila konsumen tidak tahu dan tidak yakin bahwa produk tersebut memiliki kualitas dan berguna bagi mereka, maka konsumen pun tidak akan tertarik untuk membelinya. Menurut (Tjiptono, 2015:387) Promosi merupakan bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaannya. Konsep pemasaran terintegrasi (Integrated Marketing Communication/IMC) dikembangkan sebagai pengembangannya, komunikasi ini lebih menekankan pada komunikasi dua arah yang menunjukkan keselarasan dan keterpaduan dalam hal tujuan, fokus, dan arah strategik antar elemen bauran pemasaran yaitu pada periklanan, promosi penjualan, personal selling, public relation, direct dan online marketing serta antar unsur bauran pemasaran yaitu produk, distribusi, harga, dan komunikasi pemasaran.

Menurut Kotler (2009:78) indikator dalam promosi adalah :

- 1 Jangkauan promosi harus sesuai dengan keadaan.
- 2 Kuantitas penayangan promosi di media iklan.
- 3 Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.
- 4 Promosi melalui media sosial

Pengertin Harga

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Tjiptono, 2008). Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- 1 Keterjangkauan harga
- 2 Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan layanan
- 3 Daya saing harga
- 4 Kesesuaian harga dengan manfaat

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini direncanakan di Toko Pakaian Langganan Ku yang beralamat di jalan R.E Martadinata Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu. Dan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari 2021 sampai Februari 2021. . Peneliti dapat memilih beberapa orang yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut yakni dari pelanggan tetap dari konsumen toko langganaku yang berjumlah 100 konsumen. Dan untuk pengambilan sampel akan digunakan Rumus Slovin yang ditetapkan sebesar 50 responden. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Purpuse sampling. Teknik pengumpulan data Interview dan wawancara, observasi dan Kuesioner. Uji Instrumen menggunakan uji validitas, Uji reliabilitas dan Uji asumsi klasik. Teknik analisis data menggunakan Analisis statistik deskriptif, Penguji Hipotesis dengan Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R²) dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmororov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameter ^b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33793927
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,063
Kolmogorov-Smirnov Z		,929
Asymp. Sig. (2-tailed)		,354

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dapat dilihat pada pengujian *one sample kolmogrov smirnov test* dapat diketahui bahwa nilai *residual* atau nilai pengganggu terdistribusi normal. Hasil ini dilihat dari *Asymp sig (2-tailed)* yang didapat lebih besar dari 0,05, ini menunjukkan bahwa secara umum data yang ditemukan sudah memenuhi asumsi kenormalan data sehingga pengujian statistik parametrik dapat dilakukan untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constan lokasi pormosi persepsi harga	1,648 ,266 ,394 ,286	,334 ,079 ,062 ,073	 ,250 ,471 ,325	4,938 3,371 6,352 5,632	,000 ,001 ,000 ,000	,956 ,956 ,956 ,956	1,046 1,046 1,046 1,046

a. Dependent Variabel: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan nilai toleransi menunjukkan bahwa variabel independen memiliki toleransi lebih 0,1 (Lokasi = 0,956) (Promosi = 0,956), (Persepsi Harga = 0,956),

yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Toleransi mengukur variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 (Lokasi = 1,046), (Promosi = 1,046), (Persepsi Harga = 1,046), dengan demikian dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antara variabel independen model regresi.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan	,825	,206		4,014	,000
lokasi	-,027	,049	-,048	-,551	,583
promosi	-,127	,038	-,287	-,916	,101
persepsi harga	-,086	,043	-,125	-,632	,237

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dinyatakan bahwa bebas heteroskedastisitas karena ketiga variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari ,05, maka seluruh data dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan	1,648	,334		4,938	,000
lokasi	,266	,079	,250	3,371	,001
promosi	,394	,062	,471	6,352	,000
persepsi harga	,287	,056	,342	4,632	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari perhitungan hasil di atas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut $Y = 1,648 + 0,394 X_1 + 0,266 X_2 + 0,287 X_3$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = Nilai Konstanta 1.648 mempunyai arti bahwa apabila variabel Lokasi (X_1), Promosi (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian akan tetap yaitu 1.648.

b1 = Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0,266 mempunyai makna jika nilai variabel Lokasi (X_1) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0,266 dengan asumsi variabel Promosi (X_2) dianggap tetap

b2 = Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0,394 mempunyai makna jika nilai variabel Promosi (X_2) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0,394 dengan asumsi variabel Lokasi (X_1) dianggap tetap.

b3 = Koefisien Regresi X_3 , sebesar 0,287 mempunyai makna jika nilai variabel Persepsi harga (X_3) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0,287 dengan asumsi variabel Lokasi (X_1) dianggap tetap.

Tabel 5. Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,577 ^a	,333	,323	,34059

a. Predictors: (Constant), lokasi, promosi, persepsi harga

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien determinasi Adjusted R Square = 0,333. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel lokasi, promosi dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama memberikan sumbangan sebesar 33,3% dalam mempengaruhi keputusan pembelian Pakaian di Langganan Ku di Kota Bengkulu. Sedangkan sisanya sebesar 0,677 atau 67,7 % dipengaruhi oleh variabel - variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 6. Uji Parsial Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan	1,648	,334		4,938	,000
lokasi	,266	,079	,250	3,371	,001
promosi	,394	,062	,471	6,352	,000
persepsi harga	,287	,056	,342	4,632	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan $t_{\alpha/2}$ ($n-k-1$) = $130 - 2 - 1 = 127$ (1.97882) setiap variabel sebagai berikut :

1. Lokasi yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu.
2. Promosi yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($6,352 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu.
3. Persepsi Harga yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu.

Tabel 7. Uji Simultan ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regressor	7,363	2	3,681	31,736	,000 ^a
Residual	14,732	127	,116		
Total	22,095	129			

a. Predictors: (Constant), lokasi, promosi, persepsi harga

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 31.736 dengan nilai F_{tabel} sebesar 1.65685 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,736 > 1,65685$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya secara simultan variabel Lokasi (X_1), Promosi (X_2) dan Persepsi Harga (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam mendirikan sebuah perusahaan. Dalam mendirikan sebuah perusahaan kita harus mengetahui betul bagaimana kondisi lapangan di sekitar perusahaan yang akan kita bangun. Kita harus melihat apakah lokasi di sekitar perusahaan tersebut dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen atau tidak. Dari hasil pengujian diketahui lokasi (X_2) yang diberikan Toko Pakaian Langganan Ku sudah baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), artinya kenaikan lokasi akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ferdy Zoel Kurniawan (2013), Andreas Agustinus Banjarnahor (2018) dan Heni wijayanti (2015) dimana lokasi sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jadi dari penjelasan ini secara teori menunjukkan bahwa lokasi yang dimiliki Toko Pakaian Langganan Ku memiliki pengaruh secara positif dan signifikan, semakin baik lokasi maka semakin besar keputusan pembelian.

2. Pengaruh Promosi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Promosi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi merupakan bagian yang penting bagi perusahaan, karena promosi bertujuan untuk mengenalkan perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui keberadaan perusahaan itu. Dari hasil pengujian diketahui promosi (X₁) yang diberikan Toko Pakaian Langganan Ku sudah baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), artinya kenaikan promosi akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Fetrisen, Nazaruddin Aziz (2019), Agustinus Banjarnahor (2018) dan Heni wijayanti (2015) dimana promosi sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jadi dari penjelasan ini secara teori menunjukkan bahwa promosi yang dimiliki Toko Pakaian Langganan Ku memiliki pengaruh secara positif dan signifikan, semakin baik promosi maka semakin besar keputusan pembelian.

3. Pengaruh Persepsi Harga (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Harga merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam mendirikan sebuah perusahaan. Dalam mendirikan sebuah perusahaan kita harus mengetahui betul bagaimana kondisi harga di lapangan. Kita harus melihat apakah harga di sekitar perusahaan tersebut dapat dijangkau dengan oleh konsumen atau tidak. Dari hasil pengujian diketahui lokasi (X₃) yang diberikan Toko Pakaian Langganan Ku sudah baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), artinya kenaikan harga akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ferdy Zoel Kurniawan (2013), Andreas Agustinus Banjarnahor (2018) dan Heni wijayanti (2015) dimana harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jadi dari penjelasan ini secara teori menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Toko Pakaian Langganan Ku memiliki pengaruh secara positif dan signifikan, semakin besar keputusan pembelian.

4. Pengaruh Lokasi (X₁), Promosi (X₂) dan Persepsi Harga (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa variabel Lokasi (X₁), promosi (X₂), dan persepsi harga (X₃) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Artinya kenaikan promosi dan lokasi di Toko Pakaian Langganan Ku akan diikuti oleh keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Fetrisen, Nazaruddin Aziz (2019), Agustinus Banjarnahor (2018) dan Heni wijayanti (2015) Ferdy Zoel Kurniawan (2013) yang menyimpulkan bahwa lokasi, promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan lokasi, promosi dan harga yang diberikan oleh toko mampu membuat pelanggan lebih ingin berbelanja disana, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Maka semua variabel independen lokasi (X₁), promosi (X₂), dan harga (X₃) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{(\alpha/2)}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$). Ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{(\alpha/2)}$ ($6,352 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$). Ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima.
3. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{(\alpha/2)}$ ($3,371 > 1,97882$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$). Ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima.
4. Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Langganan Ku Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,736 > 1,65685$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$). Ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima.

5. Berdasarkan uji koefisien determinasi $R^2 = 0,333$ nilai mempunyai makna bahwa Lokasi (X1), Promosi(X2) dan Persepsi Harga (X3) memberikan kontribusi yang signifikan pengaruh besar 0,333 atau 33,3% terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Toko pakaian Langganan Ku Kota Bengkulu sedangkan sisanya 0,677 atau 67,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran

Disarankan pemilik toko harus lebih mengerti apa yang diinginkan pelanggan. Dengan adanya memberikan bonus akan membuat pelanggan tertarik untuk membeli di pakaian Langganan Ku.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.2014. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa (edisi revisi). cetakan kesembilan. Bandung:Alfabeta.
- Amstrong dan Kotler, Prinsip Prinsip Pemasaran jilid 1, Edisi 8, Erlangga:Jakarta,2001
- Fandy Tjiptono. 2008. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono. 2015. Service Management Mewujudkan Layanan Prima.Edisi2.Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.
- Hidayati, F. 2014. Analisis Pengaruh Kebutuhan Experiential, Kebutuhan Sosial, dan Kebutuhan Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedaton Rumah Batik Yogyakarta. Jurnal Manajemen, 4(2), 61-68.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, 1999, Metodologi Penelitian danBisnis, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat.2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler, Philip. 2008. Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, P.2009. Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga
- Rangkuti, Freddy. Riset Pemasaran Cetakan Kelima, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Schiffman dan Kanuk. 2007.Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Supranto. 2010. Pengukuran Tingkat Pelanggan, Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharno. 2010. Marketing in Practice. edisi pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Vania, Singgatang.2019. Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. Manado. Jurnal EMBA Vol.6 No.1.

The Effect of Human Resources Development (HRD), Work Discipline and Work Environment on Employee Performance at the Regional Office of the National Land Agency Bengkulu Province

Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu

Weni Nopitasari ¹⁾; Karona Cahya Susena ²⁾; Rina Trisna Yanti ²⁾

¹⁾ Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ weninopitasari07@gmail.com ; ²⁾ karona.cs@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Human Resource
Development, Work
Discipline, Work
Environment, Performance

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Metode analisis yang digunakan antara lain adalah uji validitas, regresi linier beranda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis (Uji t dan Uji f). Hasil penelitian menunjukkan arah regresi positif dengan persamaan $Y = 2.156 + 0.281X_1 + 0.341X_2 + 0.323X_3$ dengan arah regresi positif, artinya apabila Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja mengalami peningkatan maka Kinerja juga akan meningkat. Pengembangan Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Disiplin Kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Lingkungan Kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Human Resource Development (HR), work discipline and work environment on employee performance at the Regional Office of the National Land Agency of Bengkulu Province. The analytical methods used include validity test, homepage linear regression, coefficient of determination, hypothesis testing (t test and f test). The results of the study show a positive regression direction with the equation $Y = 2.156 + 0.281X_1 + 0.341X_2 + 0.323X_3$ with a positive regression direction, meaning that if the Development of Human Resources, Work Discipline and Work Environment has increased, the performance will also increase. a significant influence on the performance of the Regional Office of the National Land Agency of Bengkulu Province, this is evidenced by a significant value of 0.002 which is smaller than 0.05. Work Discipline has a significant effect on performance at the Regional Office of the National Land Agency of Bengkulu Province, this is evidenced by a significant value of 0.001 which is smaller than 0.05. The Work Environment has a significant influence on the Performance of the Regional Office of the National Land Agency of Bengkulu Province, this is evidenced by a significant value of 0.004 which is smaller than 0.05 Human Resource Development, Work Discipline and Work Environment have a significant effect together on the Performance of the Regional Office Bengkulu Province National Land Agency this is evidenced by a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05.

PENDAHULUAN

Era globalisasi bukan lagi merupakan isu, tapi sebuah realita yang harus dipandang sebagai sebuah keniscayaan yang disadari atau tidak pasti akan mempengaruhi terhadap tantangan yang dihadapi organisasi manapun. Tantangan yang dihadapi adalah ketidakpastian lingkungan organisasi, masalah kualitas SDM menjadi suatu hal yang sangat dibutuhkan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan sasaran sebuah organisasi, yaitu Sumberdaya Manusia, disiplin kerja, dan lingkungan

Kualifikasi sumber daya manusia sebagai tolak ukur kemampuan setiap organisasi didalam memacu potensi sumber daya manusia untuk membentuk kualifikasi yang memenuhi syarat kebutuhan dan aktivitas kerja. Aktivitas kerja yang bervariasi dengan kompleksitas yang cukup tinggi adalah

merupakan tantangan internal dan eksternal organisasi dengan kompetensi sumber daya manusia yang masih relatif rendah, sedangkan organisasi dengan kompetensi sumber daya manusia yang relatif tinggi adalah merupakan peluang untuk memanfaatkan kondisi tersebut dalam memacu pertumbuhan organisasi. Oleh karena itu, pengembangan pengetahuan dan pola pikir sumber daya manusia sebagai asset yang sangat berharga bagi setiap organisasi yang semakin kreatif dan inovatif atas berbagai penemuan- penemuan baru yang merupakan motor penggerak dalam setiap organisasi. Sumberdaya manusia atau pegawai merupakan aset utama dari setiap organisasi/perusahaan, karena pegawai sangat menentukan berhasil tidaknya organisasi dalam mencapai tujuan organisasi, oleh karena itu organisasi selalu berupaya untuk memperoleh pegawai yang mempunyai kompetensi sesuai dengan kebutuhan organisasi agar pelaksanaan tugas dan pekerjaannya dapat dikerjakan secara baik. Untuk memperoleh pegawai yang diharapkan tersebut, salah satunya melalui pengembangan kualitas sumberdaya manusia yang didasarkan pada perhitungan kebutuhan sesuai dengan analisis jabatan dan analisis kebutuhan pegawai, agar memperoleh pegawai yang benar benar qualified sesuai dengan kebutuhan organisasi.

Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan pegawai agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku (Rivai, 2004).

Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa disiplin kerja merupakan suatu sikap, tingkah laku, dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan baik tertulis maupun tidak tertulis, dan bila melanggar akan ada sanksi atas pelanggarannya. Disamping itu, Disiplin kerja adalah kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma- norma sosial yang berlaku (Hasibuan, 2004). Dengan disiplin kerja yang tinggi akan dapat membantu meningkatkan kinerja. Penerapan disiplin bagi karyawan diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Disamping itu perlu didukung lingkungan kerja yang baik berupa lingkungan kerja yang dapat menunjang kelancaran, keamanan, keselamatan, kebersihan, serta kenyamanan dalam bekerja dan adanya fasilitas yang memadai sehingga karyawan merasa aman, tenang dan senang dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan dan menjadi tanggung jawabnya (Suprayitno, 2007: 24).

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas yang dibebankan (Nitisemito, 2002). Menurut Sedarmayanti (2007), lingkungan kerja secara garis besar dapat dibagi dua jenis antara lain lingkungan kerja fisik dan non fisik. Faktor-faktor lingkungan kerja fisik adalah pewarnaan, penerangan, udara, suara bising, ruang gerak, keamanan dan kebersihan. Sedangkan lingkungan non fisik adalah struktur kerja, tanggung jawab kerja, perhatian dan dukungan pimpinan, kerja sama antar kelompok dan kelancaran komunikasi.

Kinerja yang baik dan sesuai harapan merupakan hal yang diharapkan dari semua program atau pun kebijakan yang dibuat suatu organisasi guna kelancaran aktivitas organisasi, maka dari itu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perlu mendapatkan perhatian yang lebih, karena akan mempengaruhi pada perilaku individu anggota organisasi.

Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu merupakan instansi pemerintah vertikal Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional di provinsi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agraria dan Tata Ruang/Kepala Badan Pertanahan Nasional. Dalam menjalankan kegiatannya tentunya sangat dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas, disiplin kerja yg tinggi, dan lingkungan kerja yang baik untuk dapat meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan fenomena yang ada di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu Untuk pengembangan SDM sudah dilakukan dengan baik namun masih ada terlihat permasalahan seperti tidak semua pegawai yang mendapatkan pelatihan terkadang pegawai yang mengikuti pelatihan pegawai yang sudah sering mengikuti pelatihan sedangkan masih ada pegawai lain yang belum pernah mengikuti pelatihan.

Dari sisi disiplin kerja pegawai masih terlihat rendah, karena masih adanya pegawai yang duduk di warung pada saat jam kerja, keluar kantor di jam kerja untuk urusan pribadi dan masih seringnya pegawai mengobrol pada saat bekerja. Jika dilihat dari segi komunikasi masih belum maksimalnya komunikasi antara pimpinan dan bawahan karena pimpinan hanya memberikan tugas tanpa menjelaskan terlebih dahulu sehingga membuat pegawai jadi bingung dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Selain disiplin kerja, kinerja juga dipengaruhi oleh lingkungan kerja. Lingkungan kerja yang baik akan menimbulkan kenyamanan dan membangkitkan semangat kerja pegawai (Siagian, 2014:98). Lingkungan kerja yang menyenangkan bagi pegawai melalui pengikatan hubungan yang harmonis dengan atasan, rekan kerja, maupun bawahan, serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai yang ada di tempat bekerja akan membawa dampak yang positif bagi pegawai, sehingga kinerja pegawai dapat meningkat.

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan bidang strategis dari organisasi. Manajemen sumber daya manusia harus dipandang sebagai perluasan dari pandangan tradisional untuk mengelola orang secara efektif dan untuk itu membutuhkan pengetahuan tentang perilaku manusia dan kemampuan mengelolanya. Berbagai macam pendapat tentang pengertian manajemen sumber daya manusia, ada yang mengartikan sebagai manpower management serta ada yang menyetarakan dengan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian, dan sebagainya). Akan tetapi pada manajemen sumber daya manusia yang mungkin tepat adalah human resources management (manajemen sumber daya manusia), dengan demikian secara sederhana pengertian manajemen sumber daya manusia adalah mengelola sumber daya manusia (Sutrisno, 2015:3). Menurut Hasibuan (2014:23), manajemen sumber daya manusia adalah pendekatan terhadap manajemen manusia. Pendekatan terhadap manajemen manusia tersebut didasarkan pada nilai manusia dalam hubungannya dengan organisasi. Manusia merupakan sumber daya yang penting dalam organisasi di samping itu efektivitas organisasi sangat ditentukan oleh manajemen manusia.

Pengembangan SDM

Efisiensi suatu organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan anggota organisasi itu sendiri. Di dalam perusahaan yang bertujuan mencari untung, tujuan ini dapat dicapai dengan baik kalau karyawan- karyawannya dilatih secara sempurna. Latihan-latihan yang baik diperlukan setiap saat baik bagi karyawan- karyawan baru maupun karyawan-karyawan yang telah lama berada dalam perusahaan. Karyawan-karyawan baru yang setiap kali ditarik oleh perusahaan, membutuhkan latihan-latihan sebelum mereka dapat menjalankan tugas-tugas yang menjadi kewajibannya. Sedangkan bagi karyawan-karyawan lama, mereka membutuhkan latihan-latihan karena adanya tuntutan dari tugas-tugasnya yang sekarang, ataupun dipromosikan pada jabatan yang lain. Pengembangan sumber daya manusia jangka panjang sebagai pembeda dari kegiatan pelatihan untuk pekerjaan tertentu telah menjadi perhatian dari pengembangan sumber daya manusia. Melalui kegiatan pengembangan karyawan yang ada, pengembangan sumber daya manusia berusaha mengurangi ketergantungan perusahaan terhadap pengangkatan karyawan baru. Jika karyawan dikembangkan secara tepat, lowongan formasi, melalui kegiatan perencanaan sumber daya manusia, akan dapat diisi secara internal. Promosi dan transfer juga memperlihatkan kepada karyawan bahwa mereka mempunyai suatu karier, tidak sekedar kerja. Pengusaha dapat memperoleh keuntungan atas meningkatnya kontinuitas operasi dan juga makin besarnya komitmen para karyawan terhadap perusahaan.

Lingkungan Kerja

Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai keadaan lingkungan sekitarnya, antara manusia dan lingkungan terdapat hubungan yang sangat erat. Dalam hal ini, manusia akan selalu berusaha untuk beradaptasi dengan berbagai keadaan lingkungan sekitarnya. Demikian pula halnya ketika melakukan pekerjaan, karyawan sebagai manusia tidak dapat dipisahkan dari berbagai keadaan disekitar tempat mereka bekerja, yaitu lingkungan kerja. Selama melakukan pekerjaan, setiap karyawan akan berinteraksi dengan berbagai kondisi yang terdapat dalam lingkungan kerja Menurut Komarudin (2016:231), menyatakan bahwa : lingkungan kerja adalah kehidupan sosial, psikologi, dan fisik dalam perusahaan yang berpengaruh terhadap pekerja dalam melaksanakan tugasnya. Kehidupan sosial yang dimaksud berkenaan dengan keyakinan nilai-nilai, sikap, pandangan, pola atau gaya hidup di lingkungan sekitar serta interaksi antara orang-orang yang bekerja dalam suatu perusahaan baik itu interaksi antara atasan dengan bawahan maupun dengan rekan kerja.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2016: 13).

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel indenpenden sebagai

faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2016:151) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = kinerja

X₁= pengembangan SDM X₂=disiplin kerja

X₃= lingkungan kerja

a = Nilai konstanta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.156	3.434		.533
	Pengembangan SDM	.281	.086	.312	.002
	Disiplin kerja	.341	.096	.377	.001
	Lingkungan kerja	.323	.106	.306	.004

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2.156 + 0.281X_1 + 0.341X_2 + 0.323X_3$$

Keterangan :

Y = Kinerja

X₁ = Pengembangan Sumber Daya Manusia

X₂ = Disiplin Kerja

X₃ = Lingkungan Kerja

1. Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : Nilai konstanta 2.156 mempunyai arti bahwa apabila variabel Pengembangan Sumber Daya Manusia(X₁), Disiplin Kerja(X₂) dan Lingkungan Kerja(X₃) dianggap tetap maka variabel Kinerja (Y) akan tetap sebesar 2.156
2. Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (X₁) terhadap Kinerja(Y) Nilai koefesien regresi variabel X₁ (Pengembangan Sumber Daya Manusia) adalah sebesar 0.281 dengan asumsi apabila X₁ (Pengembangan Sumber Daya Manusia) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.281 kali.
3. Pengaruh Disiplin Kerja (X₂) terhadap Kinerja(Y). Nilai koefesien regresi variabel X₂ (Disiplin Kerja) adalah sebesar 0.341 dengan asumsi apabila X₂ (Disiplin Kerja) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.341 kali.
4. Pengaruh Lingkungan Kerja(X₃) terhadap Kinerja(Y). Nilai koefesien regresi variabel X₃ (Lingkungan Kerja) adalah sebesar 0.323 dengan asumsi apabila X₃ (Lingkungan Kerja) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.323 kali.

Pembahasan

Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengembangan SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,002 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat Pengembangan SDM maka kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Silalahi (2015:249) mengemukakan bahwa pengembangan sumber daya manusia adalah upaya berkesinambungan meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam arti yang seluas-luasnya, melalui pendidikan, latihan, dan pembinaan. Pengembangan SDM dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pegawai seperti mengikuti berbagai macam seminar, mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan baik di tingkat Kabupaten maupun ditingkat Provinsi. Selain itu pengembangan SDM juga dapat dilakukan dengan meningkatkan pendidikan seperti menambah jenjang pendidikan Sarjana bagi pegawai yang masih tamatan SMA, begitu juga dengan pegawai yang sudah Sarjana meningkatkan pendidikannya dengan mengambil pendidikan Pasca Sarjana.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karena nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat disiplin kerja ASN pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu maka kinerja juga akan semakin meningkat. Hal ini menggambarkan dengan adanya perhatian terhadap lingkungan kerja baik dari segi pencahayaan, suhu ruangan, sarana dan prasarana yang lengkap akan menunjang peningkatan kinerja pegawai.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karena nilai signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat lingkungan kerja ASN pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu maka kinerja juga akan semakin meningkat. Hal ini menggambarkan dengan adanya perhatian terhadap lingkungan kerja baik dari segi pencahayaan, suhu ruangan, sarana dan prasarana yang lengkap akan menunjang peningkatan kinerja pegawai. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Komarudin (2016:231), menyatakan bahwa : lingkungan kerja adalah kehidupan sosial, psikologi, dan fisik dalam perusahaan yang berpengaruh terhadap pekerja dalam melaksanakan tugasnya. Kehidupan sosial yang dimaksud berkenaan dengan keyakinan nilai-nilai, sikap, pandangan, pola atau gaya hidup di lingkungan sekitar serta interaksi antara orang-orang yang bekerja dalam suatu perusahaan baik itu interaksi antara atasan dengan bawahan maupun dengan rekan kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,002 (bernilai positif) lebih kecil dari 0,05.
2. Disiplin Kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 (bernilai positif) lebih kecil dari 0,05
3. Lingkungan Kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,004 (bernilai positif) lebih kecil dari 0,05
4. Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kinerja pada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan, semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen karena semua hasil bernilai positif dan lebih kecil dari 0,05.

Saran

1. Diharapkan kepada pimpinan Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu untuk lebih teliti dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia karena dengan adanya pengembangan SDM mampu meningkatkan kinerja pegawai.
2. Disarankan kepada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu agar melengkapi sarana dan prasarana kerja yang mengikuti perkembangan teknologi seperti mengganti laptop lama dengan model dan tipe terbaru, dan peralatan lain yang dapat mempermudah pekerjaan dengan versi terbaru dengan mengikuti perkembangan teknologi.
3. Disarankan kepada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu agar dapat lebih memperhatikan kedisiplinan kerja pegawai dan memberikan sanksi pada pegawai yang sering terlambat.
4. Disarankan kepada Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu agar dapat menambah ac diruangan kerja agar lingkungan kerja menjadi lebih nyaman.
5. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti lebih dalam faktor- factor yang mempengaruhi kinerja di Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu dengan variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Harbani, Pasolong. 2013. Kepemimpinan Birokrasi. Bandung : CV.Afabeta Hasibuan, Malayu. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kesembilan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kesembilan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Komaruddin. 2016. Ensiklopedia Manajemen. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Mahmudi. 2015. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta:UPP AMP YKPN. Mangkunegara,. Anwar Prabu. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mangkunegara. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Martoyo Susilo, 2017, Manajemen Sumber Daya Manusia, edisi keempat, cetakan pertama, BPFE, Yogyakarta
- Moekijat, 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan kesembilan, Bandung: Mandar Maju
- Prawirosentono, Suryadi. 2014. Kebijakan Kinerja Karyawan. Yogyakarta:BPFE. Prawirosentono, Suryadi. 2016. Kebijakan Kinerja Karyawan. Yogyakarta: BPFE.
- Rachmawati, Fransisca. 2015. Pengaruh Pelatihan Kerja da Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. TRIAS SENTOSA Vol.4, No.2, Surabaya:Jurnal Manajemen Bisni
- Rivai, Veithzal dan Mulyadi, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Jakarta: Rajawali Pers
- Sedarmayanti. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil, Cetakan Kelima, PT Refika Aditama, Bandung
- Silalahi, Berneth. 2015, Manajemen Sumberdaya Manusia, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen LPMI, Jakarta
- Simamora, Henry. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sinungan, Muchdarsyah, 2014. Produktivitas Apa dan Bagaimana, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Ke- 18 .Bandung Alfabeta.
- Supardi, Arikunto, 2016. Penelitian Tindakan Kelas. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Sutrisno, Edy. 2015. Budaya Organisasi. Cetakan kedua. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Sutrisno, Edy. 2015. Budaya Organisasi. Cetakan kedua. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.

The Effect of Organizational Commitment and Job Satisfaction on the Performance of the State Civil Apparatus on the National Land Agency Bengkulu Province

Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu

Ayu Satriani ¹⁾; Oni Yulianti ²⁾; Andriyani Prawitasari ²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ ayusatriani6260@gmail.com; ²⁾ onidehasen@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Organizational
Commitment, Job
Satisfaction, Performance

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 54 orang pegawai ASN pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 12,190 + 0,198X_1 + 0,525 X_2$, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,419. Hal ini berarti bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu sebesar 41,9%, sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel X_1 (komitmen organisasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka X_1 (komitmen organisasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Variabel X_2 (kepuasan kerja) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka X_2 (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja memiliki pengaruh secara simultan signifikan terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu...

ABSTRACT

The results of the regression analysis show $Y = 12.190 + 0.198X_1 + 0.525 X_2$, this describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between X_1 (organizational commitment) and X_2 (job satisfaction) on the performance (Y) of the State Civil Apparatus of the Provincial National Land Agency. Bengkulu. The value of the coefficient of determination is 0.419. This means that organizational commitment and job satisfaction affect the performance of the State Civil Apparatus of the Bengkulu Province National Land Agency by 41.9%, while the remaining 59.8% is influenced by other variables not examined in this study. Variable X_1 (organizational commitment) shows a significance value of $0.038 < 0.05$. Because the significance value is less than 0.05, then X_1 (organizational commitment) has a significant influence on the performance of (Y) State Civil Apparatus at the National Land Agency of Bengkulu Province. Variable X_2 (job satisfaction) shows a significance value of $0.000 < 0.05$. Because the significance value is less than 0.05, then X_2 (job satisfaction) has a significant effect on the performance of (Y) State Civil Apparatus at the National Land Agency of Bengkulu Province. The results of the F test at a significance level of 0.05 explains that organizational commitment and job satisfaction have a significant simultaneous influence on the performance of the State Civil Apparatus of the National Land Agency of Bengkulu Province.

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya yang dikenal dengan sumber daya manusia. Mengingat pentingnya peranan sumber daya manusia dalam keberhasilan organisasi, maka sumber daya manusia harus dibina dan diarahkan sesuai dengan tujuan organisasi agar tujuan organisasi lebih mudah dicapai.

Manajemen sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, sering dihadapkan pada masalah kinerja pegawai. Hal tersebut dikarenakan seorang pegawai bisa saja

menjalankan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan baik, mungkin pula tidak. Apabila pegawai telah menjalankan tugas dengan baik maka sudah sesuai dengan keinginan organisasi, tetapi jika tugas yang diberikan tidak terlaksana dengan baik maka diperlukan pemecahan untuk mengetahui sebab-sebabnya.

Suatu organisasi akan dapat berjalan dengan baik apabila ada perhatian lebih dari organisasi dalam memilih kebijakan-kebijakan yang diambil. Hal tersebut sangat mempengaruhi tujuan organisasi yaitu agar pegawai dapat memberikan kontribusi kepada organisasi dengan memanfaatkan kemampuan dan keahlian secara optimal. Organisasi juga perlu memberi kesempatan dan memberikan perhatian yang penuh terhadap kreativitas, inisiatif gagasan, saran-saran, pendapat bahkan kritik-kritik dari pegawai yang membangun mengenai kemajuan organisasi. Adanya perlakuan tersebut diharapkan akan timbul komitmen pegawai terhadap organisasinya. Peranan komitmen adalah untuk menjaga keberlangsungan mekanisme dari fungsi fungsi yang telah disepakati oleh organisasi dalam merealisasikan tujuan-tujuan. Pegawai yang memiliki komitmen akan menjiwai pekerjaannya dan mereka akan bekerja dengan hati dan pikirannya dan memandang pekerjaan bukan sebagai sebuah beban.

Kinerja menurut Mangkunegara (2017:309), adalah perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam suatu organisasi. Kinerja yang baik dapat dilihat dari hasil pekerjaan yang dapat dicapai oleh seorang pegawai. Jika hasil pekerjaan seorang pegawai baik dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan maka tujuan akan dapat tercapai.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai adalah kepuasan kerja. Kepuasan kerja menurut Handoko (2014:45), yaitu keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi para pegawai memandang pekerjaan mereka. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Kepuasan kerja dapat dinikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan, dan kombinasi dalam dan luar pekerjaan. Kepuasan dalam pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh pujian hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan, dan suasana komitmen organisasi yang baik. Pegawai lebih suka menikmati kepuasan kerja dalam pekerjaan akan lebih mengutamakan daripada balas jasa walaupun balas jasa itu penting.

Kepuasan kerja diluar pekerjaan adalah kepuasan kerja pegawai yang dinikmati di luar pekerjaan dengan besarnya balas jasa yang akan diterima dari hasil kerjanya agar dia dapat memenuhi segala kebutuhan-kebutuhannya. Pegawai yang lebih suka menikmati kepuasannya di luar pekerjaannya lebih suka mempersoalkan balas jasa daripada pelaksanaan tugas-tugasnya. Kepuasan kerja kombinasi dalam dan luar pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dicerminkan oleh sikap emosional yang seimbang antara balas jasa dengan pelaksanaan pekerjaannya. Pegawai yang menikmati kepuasan kerja kombinasi dalam dan luar pekerjaan akan merasa puas jika hasil kerja dari balas jasanya dirasa adil dan layak. Tidak ada tolak ukur tingkat kepuasan yang mutlak karena setiap individu pegawai berbeda tingkat standar kepuasannya. Indikator kepuasan kerja hanya dapat diukur dengan kedisiplinan, moral kerja, dan pergantian (turnover) maka secara relatif kepuasan kerja pegawai baik. Sebaliknya jika kedisiplinan, moral, kerja, dan turnover pegawai besar maka kepuasan kerja karyawan di instansi berkurang.

Selain kepuasan kerja, kinerja juga dipengaruhi oleh komitmen organisasi. Komitmen organisasi merupakan loyalitas yang dimiliki pegawai terhadap instansi dimana pegawai bekerja. Komitmen organisasi yang dimiliki pegawai juga dapat dipandang sebagai suatu keadaan dimana seseorang pegawai memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berminat memelihara keanggotaan dalam organisasi tersebut. Komitmen yang tinggi akan membuat pegawai setia pada instansi dan akan bekerja keras untuk kemajuan instansi.

Pegawai akan berusaha berkontribusi dalam bentuk tenaga ataupun pikiran demi kemajuan dan tercapainya tujuan instansi. Komitmen ini merupakan hasil timbal balik atas apa yang diberikan oleh instansi bagi pegawai. Pegawai akan puas dengan pekerjaan mereka apabila instansi mampu memberikan timbal balik yang adil dan layak, hal tersebut akan meningkatkan komitmen yang dimiliki pegawai terhadap instansi. Instansi perlu memperhatikan komitmen organisasi yang dimiliki oleh pegawai dan kepuasan kerja pegawai, karena hal tersebut memberikan timbal balik yang positif untuk instansi.

Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu merupakan sebuah instansi yang ada di Provinsi Bengkulu yang bertugas membantu pemerintah dalam pelaksanaan pemerintahan yang berhubungan dengan pertanahan. Fenomena yang terjadi pada saat ini di Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu adalah masih rendahnya kepuasan kerja yang disebabkan kurang perhatian dari instansi terhadap pegawai yang memiliki prestasi dan juga promosi jabatan yang masih menggunakan sistem kekeluargaan. Untuk komitmen organisasi juga masih adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pegawai karena tidak mematuhi Standar Operasional Instansi baik dengan sengaja atau tidak sengaja menunjukkan loyalitas yang dimiliki pegawai masih rendah. Pegawai yang memiliki loyalitas baik menunjukkan adanya komitmen organisasi yang baik dimiliki pegawai. Sedangkan loyalitas yang rendah menunjukkan rendahnya komitmen organisasi yang dimiliki oleh pegawai. Komitmen organisasi

memberikan timbal balik baik bagi pegawai dan instansi. Untuk itu perlu bagi instansi untuk memperhatikan komitmen organisasi yang dimiliki oleh pegawai demi kemajuan dan keberlangsungan instansi.

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Sutrisno (2017:4) manajemen sumber daya manusia merupakan pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang sangat penting dalam memberi kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi, dan menggunakan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa sumber daya manusia tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi dan masyarakat.

Jadi manajemen sumber daya manusia dapat juga merupakan kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, serta penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi. Walaupun objeknya sama-sama manusia, namun pada hakikatnya ada perbedaan hakiki antara manajemen sumber daya manusia dengan manajemen tenaga kerja atau dengan manajemen personalia.

Komitmen Organisasi

Zainuddin (2014:25) mendefinisikan “komitmen organisasi sebagai kekuatan yang bersifat relatif dari individu dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya ke dalam bagian organisasi”, hal ini dapat ditandai dengan tiga hal, yaitu :

1. Penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.
2. Kesiapan dan kesediaan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh atas nama organisasi.
3. Keinginan untuk mempertahankan keanggotaan di dalam organisasi (menjadi bagian dari organisasi).

Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan. Berdasarkan definisi ini, dalam komitmen organisasi tercakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.

Kepuasan Kerja

Menurut Sutrisno (2017:74), kepuasan kerja adalah suatu sikap pegawai terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerjasama antar pegawai, imbalan yang diterima dalam kerja dan hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis.

Kepuasan kerja menurut Handoko (2014:45), yaitu keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi para pegawai memandang pekerjaan mereka. Menurut Hasibuan (2014:52) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja. Kepuasan kerja itu sendiri dapat diartikan sebagai hasil kesimpulan yang didasarkan pada perbandingan mengenai apa yang secara nyata diterima oleh pegawai dari pekerjaannya dibandingkan dengan apa yang diharapkan, diinginkan dan dipikirkan sebagai hal yang pantas atau berhak baginya.

Kepuasan kerja dalam pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh pujian hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan, dan suasana komitmen organisasi yang baik. Pegawai yang lebih suka menikmati kepuasan kerja dalam pekerjaan akan lebih mengutamakan pekerjaannya daripada balas jasa walaupun balas jasa itu penting. Kepuasan di luar pekerjaan adalah kepuasan kerja pegawai yang dinikmati di luar pekerjaan dengan besarnya balas jasa yang akan diterima dari hasil kerjanya, agar dia dapat membeli kebutuhan-kebutuhannya. Kepuasan kerja kombinasi dalam dan luar pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dicerminkan oleh sikap emosional yang seimbang antara balas jasa dengan pelaksanaan pekerjaannya. Pegawai yang lebih menikmati kepuasan kerja kombinasi dalam dan luar pekerjaan akan merasa puas jika hasil kerja dan balas jasanya dirasa adil dan layak.

Kinerja

Menurut Mangkunegara (2017:67), kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Tidak jauh berbeda Siagian (2014:227) mendefinisikan kinerja sebagai suatu keseluruhan kemampuan seseorang untuk bekerja sedemikian rupa sehingga mencapai tujuan kerja secara optimal dan berbagai sasaran yang telah diciptakan dengan pengorbanan yang secara rasio lebih kecil dibandingkan dengan hasil yang dicapai.

Prawirosentono (2014:176) lebih cenderung menggunakan kata performance dalam menyebut kata kinerja. Menurutnya performance atau kinerja adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2016: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yaitu pengaruh komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2016:151) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kinerja
 X_1 = komitmen organisasi
 X_2 = kepuasan kerja
 b_1, b_2 = koefisien korelasi
a = Nilai konstanta
e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel 8 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.190	4.804		2.537	.014
Komitmen Organisasi	.198	.093	.238	2.132	.038
Kepuasan Kerja	.525	.109	.537	4.816	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 pada Tabel 1 maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 12,190 + 0,198X_1 + 0,525 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 12,190 mempunyai arti bahwa apabila variabel Komitmen organisasi (X_1) dan kepuasan kerja (X_2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kinerja (Y) akan tetap sebesar 12,190.
2. Pengaruh Komitmen organisasi (X_1) terhadap kinerja (Y)
 Nilai koefisien regresi variabel X_1 (Komitmen organisasi) adalah sebesar 0,198, dengan asumsi

apabila X_1 (Komitmen organisasi) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Kinerja) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,198.

3. Pengaruh Kepuasan kerja (X_2) terhadap Kinerja (Y)

Nilai koefisien regresi variabel X_2 (kepuasan kerja) adalah sebesar 0,525, dengan asumsi apabila X_2 (kepuasan kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,525.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.419	.396	2.444

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Berdasarkan Tabel 2 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,419. Hal ini berarti bahwa X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) berpengaruh terhadap kinerja (Y) sebesar 41,9% sedangkan sisanya ($100-41,9\% = 59,8\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.0 dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.190	4.804		2.537	.014
	Komitmen Organisasi	.198	.093	.238	2.132	.038
	Kepuasan Kerja	.525	.109	.537	4.816	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Dari hasil perhitungan Tabel 3 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Komitmen organisasi)

Hasil pengujian untuk variabel X_1 (komitmen organisasi) menunjukkan $t_{hitung} = 2,132$ kemudian dibandingkan dengan dengan nilai t_{tabel} dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n-2 = 54-2 = 52$, diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,674. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,132 > 1,674) dengan nilai signifikansi sebesar 0,038. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar 0,038 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_1 (komitmen organisasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

2. Variabel X_2 (Kepuasan kerja)

Hasil pengujian untuk variabel X_2 (kepuasan kerja) menunjukkan $t_{hitung} = 4,816$ kemudian dibandingkan dengan dengan nilai t_{tabel} dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n-2 = 54-2 = 52$, diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,674. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,816 > 1,674) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_2 (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur pengaruh X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) terhadap kinerja (Y) secara bersama-sama (simultan) maka digunakan uji F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova (uji f) dapat dilihat pada Tabel 11 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.550	2	109.775	18.383	.000 ^b
	Residual	304.543	51	5.971		
	Total	524.093	53			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai $F_{hitung} = 18,383$ sedangkan F_{tabel} ($df_1=k-1=2-1=1$, sedangkan $df_2= n-k = 54-2=52$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 4,03, berarti diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,383 > 4,03$) sejalan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara simultan X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y). Berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel-variabel bebas yaitu X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara (Y) pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu dapat diuraikan hasil analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi dan Pengujian Hipotesis

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 12,190 + 0,198X_1 + 0,525 X_2$					
Komitmen organisasi	0,198	0,238		0,038	Signifikan
Kepuasan kerja	0,525	0,537		0,000	Signifikan
Uji F				0,000	Signifikan
Determinasi			0,419		41,9%

Sumber: Analisis Output SPSS Versi 21.0, 2021

Pengaruh Komitmen organisasi Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen organisasi terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat komitmen organisasi pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu maka kinerja Aparatur Sipil Negara juga akan meningkat. Artinya dengan komitmen yang tinggi akan mampu mempengaruhi kinerja pegawai untuk bekerja lebih giat terlihat dari mampu bekerja sesuai standar yang ada ada di instansi dan mampu bekerjasama dengan baik. Pada ASN selalu mengerjakan semua tugas dan kewajiban yang diberikan, bekerja sesuai dengan peraturan yang diberikan, selalu ikut serta dengan semua kegiatan yang dilakukan oleh insntansi dan mendahulukan kepentingan kantor daripada kepentingan pribadi.

Kinerja Aparatur Sipil Negara dapat ditunjukkan dengan hasil pekerjaan Aparatur Sipil Negara di instansi dengan adanya komitmen yang diterapkan dalam diri masing-masing Aparatur Sipil Negara, mereka jadi semangat untuk bekerja dan dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan standar waktu yang telah ditentukan, selain itu Aparatur Sipil Negara dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan visi dan misi instansi. Hal ini berarti bahwa kinerja Aparatur Sipil Negara akan meningkat ketika komitmen organisasi berada dalam posisi yang tinggi dalam suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Danim (2016:53), bahwa komitmen sebagai sebuah sikap, memiliki ruang lingkup yang lebih global daripada kepuasan kerja, karena komitmen organisasi menggambarkan pandangan terhadap organisasi secara keseluruhan, bukan hanya aspek pekerjaan saja. Komitmen organisasi yang ada pada Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu dapat dilihat dari melakukan semua kewajiban yang diberikan kepadanya, selalu memegang teguh tugas dan tanggung jawab, selalu memberikan dukungan kepada semua kegiatan yang akan memajukan organisasi, serta mendukung terhadap semua keputusan yang diambil pimpinan demi kemajuan Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kepuasan kerja maka kinerja Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu juga akan semakin meningkat. Artinya dengan adanya perhatian yang diberikan oleh instansi terhadap pegawainya maka kepuasan kerja pegawai akan tercipta sehingga pegawai dapat meningkatkan kinerjanya.

Kepuasan kerja dan kinerja pegawai merupakan hal penting yang harus diperhatikan Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu dalam mengelola pegawai yang bekerja di Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu. Kepuasan kerja pegawai harus diperhatikan oleh Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu karena kepuasan kerja dapat mempengaruhi kinerja yang membuat pegawai merasa ingin memberikan usaha terbaik dan ikut berjuang bersama untuk mencapai tujuan instansi. Oleh karena itu, sangat penting bagi Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu untuk memperhatikan kedua faktor tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Robbins (2015:170) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah suatu sikap umum terhadap pekerjaan seseorang sebagai perbedaan hal penting yang dimiliki individu dalam bekerja. Setiap individu pekerja karakteristik berbeda-beda pula tinggi rendahnya kepuasan kerja tersebut dapat memberikan dampak yang tidak sama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 12,190 + 0,198X_1 + 0,525 X_2$, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X_1 (komitmen organisasi) dan X_2 (kepuasan kerja) terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.
2. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,419. Hal ini berarti bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu sebesar 41,9%, sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Variabel X_1 (komitmen organisasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka X_1 (komitmen organisasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.
4. Variabel X_2 (kepuasan kerja) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka X_2 (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) Aparatur Sipil Negara pada Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.
5. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja memiliki pengaruh secara simultan signifikan terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu.

Saran

1. Aparatur Sipil Negara Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu perlu meningkatkan keterikatan mereka terhadap pekerjaan dengan lebih bersemangat lagi dalam bekerja untuk tercapainya tujuan dan keberhasilan instansi.
2. Disarankan kepada Kepala Badan Pertanahan Nasional Provinsi Bengkulu untuk memberikan kebijakan promosi jabatan kepada pegawai yang berprestasi agar terciptanya kepuasan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Teguh Sulistiyan dan Rosidah. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Danim, Sudarwan. 2016. *Kinerja Staf dan Organisasi*. Bandung : Pustaka Setia
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Hani T. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Penerbit: BPFE
- Harbani, Pasolong. 2013. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung : CV.Afabeta
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kesembilan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Indrawijaya, A. I. 2017. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Sinar Baru.
- Luthans, Fred. 2014. *Perilaku organisasi*. Edisi 10. Yogyakarta : ANDI
- Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Mangkunegara,. Anwar Prabu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mekta, Hendrawan Qonit. 2017. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai PT. Indra Kelana Yogyakarta. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*
- Muhyi, Herwan Abdul. 2015. *Pengaruh Budaya Organisasi. Kinerja Karyawan Terhadap Komitmen Organisasi pada Pelayaran*. Tesis, Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpad
- Narimawati, Umi. 2014. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Medi
- Prawirosentono, Suyadi. 2014. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta:BPFE.
- Robbins, Stephen P. 2015. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat
- Siagian, S.P. 2014. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*, Penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- Soekidjan, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta : Bumi Aksara
- Sopiah. 2015. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-18 .Bandung Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2017. *Budaya Organisasi*. Cetakan Kedua. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sutrisno, Edy. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Wahyudi, T., Susena, K. C., & Ferina, Z. I. (2021). The Effect Of Organizational Culture And Organizational Commitments On The Performance Of The State Civil Apparatus At The Transportation Office Of Kaur Regency. *JURNAL EMAK*, 2(2), 111-117.
- Wahyudi. 2020. Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Kaur. *Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu*
- Widayanti, Catur. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK) E-ISSN : 2747-0199 Volume 1, Issue 1*.
- Zainuddin, 2015. *The Journalist*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher

The Influence of Word of Mouth and Brand Image on Using Decisions Grabfood Services

Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Grabfood

Fikri Nazih Juniansyah¹⁾; Karona Cahya Susena²⁾; Nia Indriasari²⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ fikrinazihjuniansyah@gmail.com; ²⁾ karona.cs@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Word Of Mouth, Brand
Image, Service Usage
Decision

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Adakah Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Grab Food di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana data penelitian memuat angka dan di analisis menggunakan statistik. Dengan jumlah sampel 100 responden, responden diberikan beberapa pernyataan tentang pengaruh word of mouth dan brand image terhadap keputusan penggunaan layanan jasa grabfood. Pengujian hipotesis secara simultan nilai Fratio sebesar 75.537 dengan nilai probabilitas (sig.)= 0.000. artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai (sig.) 0,000 < 0,05, maka H_a diterima. Artinya variabel Word of Mouth (X_1), Brand image (X_2) sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Grab food Kota Bengkulu.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of word of mouth and brand image on the decision to use Grab Food services in Bengkulu City. This research uses quantitative research methods, where research data contains numbers and is analyzed using statistics. With a sample of 100 respondents, respondents were given several statements about the influence of word of mouth and brand image on the decision to use Grabfood services. Simultaneous Hypothesis testing, Fratio value is 75,537 with probability value (sig.) = 0.000. meaning that the significance value is less than the probability value of 0.05 or the value (sig.) 0.000 < 0.05, then H_a is accepted. This means that the variable Word of Mouth (X_1), Brand image (X_2) both have a positive and significant effect on the Decision to Use Grab Food Services in Bengkulu City.

PENDAHULUAN

Globalisasi yang terjadi sekarang ini menyebabkan persaingan pasar menjadi ketat, dan secara tidak langsung mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya. Persaingan yang ketat ini juga disebabkan karena pelanggan pada saat ini cenderung bersikap kritis dan dihadapkan pada banyak pilihan. Perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat, strategi ini dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan (Susetyaningsih 2008).

Perusahaan yang dapat bersaing didalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Perusahaan harus mempelajari dan memahami perilaku konsumen dalam membeli dan mengonsumsi suatu produk. Perusahaan diharuskan untuk memahami perilaku konsumen dengan tujuan agar perusahaan dapat mengelola strategi untuk tercapainya kesuksesan dan mempertahankan pangsa pasarnya. Produk yang dihasilkan perusahaan haruslah produk yang berguna dan menarik bagi konsumen, serta memiliki nilai yang bermutu dan inovatif sehingga terciptanya word of mouth effects (Tjahyadi, 2006).

Memasuki pasar baru memerlukan biaya yang cukup besar. Biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelanggan baru enam kali sangat besar dari biaya mempertahankan pelanggan yang ada, oleh karena itu alternatif yang baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada, salah satunya adalah dengan melalui usaha untuk meningkatkan kesetiaan dan loyalitas pelanggan.

Pesatnya perkembangan teknologi dan faktor-faktor lainnya menyebabkan konsumen harus didorong ke zona delight, yaitu suatu wilayah dimana pelanggan merasa bahagia atau gembira yang mengarah kepada komitmen dan loyalitas, karena hanya pelanggan yang benar-benar puas atau delight yang dapat loyal kepada perusahaan. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah – masalah sosial dan ekonomi, hal itu didukung dengan pernyataan Rahardjo (2002:41) yaitu “adanya

teknologi informasi dapat membantu mengatasi masalah, kendala atau ketidakmampuan kita pada sesuatu. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh orang, organisasi maupun perusahaan adalah internet”.

Tingginya tingkat persaingan yang terjadi menuntut sebuah perusahaan untuk mempunyai strategi yang tepat dalam mencapai tujuannya. Keberadaan pelanggan merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan, sehingga mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya dimaksudkan untuk pelanggan mau kembali dan membeli lagi produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

Peter dan Olson (2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih. Perilaku seseorang bisa diartikan membeli atau menggunakan produk, Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2012: 154) adalah keputusan pembeli tentang pilihan merek yang akan dibeli, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain.

Keller (2012) menyatakan jasa adalah setiap aktivitas manfaat atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik. Brand Image menjadi prioritas utama yang dijadikan acuan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian. Perusahaan harus dapat menciptakan suatu merek yang menarik dan menggambarkan manfaat produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap merek tersebut.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Armstrong, (2004) menyatakan bahwa Pemasaran berupaya menarik konsumen dengan menjanjikan nilai yang unggul dan tetap mempertahankan konsumen lama dengan memberikan kepuasan. Perusahaan harus benar-benar berfokus pada pasar jika ingin mendapatkan kesuksesan. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka ingin dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan pihak lain).

Tjiptono (2011:2), mengemukakan bahwa manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Kotler dan Armstrong (2012:5) mengemukakan bahwa pemasaran adalah “proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun yang kuat hubungan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai gantinya”.

Konsep Word Of Mouth

Word of mouth adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan dan penerima pesan dimana penerima pesan menerima pesan dengan cara tidak komersil mengenai suatu produk, pelayanan, atau merek. *Word of mouth* menjadi referensi yang membentuk harapan pelanggan. Hasan (2010) menyatakan , *word of mouth* merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul - betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. *Word of mouth* dapat membentuk kepercayaan para pelanggan.

Brand Image

Citra merupakan suatu komponen pendukung bagi sebuah merek, dimana ia mewakili “wajah” dan juga mutu sebuah produk. Jika merek ibarat mengenal manusia dari namanya, maka citra bagaikan kesan yang kita lihat dari manusianya. Kotler (2004:315) menyatakan bahwa citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Pendapat Kotler ini didukung oleh pernyataan Paul Temporal (2001:104) yang menyatakan bahwa citra merupakan apa yang dipikirkan atau bahkan dibayangkan orang-orang tentang sesuatu.

Supranto, (2011: 128) mengatakan “Citra merek ialah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek.” Selain itu (Rahman, 2010: 181) mengungkapkan “merek bisa memperkuat citra diri dan persepsi orang lain terhadap pemakai/ pemiliknya.”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada Skripsi ini yaitu penelitian kuantitatif., dimana data penelitian memuat angka dan di analisis menggunakan statistic. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan September pada Konsumen Grab Food dikota Bengkulu. Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan selama 1 bulan.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2010), dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu. Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat minimal 2 variabel independen. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat), dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2019) Adapun bentuk matematisnya regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Penggunaan Jasa

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien Regresi

X₁ : Word Of Mouth

X₂ : Brand Image

E : Error term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan pengujian uji kualitas data, maka tahapan selanjutnya melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi sederhana. Model ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.054	.975		1.080	.283
Tw	.591	.083	.529	7.103	.000
tbl	.471	.097	.361	4.843	.000

a. Dependent Variable: ty

Berdasarkan tabel 4.10 diatas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut: $Y = 1.054 + 0.591(X_1) + 0.471(X_2)$, dapat diartikan bahwa :

1. Nilai (*constant*) sebesar 1.504 mempunyai arti bahwa apabila variable *Word Of Mouth* (X₁) dan *Brand Image* (X₂), sama dengan nol maka variable kinerja karyawan (Y) akan tetap sebesar 1.504.
2. Koefisien regresi *Word Of Mouth* (X₁) sebesar 0.591 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel *Word Of Mouth* dapat meningkatkan nilai variabel Keputusan Penggunaan Layanan Jasa (Y) sebesar 0.591, dengan asumsi jika variabel *Brand image* (X₂) tetap atau = 0.
3. Koefisien regresi *Brand image* (X₂) sebesar 0.471 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel *Brand image* dapat meningkatkan nilai variabel Keputusan Penggunaan Layanan Jasa (Y) sebesar 0.471, dengan asumsi jika variabel *Word Of Mouth* (X₁) tetap atau = 0.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang “Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab Food* di Kota Bengkulu” Pengujian Hipotesis pada penelitian ini menggunakan *f* ratio, dan *t* value, yang diuji menggunakan bantuan SPSS 16. Digunakan untuk menguji pengaruh “Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab Food* di Kota Bengkulu”.

Pengujian Secara Parsial (t_{value})

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16 , maka didapat hasil seperti yang dijelaskan oleh Tabel berikut :

Tabel 2. Pengujian Secara Parsial (t_{value})

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.054	.975		1.080	.283
	Tw	.591	.083	.529	7.103	.000
	Tbl	.471	.097	.361	4.843	.000

a. Dependent Variable: ty

Berdasarkan uji secara parsial (t_{value}), diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 (pertama) dengan menggunakan uji t_{value} dapat dilihat pada tabel 4.7 yang memberikan hasil kesimpulan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa dengan koefisien nilai β 0,591 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya semakin Tinggi *Word Of Mouth* maka akan semakin Tinggi pula keputusan penggunaan jasa *Grab food* Kota Bengkulu . Dengan kata lain setiap peningkatan *Word Of Mouth* maka keputusan penggunaan jasa *Grab food* akan meningkat, Artinya *Word Of Mouth* (X1) dan keputusan penggunaan jasa (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.
2. Hipotesis 2 (dua) yang memberikan hasil kesimpulan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa dengan koefisien nilai β 0,471 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Semakin baik *Brand Image* maka akan semakin banyak pula keputusan penggunaan jasa. Artinya *Brand Image* (X2) dan Keputusan penggunaan jasa (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Pengujian Secara Simultan

Berdasarkan pengujian Hipotesis menggunakan SPSS 16, , maka didapat hasil hipotesis yang akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 3. Pengujian Secara Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.736	2	143.368	75.537	.000 ^a
	Residual	184.104	97	1.898		
	Total	470.840	99			

a. Predictors: (Constant), tbl, tw

b. Dependent Variable: ty

Pengujian hipotesis secara simultan nilai F_{ratio} sebesar 75.537 dengan nilai probabilitas (sig.)= 0.000. artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai (sig.) $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya variabel *Word of Mouth* (X1) , *Brand image* (X2) sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food* Kota.

Pembahasan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang warga kota Bengkulu, yang dapat memberikan informasi mengenai pengaruh variabel *Word of Mouth* (X1) , *Brand image* (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food*, Dengan penjelasan sebagai berikut :

Pengaruh variabel *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food*

Berdasarkan uji Hipotesis 1 (pertama) dengan menggunakan uji t_{value} dapat dilihat pada tabel 4.7 yang memberikan hasil kesimpulan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa dengan koefisien nilai β 0,591 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya semakin Tinggi *Word Of Mouth* maka akan semakin Tinggi pula keputusan penggunaan jasa *Grab food* Kota Bengkulu. Dengan kata lain setiap peningkatan *Word Of Mouth* maka keputusan penggunaan jasa *Grab food* akan meningkat, Artinya *Word Of Mouth* (X_1) dan keputusan penggunaan jasa (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan dan terbukti kebenarannya.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas sebesar 3,44 dalam kategori setuju.. Persepsi tertinggi diperoleh dari pernyataan "Konsumen membicarakan hal-hal positif tentang kualitas jasa kepada orang lain sehingga mereka tertarik untuk menggunakan Jasa *Grab Food*", dengan nilai rata-rata 3,82. Hal ini menandakan bahwa konsumen selalu berkomentar positif sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk menggunakan layanan *Grab Food*. Sedangkan pernyataan terendah sebesar 3,01 dalam kategori Netral meliputi "Saya merekomendasikan kepada orang lain mengenai pemesanan online makanan di *Grab Food*.", pernyataan ini menandakan konsumen belum paham betul dengan pemesanan *grab food*, sehingga belum mau untuk merekomendasikan *Grab Food*.

Hasan (2010) menyatakan, *word of mouth* merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul-betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. *Word of mouth* dapat membentuk kepercayaan para pelanggan.

Penelitian ini didukung Sagala (2015) : Judul "Pengaruh *Word of Mouth Communication* terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lembaga Kursus Bahasa Inggris, Language And Cultural Exchange". Hasil penelitian R^2 sebesar 0,23 berarti sebesar 23% tingkat keputusan konsumen menggunakan jasa dapat dijelaskan oleh *word of mouth communication* dan sisanya 77% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Yang artinya *word of mouth* Berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan jasa *Grab Food*.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab Food*

Berdasarkan hasil Hipotesis 2 (dua) yang memberikan hasil kesimpulan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa dengan koefisien nilai β 0,471 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Semakin baik *Brand Image* maka akan semakin banyak pula keputusan penggunaan jasa. Artinya *Brand Image* (X_2) dan Keputusan penggunaan jasa (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas mengenai persepsi responden terhadap item pernyataan secara umum menggambarkan variabel *Brand Image* dalam kategori Netral dengan rata-rata 3,27. Pernyataan paling tinggi adalah "Rasa nyaman Menggunakan aplikasi *GrabFood*, sehingga membuat saya tertarik untuk memesan kembali", artinya Konsumen merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa *GrabFood*. Sedangkan pernyataan terendah dengan rata-rata 3,10 dalam kategori Netral dengan pernyataan "Perbandingan Harga yang ditawarkan *GrabFood* terjangkau.". Hal ini menunjukkan karena ketikan konsumen menggunakan layanan *grab food* mereka merasa harga terjangkau dan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Citra yang kita inginkan dari orang-orang merupakan identitas yang sedang kita proyeksikan. Jadi jelaslah bahwa persepsi konsumen mengenai sebuah merek berisi gambaran dari sekumpulan identitas ataupun ekspresi kepribadian yang dimasukkan ke dalam suatu produk atau merek. Produsen perlu kreatif dan usaha yang keras dalam membangun citra, karena belum tentu apa yang kita proyeksikan sama dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Membangun citra merupakan suatu hal yang penting bagi produsen. Sebab citra adalah suatu kriteria yang digunakan konsumen dalam membuat keputusan membeli. Sebagaimana dikatakan oleh Beach (dalam Francoeur, 2004) yang mendefinisikan citra sebagai skemata atau *cognitif pathways* yang digunakan dalam pengambilan keputusan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Maria dan Tielung (2015), Judul Penelitian Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Salon Headquartesrs Manado Town square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki korelasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t pada tabel signifikansi $p-value = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan menolak H_0 atau Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan.

Pengaruh Variabel *Word Of Mouth* , *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab Food*

Pengujian hipotesis secara simultan nilai F_{ratio} sebesar 75.537 dengan nilai probabilitas (sig.)= 0.000. artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai (sig.) $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya variabel *Word of Mouth* (X_1) , *Brand image* (X_2) sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food* Kota Bengkulu.

Pada persepsi responden Keputusan Penggunaan Layanan Jasa dinyatakan dalam kategori Setuju dengan rata-rata 3,48. Hal ini dikarenakan minat konsumen menggunakan layanan jasa *Grab Food* setuju terhadap, Terbukti dari item Pernyataan tertinggi "*Grab Food* memberikan waktu yang fleksibel ,sehingga saya merasa puas menggunakan jasa *Grab Food* ." dengan rata-rata 3,62. Hal ini menggambarkan bahwa Konsumen puas menggunakan layanan jasa *grab food* yang fleksibel.

Sedangkan pernyataan terendah adalah "*Grab Food* menyediakan banyak metode pembayaran yang mudah dan praktis." dengan rata-rata 3,40. Hal ini dalam kategori tinggi ,tetapi terendah dari pernyataan lainnya. Menggambarkan kurang maksimalnya metode pembayaran yang dimana konsumen jika ingin menggunakan ovo, maka harus top-up terlebih dahulu, tetapi *grab food* juga menyediakan pembayaran cash.

Keputusan penggunaan layanan jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen serti dijelaskan oleh jogiyanto (2007 : 118) dalam *theory of reasoned action* bahwa konstruk sikap perilaku dan norma subyektif mempengaruhi niat perilaku seseorang dan berpengaruh pula terhadap konstruk perilaku seseorang. Dalam hal ini perilaku seseorang bisa diartikan membeli atau menggunakan produk. Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2012: 154) adalah keputusan pembeli tentang pilihan merek yang akan dibeli, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa yang artinya semakin Tinggi *Word Of Mouth* maka akan semakin Tinggi pula Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab Food* Kota Bengkulu. Dengan kata lain setiap peningkatan *Word Of Mouth* maka Keputusan Penggunaan Layanan Jasa akan meningkat.
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa. Yang artinya *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa . Semakin baik *Brand Image* maka akan semakin banyak pula Keputusan Penggunaan Layanan Jasa.
3. Pengujian hipotesis secara simultan nilai F_{ratio} sebesar 75.537 dengan nilai probabilitas (sig.)= 0.000. artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai (sig.) $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya variabel *Word of Mouth* (X_1) , *Brand image* (X_2) sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food* Kota Bengkulu.

Saran

1. Hasil penelitian ini diharapkan membarikan masukan dan pertimbangan untuk selalu berupaya meningkatkan *Word Of Mouth* dan *Brand Image* agar semakin menarik konsumen untuk menggunakan Layanan Jasa *Grab food* di Kota Bengkulu..
2. Untuk yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan *Word Of Mouth* , *Brand Image* dan Penggunaan Layanan Jasa *Grab food*. Hendaknya mempertimbangkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan remaja kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.,2004. Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of Brand Name, The Free Press, New York.
- Abdul, Rahman. 2010. Panduan Pelaksanaan Adminitrasi Pajak:Untuk Karyawan, Pelaku Bisnis Dan Perusahaan. Bandung: Nuansa.
- Ali Hasan. 2010. Marketing.Yogyakarta: Media PresindoSernovitz (2009),
- Beach, Lee Roy, 1993, Making The Right Decision Organizational Culture, Vision and Planning. United States of America : Prentice-Hall Inc. (dalam Francoeur, 2004)

- Collin, P.H dan Ivanovic A. (2004). Dictionary Of Marketing. Third Edition. Bloomsbury Publishing Plc. United States Of America.
- Diana, Sari. (2013). Konsep Dasar Perpajakan. Bandung: Refika Aditama
- Giantari, I. G. A. K., Zain, D., Rahayu, M., & Solimun. (2020). The Role Of Perceived Behavioral Control and Trust as Mediator of Experience on Online Purchasing Intentions Relationship A Study on Youths in Denpasar City (Indonesia). *International Journal of Business and Management Invention*, 2(1), 30–38
- Hair. J., Anderson. R.E., Tatham. R.L., Black. W.C. (2010). *Multivariate Data Analysis* fifth edition.
- Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar) *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika* 138 Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017
- Jamillah Dan Hadi (2017) Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Di Spencer Salon Cabang Soekarno Hattamalang., Vol 3, No 1 (2017)
- Joemon Pappachan (2016) Pappachan, Joemon. 2016. "Moderation Effect Of Travel Context In The Linkage Among Employee Service Quality, Satisfaction, And Trust On Word Of Mouth Of Airline Passenger In India". *Journal of Marketing*. Vol.1, No.1: 75-92.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jilid 1 dan jukud 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P. and Keller. K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Schiffman, Kanuk (2010). *Consumer Behavior, International Edition*: Pearson Education. New Jersey: Prentice-Hall
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Susena, K. C., Irwanto, T., & Priandi, E. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya Ib Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(2).
- Temporal, Paul. 2001. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara
- Supranto, 2011: 128
- Tjahyadi. R.A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelangganmerek. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov 2006'rahardjo (2002:41)

Cash Flow Analysis of School Operational Assistance Funds (BOS) at SMA Negeri 9 Seluma

Analisis Arus Kas Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) pada SMA Negeri 9 Seluma

Okta Antonius ¹⁾; Neri Susanti ²⁾; Novman Ahmad Ali ²⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Accounting, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ oktaantonius23@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

SMA BOS Funds, Planning, Implementation, Monitoring and Evaluation, Reporting

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah Menengah Atas (BOS SMA) di SMA Negeri 9 Seluma tahun 2018 ; (1) Perencanaan Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma, (2) Pelaksanaan Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma, (3) Pengawasan dan Evaluasi Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma, dan (4) Pelaporan Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi untuk penelitian ini adalah SMA Negeri 9 Seluma, dengan subjek penelitian Kepala Sekolah, Bendahara BOS, Guru, dan Komite Sekolah. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi, dan wawancara. Keabsahan data pada penelitian ini dengan trigulasi dan membercheck. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah: berupa dokume dari sekolah, dan mengambil kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Perencanaan Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma tahun 2018 dilakukan dengan menyusun RKAS oleh tim anggaran sekolah dengan diketahui oleh Komite Sekolah, guru, Karyawan, dan orang tua siswa. Penyusunan RKAS dilaksanakan bersamaan dengan penyusunan RAB BOS SMA. (2) Pelaksanaan Dana BOS SMA, penyaluran Dana BOS SMA tahun 2018 dalam 4 tahap. Pengambilan Dana BOS SMA oleh Bendahara BOS. Penggunaan Dana BOS SMA tahun 2018 diperuntukan membiayai kegiatan operasional sekolah non-operasional sebagaimana di petunjuk teknis BOS SMA tahun 2018. Publikasi dilakukan dengan memasang ringkasan RKAS di papan pengumuman dan memberikan selebaran penggunaan Dana BOS SMA kepada wali siswa.

ABSTRACT

This study aims to describe the Management of Senior High School Operational Assistance Funds (BOS SMA) in SMA Negeri 9 Seluma in 2018; (1) Planning for SMA BOS Funds at SMA Negeri 9 Seluma, (2) Implementation of BOS Funds for SMA Negeri 9 Seluma, (3) Supervision and Evaluation of BOS Funds for SMA at SMA Negeri 9 Seluma, and (4) Reporting on BOS Funds for SMA SMA Negeri 9 Seluma. This research is a qualitative descriptive study. The location for this research is SMA Negeri 9 Seluma, with the research subjects of the Principal, BOS Treasurer, Teachers, and the School Committee. Data collection techniques used are through observation and interviews. The validity of the data in this study with trigulation and membercheck. Data analysis techniques used in the study were: data reduction, data display / presentation, and drawing conclusions and verification. The results showed that (1) Planning for the BOS Fund for SMA Negeri 9 Seluma in 2018 was carried out by compiling RKAS by the school budget team with the knowledge of the School Committee, teachers, employees, and parents of students. The preparation of the RKAS was carried out simultaneously with the preparation of the BOS SMA RAB. (2) Implementation of SMA BOS Funds, the distribution of BOS SMA 2018 Funds in 4 stages. Withdrawal of BOS SMA Funds by the BOS Treasurer. The use of BOS SMA 2018 funds is intended to finance the operational activities of non-operational schools as in the 2018 BOS SMA technical instructions. Publication is carried out by posting a summary of the RKAS on an announcement board and providing a leaflet for the use of BOS SMA funds to student guardians.

PENDAHULUAN

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 6 mengamanatkan bahwa setiap warga negara yang berusia 7- 15 tahun wajib mengikuti pendidikan dasar. Pasal 34 ayat 2 menyatakan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah menjamin terselenggaranya wajib belajar minimal pada jenjang pendidikan dasar tanpa memungut biaya. Pasal 34 ayat 3 menyatakan bahwa wajib belajar merupakan tanggungjawab Negara yang diselenggarakan oleh lembaga Pendidikan Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Masyarakat. Konsekuensi dari amanat tersebut adalah Pemerintah berkewajiban memberikan layanan pendidikan dan membiayai pelaksanaan program pendidikan, bagi peserta didik pada tingkat Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) serta pendidikan sederajatnya.

Dalam rangka melaksanakan serta mendukung pencapaian program penuntasan Wajib Belajar Pendidikan Dasar Sembilan Tahun (Wajar 9 Tahun), mengingat bahwa anak Indonesia harus memperoleh pendidikan dasar minimal 12 tahun maka Pemerintah mencanangkan program Wajib Belajar Pendidikan 12 tahun tetapi program ini masih dalam proses pengesahan. Sampai saat ini pemerintah masih dihadapkan pada berbagai permasalahan. Permasalahan tersebut antara lain belum optimalnya pemerataan kesempatan pendidikan, rendahnya kualitas pendidikan, maupun terbatasnya anggaran pendidikan, kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) yang diikuti dengan turunnya nilai tukar rupiah terhadap US dolar menimbulkan kenaikan harga kebutuhan pokok, seperti sandang, pangan, perumahan, dan kesehatan. Permasalahan tersebut secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh negatif terhadap kemampuan masyarakat untuk mengakses layanan pendidikan. Menurunnya kemampuan masyarakat dalam mengakses pendidikan akibat dari kenaikan harga BBM dan nilai tukar rupiah dapat dipahami, karena sebagian besar pengeluaran adalah kebutuhan pokok. Data resmi dari Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) menunjukkan, pada tahun 2018 angka putus sekolah jenjang Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah (SD/MI) sebanyak 60% anak dari populasi siswa SD-MI dan lulus SD/MI tidak melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama/ Madrasah Tsanawiyah (SMP/MTs) sebanyak 40% anak. Disamping itu, angka putus sekolah jenjang SMP/MTs sebanyak 20% anak dan angka putus sekolah Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah sebanyak 20% anak.

Alasan yang melatarbelakangi anak tidak melanjutkan jenjang pendidikan ditingkat SMP dan SMA masalah ekonomi, tetapi tidak hanya masalah ekonomi tetapi juga banyak faktor yang mempengaruhi. Hal ini dapat digambarkan pada Survey Nasional tahun 2018 terhadap anak yang putus sekolah. Survey tersebut mengungkap bahwa banyak alasan anak tidak melanjutkan pendidikan lebih didominasi oleh kelemahan ekonomi (36%), disusul dengan kurangnya sarana (14%), minat belajar kurang (24%), perhatian orang tua kurang (18%), budaya tidak sekolah (2%), fasilitas kurang memadai (5%), dan faktor lainnya (1%). Gejala putus sekolah, tidak melanjutkan, dan kecenderungan memilih bekerja karena faktor ekonomi tersebut jelas mengancam tidak tercapainya penuntasan wajar 12 tahun, yang menjadi prioritas utama pemerintah di bidang pendidikan.

Selama ini pemerintah selalu berusaha memecahkan masalah pemerataan pendidikan. Salah satu upaya untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap pendidikan bermutu, yang mendapat alokasi anggaran cukup besar adalah program Bantuan Operasional Sekolah atau dikenal dengan BOS. BOS merupakan suatu program pemerintah untuk membantu penyediaan pendanaan biaya operasional nonoperasional sekolah.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah meluncurkan kebijakan Pendidikan Menengah Universal (PMU) yang implementasinya difokuskan untuk memberikan kesempatan kepada seluruh masyarakat. Tujuan utama program tersebut adalah anggota masyarakat yang secara ekonomi tidak mampu memenuhi biaya operasional sekolah, juga memberikan layanan pendidikan terjangkau dan bermutu terutama bagi siswa miskin.

Pemerintah secara umum memberikan Dana BOS SMA untuk mewujudkan layanan pendidikan yang terjangkau dan bermutu bagi semua lapisan masyarakat. Adanya bantuan yang diberikan pemerintah supaya sekolah membebaskan biaya pendidikan ataupun meringankan tagihan biaya sekolah, dan juga supaya kualitas proses pembelajaran di sekolah akan menjadi semakin meningkat. Besaran Dana Tahun 2018 yang diterima tiap sekolah dihitung berdasarkan jumlah siswa per sekolah dan satuan Dana BOS SMA. Waktu penyaluran Dana BOS SMA ini diberikan ke sekolah per triwulan. Pengelolaan Dana BOS wajib berpedoman pada petunjuk teknis BOS SMA yang diterbitkan oleh Direktorat Pembinaan SMA, sebagai teknis yang bertanggung jawab dalam Pelaksanaan dan Pengelolaan Dana BOS SMA.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program BOS adalah Pengelolaan Dana dan segala sumberdaya yang ada dalam program BOS. Pentingnya Pengelolaan Dana BOS SMA yaitu, dengan Pengelolaan yang baik akan mampu membantu ketercapaian tujuan dari program BOS SMA dengan efektif dan efisien. Sekolah menempati posisi penting dalam penentuan penggunaan Dana BOS SMA, karena sekolah merupakan instansi yang terkait langsung Pengelolaan Dana BOS. Kesalahpahaman oleh pengelolaan dapat menimbulkan hambatan dalam pelaksanaan Pengelolaan Dana BOS SMA. Kurang spesifiknya petunjuk yang ada dalam petunjuk teknis BOS SMA menimbulkan penerjemahan yang berbeda-beda oleh pihak Pengelolaan Dana BOS SMA. Hal ini menjadi permasalahan dan dapat menimbulkan dugaan penyelewengan.

Hasil observasi yang dilakukan melalui wawancara kepada Kepala Sekolah dan Bendahara BOS SMA Negeri 9 Seluma, diperoleh informasi terkait Dana BOS SMA pada tahun anggaran 2018. Pencairan Dana BOS di SMA Negeri 9 Seluma pada tahun anggaran 2018 terdiri dari empat tahap penyaluran. Penyaluran Dana BOS Tahap 1 per Januari s/d Maret 2018 uang sejumlah Rp 59.920.000,-. Tahap 2 pencairan bulan April s/d Juni 2018 Rp 104.695.000,- dan Tahap 3 bulan Juli s/d September 2018 Rp

50.480.000,- serta tahap 4 Oktober s/d Desember 2018 Rp 49.240.000,-. Penyaluran dana BOS Pada SMA Negeri 9 Seluma per Januari s/d Desember 2018 sejumlah Rp 264.335.000,-. Sekolah wajib mengembalikan kelebihan dana atau dana yang tidak terpakai oleh sekolah ke Pusat.

Pelaksanaan Pengelolaan Dana BOS SMA di SMA Negeri 9 Seluma tahun anggaran 2018, terdapat hambatan yang terjadi. Rencana Anggaran Biaya (RAB) BOS SMA yang telah disusun Bendahara BOS untuk dimintai tindak lanjut kepada Pusat, terjadi perubahan aturan mengenai penggunaan Dana BOS SMA. Hal tersebut menjadikan sekolah melakukan penyusunan RAB BOS perubahan dengan disesuaikan pada penggunaan Dana RAB BOS SMA yang baru. Penyusunan perubahan RAB BOS SMA ini, menjadikan penyaluran Dana BOS SMA ke sekolah terlambat. Penyusunan RAB BOS SMA harus sesuai dengan juknis dana BOS SMA. Penyaluran dana BOS SMA dari pusat masuk ke rekening sekolah, pengawasan dilakukan oleh Pengawas Provinsi.

Publikasi yang dilakukan SMA Negeri 9 Seluma terkait Pengelolaan Dana BOS SMA dapat dikatakan belum transparan dan akuntabel. Pengelolaan dana BOS secara transparan artinya dalam pengelolaan dana BOS diketahui oleh stakeholder sekolah. Pengelolaan dana BOS secara akuntabel artinya dalam pengelolaan dana BOS, sekolah dapat mempertanggungjawabkan penggunaan dana BOS kepada pemerintah maupun masyarakat. Pentingnya transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana BOS kepada publik merupakan salah satu wujud kontrol dari masyarakat.

LANDASAN TEORI

Pengertian Manajemen Keuangan

Menurut Musthafa (2017:3) Manajemen keuangan menjelaskan tentang beberapa keputusan yang harus dilakukan, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan atau keputusan pemenuhan kebutuhan dana, dan keputusan kebijakan dividen.

Menurut Agus Sartono (2011:50), Istilah Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien. Pelaksana dari manajemen keuangan adalah manajer keuangan. Meskipun fungsi seorang manajer keuangan setiap organisasi belum tentu sama, namun pada prinsipnya fungsi utama seorang manajer keuangan adalah merencanakan, mencari, dan memanfaatkan dengan berbagai cara untuk memaksimalkan efisiensi (daya guna) dari operasi-operasi perusahaan.

Menurut Darsono (2011:101), manajemen keuangan merupakan aktivitas pemilik dan meminjam perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurahmurahnya dan menggunakan seefektif, seefisien, dan seekonomis mungkin untuk menghasilkan laba. Manajemen keuangan berhubungan dengan 3 aktivitas, yaitu :

1. Aktivitas penggunaan dana, yaitu aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
2. Aktivitas perolehan dana, yaitu aktivitas untuk mendapatkan sumber dana, baik dari sumber dana internal maupun sumber dana eksternal perusahaan.
3. Aktivitas pengelolaan aktiva, yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva, dana harus dikelola seefisien mungkin.

Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut Suad Husnan (2012:3) Fungsi utama Manajemen Keuangan ada 4, yaitu :

1. Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan. Dengan demikian, dalam perusahaan, kegiatan tersebut tidak terbatas pada "Bagian Keuangan".
2. Manajer keuangan perlu memperoleh dana dari pasar keuangan atau financial market. dana yang diperoleh kemudian diinvestasikan pada berbagai aktivitas perusahaan, untuk mendanai kegiatan perusahaan. Kalau kegiatan memperoleh dana berarti perusahaan menerbitkan aktiva finansial, maka kegiatan menanamkan dana membuat perusahaan memiliki aktiva riil.
4. Dari kegiatan menanamkan dana (disebut investasi), perusahaan mengharapkan untuk memperoleh hasil yang lebih besar dari pengorbanannya. Dengan kata lain, diharapkan diperoleh "laba". Laba yang 10 diperoleh perlu diputuskan untuk dikembalikan ke pemilik dana (pasar keuangan), atau diinvestasikan kembali ke perusahaan.
5. Dengan demikian "manajer keuangan" perlu mengambil keputusan tentang penggunaan dana (disebut sebagai keputusan investasi), memperoleh dana (disebut sebagai keputusan pendanaan), pembagian laba (disebut sebagai kebijakan dividen).

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang dilakukan ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses pencarian data untuk memahami masalah sosial yang didasari pada penelitian yang menyeluruh (holistic), di bentuk oleh kata-kata dan di peroleh dari situasi yang ilmiah.

Adapun dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah :

a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan secara deskriptif mengenai perilaku aliran kas pada Dana BOS SMAN 9 Seluma tahun 2018.

b. Analisis Kuantitatif

Yaitu penganalisisan data yang menampilkan angka-angka. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis aliran kas sedangkan rumus yang digunakan alat analisis aliran arus kas adalah :

Menurut Husnan (2002:160) untuk menentukan besarnya nilai initial cash flow adalah dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$I_1 + I_2 + I_3 + \dots + I_n$$

Keterangan :

I_1 = Investasi tahun kesatu

I_2 = Investasi tahun kedua

I_3 = Investasi tahun ketiga

I_n = Investasi tahun berikutnya

a. Menurut Husnan (2006:166) untuk menentukan besarnya nilai aliran kas bersih (Operasional Cash Flow) setiap tahunnya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini :

Operasional Cash Flow = Net Cash Flow + Penjualan Aktiva

b. Menurut Reksohadiprojo dalam sismiati (2001:29) untuk menentukan besarnya nilai aliran kas bersih (Net Cash Flow) adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini : (Operational Cash Flow + Penjualan Aktiva Tetap)-Modal Kerja)

Net Cash Flow = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} \times 100\%}{\text{Total Aktiva}}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aliran Kas Investasi (Initial Cash Flow)

Aliran kas investasi (initial cash flow) disebut juga aliran kas investasi yang merupakan aliran kas keluar yang disebabkan oleh adanya pengeluaran untuk investasi. Pengeluaran untuk investasi ini baik pada awal pendirian Sekolah maupun pada saat kegiatan sekolah sedang berjalan, seperti SMA Negeri 9 Seluma.

Selanjutnya di bawah ini realisasi penggunaan dana BOS pada SMAN 9 Seluma tahun 2018 terhadap penggunaan dana yang dikeluarkan beserta jumlah pemakaian selama satu tahun :

Tabel 1. Aliran Kas Investasi

No.	Uraian	Jumlah
1	BELANJA BARANG DAN JASA	178.075.000
1.a	Belanja Barang dan Jasa BOS	165.075.000
	Belanja Barang dan Jasa BOS	165.075.000
	1. Belanja alat tulis kantor	21.735.000
	2. Belanja Meterai, Perangko dan Benda Pos Lainnya	2.000.000
	3. Belanja Peralatan Kebersihan dan Bahan Pembersih	5.440.000
	4. Belanja Pengisian Tabung Pemadam Kebakaran	-
	5. Belanja Pengisian Tabung Gas	480.000
	6. Peralatan Listrik	6.410.000
	7. Belanja Bahan Baku Bangunan	16.500.000
	8. Belanja Bahan Perlengkapan Olahraga	9.060.000
	9. Belanja Bahan Kelengkapan Kegiatan	8.000.000
	10. Belanja Bahan Praktik dan alat Peraga Siswa	5.780.000
	11. Belanja Telepon	-
	12. Belanja Listrik	2.000.000

	13	Belanja langganan koran sekolah	1.920.000
	14	Belanja internet sekolah	-
	15	Belanja Jasa Transport kegiatan sekolah	2.000.000
	16	Belanja Jasa narasumber, tenaga ahli kegiatan sekolah	-
	17	Belanja Jasa Peserta Kegiatan	-
	18	Belanja Jasa Tukang	4.000.000
	19	Belanja Jasa tenaga sekolah lainnya	1.350.000
	20	Belanja Cetak	7.000.000
	21	Belanja fotocopi keperluan kegiatan sekolah	9.000.000
	22	Belanja Makanan dan Minuman Harian Pegawai	-
	23	Belanja konsumsi rapat-rapat	11.500.000
	24	Belanja konsumsi Kegiatan-kegiatan sekolah	13.575.000
	25	Belanja Perjalanan Dinas Dalam Daerah	-
	26	Belanja Pemeliharaan Peralatan dan Mesin	8.125.000
	27	Belanja Pemeliharaan Bangunan dan Gedung Sekolah	13.600.000
	28	Belanja Pemeliharaan Pagar, Taman , Tempat Parkir dan Halaman	15.600.000
1.b	Honorarium Tim Teknis Bos		13.000.000
		Honorarium Tim Teknis Bos	13.000.000
		'- Jasa tim dapodik BOS	13.000.000
		'- Jasa guru Non PNS	-
		'- Jasa tenaga lainnya	-
2	BELANJA MODAL		86.260.000
2.a	Belanja Modal Peralatan dan Mesin-Pengadaan Alat Kantor		14.000.000
		Belanja Modal Peralatan dan Mesin-Pengadaan Alat Kantor Lainnya	14.000.000
		Belanja LCD/Proyektor	8.000.000
		- Belanja LCD/Proyektor sarana pembelajaran untuk BOS	8.000.000
		Belanja Generator Listrik	6.000.000
		- Belanja generator listrik untuk BOS	6.000.000
2.b	Belanja Modal Peralatan dan Mesin-Pengadaan Komputer		18.500.000
		Belanja Modal Peralatan dan Mesin-Pengadaan Personal Komputer	11.500.000
		Belanja Laptop	8.500.000
		- Belanja pengadaan laptop untuk BOS	7.000.000
		Belanja Komputer Server. PC dan Printer	4.500.000
		- Belanja Komputer Server. PC dan Printer untuk BOS	2.500.000
		- Belanja Speaker Aktif	2.000.000
		- Belanja Meja Siswa	7.000.000
2.c	Belanja Modal Aset Tetap Lainnya-Pengadaan Buku		53.760.000
		Belanja Modal Aset Tetap Lainnya-Pengadaan Buku Ilmu Pengetahuan Umum	53.760.000
		- Belanja Modal Pengadaan Buku Mata Pelajaran	53.760.000
Total Penggunaan			264.335.000

Investasi ini digunakan misalnya untuk pembelian ATK, Biaya Makan Minum, Kegiatan Ulangan, Pembelian Alat Komputer, dan lain sebagainya. Untuk menentukan aliran kas investasi (initial cash flow) pada SMA Negeri 9 Seluma adalah sebagai berikut :

= investasi tahun 2018

= Rp 264.335.000,-

Dari perhitungan tersebut semakin banyak investasi yang ditanamkan setiap tahunnya akan mempengaruhi peningkatan dari aliran kas investasi (initial cash flow) SMA Negeri 9 Seluma. Dari laporan keuangan SMA Negeri 9 Seluma diperoleh adanya penambahan nilai investasi setiap tahunnya yang bersumber dari bertambahnya peserta didik setiap tahunnya. Adapun investasi tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan sekolah, untuk lebih jelasnya kita lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Laporan Realisasi Investasi SMA Negeri 9 Seluma periode 2018

Realisasi Investasi	2018
Belanja Modal	Rp 86.260.000,-
Belanja Barang dan Jasa	Rp 178.075.000,-
Jumlah	Rp 264.335.000,-

Sumber : Realisasi Penggunaan Dana BOS SMAN 9 Seluma Tahun 2018

Dari tabel 5 diatas dapat kita lihat investasi Dana BOS yang diterima oleh SMA Negeri 9 Seluma tahun 2018 sebesar Rp 264.335.000,-. Dana tersebut dibagi menjadi 2 yaitu belanja Modal dan Belanja Barang dan Jasa dimana masing-masing penggunaan dana sesuai dengan Juknis yang telah ditentukan oleh kemendikbud tentang penggunaan dana BOS tahun 2018.

Aliran Kas Operasional (Operasional Cash Flow)

Aliran kas operasional (operational cash flow) merupakan bagian dari analisis aliran kas (cash flow) merupakan titik permulaan untuk penilaian profitabilitas investasi SMA Negeri 9 Seluma. Cara yang banyak dipergunakan untuk menaksir aliran kas operasional (operational cash flow) setiap tahunnya adalah menyesuaikan rugi laba yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi dan menambahkan dengan biaya-biaya yang sifatnya bukan tunai.

Operation Cash Flow = Net Cash Flow + Penjualan Aktiva

Operation Cash Flow = 86.260.000 + 178.075.000

Operation Cash Flow = 264.335.000

Aliran Kas Bersih (Net Cash Flow)

Aliran kas bersih (Net Cash Flow) bukanlah merupakan keuntungan atau kerugian sekolah. Aliran kas bersih merupakan selisih antara aliran kas masuk dari pendapatan kas dan bersumber lainnya dengan aliran kas bersih adalah hasil penambahan antara lain kas operasional ditambah dengan penjualan aktiva tetap dikurangi dengan modal kerja.

$$\text{Net Cash Flow} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100 \%$$

$$\text{Net Cash Flow} = \frac{264.335.000}{178.075.000} \times 100 \%$$

$$\text{Net Cash Flow} = 14.844.026$$

Berdasarkan hasil penghitungan aliran kas operasional (operational cash flow) dan aliran kas bersih (net cash flow) dapat disimpulkan bahwa penggunaan dana BOS pada SMA Negeri 9 Seluma sudah terbilang optimal.

$$\text{optimal} = \frac{\text{input}}{\text{output}} \times 100 \%$$

$$\text{optimal} = \frac{264.335.000}{264.335.000} \times 100 \%$$

$$\text{optimal} = 100 \%$$

Jika nilai optimal < 100% artinya masih kurang dalam penggunaan anggaran yang sudah ada. Jika nilai optimal = 100% baru bisa dikatakan optimal. Dengan demikian penggunaan dana BOS pada SMA Negeri 9 Seluma sudah optimal

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kegiatan investasi pada SMA Negeri 9 Seluma berakibat terjadinya aliran kas keluar kegiatan investasi. Perkembangan aliran kas investasi pada SMA Negeri 9 Seluma pada tahun 2018 mengalami peningkatan anggaran Dana BOS yang diterima oleh sekolah. Total aliran kas keluar untuk kegiatan pada SMA Negeri 9 Seluma pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 264.335.000,-.
2. Aliran kas operasional SMA Negeri 9 Seluma diperoleh dari jumlah siswa dikali pendapatan persiswa pertahun. Penggunaan Dana BOS yang dilakukan oleh SMA Negeri 9 Seluma sudah termasuk optimal.

Saran

1. Dalam menjalankan aktifitas penggunaan Dana BOS hendaknya SMA Negeri 9 Seluma tetap memperhatikan masalah dengan pengelolaan aliran kas sehingga dapat dicapai kesediaan kas yang maksimum guna membayar kewajiban yang berhubungan dengan keuangan sewaktu-waktu diperlukan untuk kegiatan sekolah.
2. Pengelolaan kas harus lebih maksimal lagi dalam penggunaan dana sesuai dengan tupoksi dan juknis yang telah ditentukan oleh kemendikbud tahun 2018.
3. Dalam penggunaan dana bos hendaknya melibatkan semua guru beserta staff dalam merencanakan dan menganggarkan semua penggunaan dana yang akan dilakukan oleh pihak sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anitasari, Merry dkk. 2017. Buku Panduan Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan Skripsi. Bengkulu : UNIVED.
- Agus, Sartono. 2011. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. Metodologi Penelitian. Jakarta. PT. RinekaCipta.
- Cici ,Herlina 2018, Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Dan Pengeluaran Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Di SMA PGRI Kabupaten Mojekarto.Jurnal Universitas Islam Majapahit
- Darsono. 2011. Manajemen Keuangan. Jakarta: Consultant Accounting.
- Destina sari. 2017. Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Atas ProseduPenerimaan Dan Pengeluaran Kas Dana Bantuan Operasional Sekolah(BOS). jurnal Sarjana Universitas Bandung Surakarta.
- Fagella, farizal. 2015. Efektivitas program pengunaan dana bantuan operasional sekolah (BOS) bagi sekolah dasar negeri di kota Pekanbaru (studi kasus SDN 48 Kota Pekanbaru). Skripsi Sarjana Universitas Sultan Syarif Kasim Riau
- Julia Citra 2016, evaluasi sistem informasi akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas dana bantuan operasional sekolah (BOS) Pada MTSS PP Raudatusalam Rambah. Jurnal akuntansi Universitas pasir Pangaraian Rokan Hulu
- Hasibuan, Malayu S.P., 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara, Jakarta
- Veitzal Rivai. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- <http://budisma1.blogspot.com/2011/07/pendidikan-karakter-melalui-kegiatan.html>
- <https://layanansosial.blogspot.com/2018/01/pengertian-progam-bantuan-operasional-sekolah.html>
- Musthafa. 2017. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suad Husnan, Pudjiastuti Enny, 2012, Manajemen Keuangan, Edisi Keenam, UPP STIM YKPN, Jakarta

The Influence of Service Quality and Attitude on Customer Satisfaction At PT. PLN (PERSERO) ULP Tais Seluma District

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sikap terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (PERSERO) ULP Tais Kecamatan Seluma

Periantio¹⁾; Ida Ayu Made Er Meytha Gayatri²⁾; Rinto Noviantoro²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ perianto2805@gmail.com; ²⁾ cinta.gayatri@yahoo.com; ³⁾ rintonoviantoro@yahoo.co.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Service Quality, Attitude,
Customer Satisfaction

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi pelanggan dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma. Sampel dalam penelitian ini 50 orang pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan arah regresi yang positif dengan persamaan $Y = 2,312 + 0,155X_1 + 0,806X_2 + e$. Artinya apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan dan sikap maka kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma juga akan meningkat. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,227 > 1,677$) dan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$. Sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,720 > 1,677$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian secara simultan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma secara bersama-sama karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51,284 > 3,20$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi dari R^2 square yaitu sebesar 0,686. Hal ini berarti bahwa X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68,6 % sedangkan sisanya 31,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Good performance can be seen from the work that can be achieved by an employee. If the results of an The purpose of this study was to determine the effect of service quality and attitude on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District. The sample in this study was 50 customers at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the multiple linear regression equation show a positive regression direction with the equation $Y = 2.312 + 0.155X_1 + 0.806X_2 + e$. This means that if there is an increase in service quality and attitude then customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District will also increase. Service quality has a significant influence on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District because the value of t_{count} is greater than t_{table} ($2.227 > 1.677$) and a significance value of $0.031 < 0.05$. Attitude has a significant influence on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District because the value of t_{count} is greater than t_{table} ($8.720 > 1.677$) and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneous test results can be seen that there is a significant influence between service quality and attitudes towards customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Tais Seluma District together because the value of $F_{count} > F_{table}$ ($51.284 > 3.20$) with a significant value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination of R^2 square is 0.686. This means that X_1 (service quality) and X_2 (attitude) affect customer satisfaction (Y) by 68.6% while the remaining 31.4% is influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia menjadi komponen utama bagi setiap perusahaan untuk mencapai tujuannya. Pengelolaan yang baik dilakukan tidak hanya untuk mencapai kinerja finansial dari sisi

perusahaan, namun juga tujuan karyawan sebagai bagian dari kemajuan perusahaan. Kekuatan sumber daya manusia dibentuk oleh karakter atau perilaku yang dimiliki oleh setiap karyawan serta lingkungan dalam perusahaan. Perhatian yang besar pada pengembangan pada SDM diharapkan menjadi sebuah proses untuk menjaga dan meningkatkan kualitas, sehingga berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan dimana karyawan tersebut berada. Kinerja karyawan yang tinggi akan berimplikasi langsung pada perusahaan, maka perhatian pihak manajemen tertuju pada bagaimana meningkatkan kinerja karyawan.

Peningkatan kinerja karyawan menjadi penting mengingat perubahan arah kebijakan pemerintah sebagaimana dikehendaki oleh semangat reformasi untuk lebih luas memberi ruang gerak dan peran serta yang lebih bebas bagi masyarakat dalam kegiatan pemerintahan dan pembangunan, dimana pemerintah beserta perangkatnya lebih berperan sebagai fasilitator.

Visi, misi dan tujuan suatu instansi tidak akan tercapai tanpa didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, yaitu sumber daya manusia yang memiliki keunggulan dan kesungguhan dalam bekerjasama mencapai visi, misi dan tujuan tersebut. Mengingat kinerja suatu instansi sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya, maka setiap instansi dituntut untuk memiliki karyawan dengan kemampuan dan kinerja yang tinggi. Kinerja karyawan sangatlah penting karena apabila kinerja karyawan kurang baik, maka dapat dipastikan semua tujuan dari suatu instansi tidak akan dapat dicapai.

Kinerja menurut Mangkunegara (2016:309), adalah perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam suatu organisasi. Kinerja yang baik dapat dilihat dari hasil pekerjaan yang dapat dicapai oleh seorang karyawan. Jika hasil pekerjaan seorang karyawan baik dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan maka tujuan akan dapat tercapai.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah budaya organisasi . Budaya memberikan identitas bagi para anggota organisasi dan membangkitkan komitmen terhadap keyakinan dan nilai yang lebih besar dari dirinya sendiri. Meskipun ide-ide ini telah menjadi bagian budaya itu sendiri yang bisa datang dimanapun organisasi itu berada. Suatu organisasi budaya berfungsi untuk menghubungkan para anggotanya sehingga mereka tahu bagaimana berinteraksi satu sama lain.

Komitmen organisasi sebagai salah satu sikap dalam pekerjaan didefinisikan sebagai orientasi seseorang terhadap organisasi dalam arti kesetiaan, identifikasi, dan keterlibatan (Muchlas, 2014:47). Dalam hal ini, karyawan mengidentifikasi secara khusus organisasi beserta tujuannya dan berharap dapat bertahan sebagai anggota dalam organisasi tersebut. Jadi, yang dimaksud dengan keterlibatan kerja itu berarti mengidentifikasi organisasi/ perusahaan yang mempekerjakan seseorang.

Menurut Robbins (2016:77), budaya organisasi merupakan sistem makna bersama terhadap nilai-nilai primer yang dianut bersama dan dihargai organisasi, yang berfungsi menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya, menciptakan rasa identitas bagi para anggota organisasi mempermudah timbulnya komitmen kolektif terhadap organisasi, meningkatkan kemandirian sistem sosial, serta menciptakan mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu membentuk sikap dan perilaku para anggota organisasi.

Budaya mempunyai suatu peran menetapkan tapal batas, artinya budaya menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya, budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi, budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas dari kepentingan diri individu seseorang, budaya untuk meningkatkan kemandirian sistem sosial, dan budaya berfungsi sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku para karyawan.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu merupakan lembaga tinggi negara yang mengatur keuangan negara. Dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dari para karyawannya dituntut para karyawan memiliki kinerja yang tinggi sehingga karyawan mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan tupoksi yang telah ditetapkan. Adapun fenomena yang ada di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dijumpai bahwa nilai-nilai yang pernah ada sedikit demi sedikit mulai pudar seperti yang lebih lama bekerja dengan yang baru bekerja, yang berpendidikan dengan yang kurang berpendidikan, yang memiliki jabatan lebih tinggi dengan bawahan. Sehingga para karyawan pelaksana dan setingkatnya dalam melakukan pekerjaannya hanya berdasarkan rasa takut dengan kepala ruangan atau pihak manajemen sebagai atasan jika melakukan kesalahan, bukan didasari dari nilai-nilai kesetiaan pada organisasi kerja.

Gambaran fenomena diatas mungkin hanya merupakan sifat individu akan tetapi jika berlangsung terus menerus kemungkinan akan dapat menjadi perilaku organisasi, kemungkinan juga dikhawatirkan akan mempengaruhi kepercayaan terhadap nilai-nilai yang ada di organisasi. Budaya organisasi harusnya berorientasi pada seluruh karyawan bukan pada individu-individu saja. .

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan elemen terpenting dalam mengelola dan menggerakkan faktor-faktor produksi seperti modal, bahan mentah, peralatan, dan lain-lain untuk mencapai tujuan perusahaan. Bila suatu perusahaan mengalami perkembangan maka makin sulit pula perencanaan dan pengendalian karyawannya, hal ini terjadi karena semakin kompleksnya permasalahan yang muncul menyertai setiap kemajuan. Dalam situasi yang seperti ini maka perusahaan wajib memiliki manajer personalia yang handal untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan kepegawaian. Jika suatu perusahaan mampu mengatasi masalah-masalah tentang karyawan maka keharmonisan semua komponen perusahaan akan terbangun, hal ini tentu saja akan membawa dampak positif dalam hal produktivitas.

Budaya Organisasi

Menurut Robbins (2016: 305), budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lain. Sistem makna bersama ini, bila diamati dengan lebih seksama, merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh suatu organisasi. Budaya organisasi berkaitan dengan bagaimana karyawan mempersepsikan karakteristik dari suatu budaya organisasi, bukan dengan apakah para karyawan menyukai budaya atau tidak.

Komitmen Organisasi

Menurut Sopiah (2015:156), bahwa komitmen terhadap organisasi melibatkan tiga sikap : (1) Identifikasi dengan tujuan organisasi, (2) Perasaan keterlibatan dalam tugas-tugas organisasi, dan (3) Perasaan setia terhadap organisasi. Hal ini berarti karyawan yang komit terhadap organisasi memandang nilai dan kepentingan mengintegrasikan tujuan pribadi dan organisasi, sehingga tujuan organisasi merupakan tujuan pribadinya. Pekerjaan yang menjadi tugasnya dipahami sebagai kepentingan pribadi, dan memiliki keinginan untuk selalu loyal demi kemajuan organisasi.

Kinerja

Suatu organisasi, baik itu pemerintah maupun swasta, selalu digerakan oleh sekelompok orang yang berperan aktif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dari organisasi tersebut. Tujuan organisasi tentunya tidak akan tercapai jika kinerja anggota atau karyawannya tidak maksimal.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan yang kuat antara variabel independen (Y) dengan variabel dependen (X1 dan X2). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2015:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kinerja

X₁= budaya organisasi

X₂= komitmen organisasi

a = Nilai konstanta

e = Error

Analisis regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.312	3.885		.595	.555
Kualitas pelayanan	.155	.070	.191	2.227	.031
Sikap	.806	.092	.749	8.720	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 pada Tabel 7 maka dapat diperoleh perseamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,312 + 0,155X_1 + 0,806 X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 2,312 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan sikap (X_2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan tetap sebesar 2,312.
2. Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X_1 (Kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,155 dengan asumsi apabila X_1 (Kualitas pelayanan) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Kepuasan pelanggan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,155 kali.
3. Pengaruh Sikap (X_2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X_2 (sikap) adalah sebesar 0,806 dengan asumsi apabila X_2 (sikap) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (kepuasan pelanggan) akan mengalami peningkatan sebesar 0,806 kali.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.672	1.794

a. Predictors: (Constant), Sikap, Kualitas pelayanan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R square*. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R square* yaitu sebesar 0,686. Hal ini berarti bahwa X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68,6% sedangkan sisanya ($100\% - 68,6\% = 31,4\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 3. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.312	3.885		.595	.555
Kualitas pelayanan	.155	.070	.191	2.227	.031
Sikap	.806	.092	.749	8.720	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan Tabel 10 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Kualitas pelayanan)
Hasil pengujian untuk variabel X_1 (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,227$ kemudian dibandingkan dengan dengan nilai t_{tabel} dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 50 - 2 = 48$, diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,677. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,227 > 1,677) dengan nilai signifikansi sebesar 0,031 < 0,05. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_1 (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma.
2. Variabel X_2 (Sikap)
Hasil pengujian untuk variabel X_2 (Sikap) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 8,720$ lalu dibandingkan dengan dengan nilai t_{tabel} dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 50 - 2 = 48$, diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,677. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,720 > 1,677) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_2 (Sikap) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur pengaruh X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama maka digunakan uji F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	330.111	2	165.056	51.284	.000 ^b
Residual	151.269	47	3.218		
Total	481.380	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Sikap, Kualitas pelayanan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan F hitung = 51,284 sedangkan F_{tabel} ($df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, sedangkan $df_2 = n - k = 50 - 3 = 47$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 3,20, berarti diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ (51,284 > 3,20) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel-variabel bebas yaitu X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh kualitas pelayanan dan sikap terhadap

kepuasan pelanggan dapat diuraikan hasil analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi dan Pengujian Hipotesis

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 2,312 + 0,155X_1 + e$					
Kualitas pelayanan	0,155	.070		0,031	Signifikan
Sikap	0,806	.092		0,000	Signifikan
Uji F				0,000	Signifikan
Determinasi			0,686		68,6%

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai signifikan sebesar 0,031 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Hasil penelitian di PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan ada beberapa faktor, seperti ruang tunggu yang nyaman, fasilitas yang lengkap, pelayanan yang cepat dan juga pelayanan yang sopan santun.

Selain itu petugas yang berpakaian rapi memberi kesan yang berwibawa dan indah untuk dilihat, hal lain juga terlihat dari pada ruang tunggu disediakan bangku untuk pelanggan menunggu giliran mendapatkan pelayanan. Petugas juga akan membantu pelanggan yang kurang memahami prosedur mendapatkan pelayanan. Hal ini akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam mendapatkan pelayanan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma.

Hasil penelitian mendukung teori yang disampaikan oleh Tjiptono (2015:59), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini menggambarkan dengan adanya pelayanan maksimal yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma kepada para pelanggan, dan pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan tersebut.

Pengaruh Sikap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan semakin meningkat sikap karyawan PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Sikap yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma seperti selalu siap menerima semua pengaduan dan laporan dari masyarakat tentang kerusakan atau gangguan listrik yang dialami oleh masyarakat. Para petugas juga siap untuk langsung terjun kelapangan memberikan perbaikan jika terjadi kerusakan dalam sambungan arus listrik. Selain itu petugas juga akan cepat dalam merespon semua keinginan dari masyarakat.

Hasil penelitian sesuai dengan teori Setiadi, (2016:145) sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarah dan atau dinamis terhadap perilaku. Sikap juga memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku dengan melakukan riset pasar tentang sikap, baik sikap sebelum atau sudah membeli dan tanggapan konsumen terhadap produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sikap Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kabupaten Seluma

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang signifikan

secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kabupaten Seluma karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Dengan adanya sikap karyawan PT. PLN (Persero) ULP Tais Kabupaten Seluma yang memberikan perhatian terhadap para pelanggan dan juga sikap yang selalu memperhatikan pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan yang bagus yang diberikan oleh karyawan PT. PLN (Persero) ULP Tais Kabupaten Seluma kepada para pelanggan dengan cara cepat menerima pengaduan dari pelanggan dan langsung ke lokasi jika terjadi kerusakan pada jaringan listrik akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan atas pelayanan. Hal ini menggambarkan terciptanya kepuasan pelanggan karena adanya sikap yang baik serta pelayanan yang maksimal dari karyawan PT. PLN (Persero) ULP Tais Kabupaten Seluma

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan arah regresi yang positif dengan persamaan $Y = 2,312 + 0,155X_1 + 0,806 X_2 + e$. Artinya apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan dan sikap maka kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma juga akan meningkat.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ($2,227 > 1,677$) dan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$.
3. Sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ($8,720 > 1,677$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Hasil pengujian secara simultan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma secara bersama-sama karena nilai Fhitung $> F$ tabel ($51,284 > 3,20$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
5. Nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,686. Hal ini berarti bahwa X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (sikap) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68,6 % sedangkan sisanya 31,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Saran

1. Disarankan kepada petugas PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma untuk memberikan pelayanan maksimal kepada masyarakat Tais Kecamatan Seluma dengan melakukan tindakan yang cepat terhadap masyarakat.
2. Diharapkan kepada karyawan PT. PLN (Persero) ULP Tais Kecamatan Seluma untuk tetap memiliki sikap perhatian terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Budiman, & Riyanto. 2015. Kapita Selekta Kuesioner Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian Kesehatan. Jakarta: Salemba Medika
- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hanita. 2015. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung pada PT. Bank Bengkulu Cabang Manna. Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu
- Iswandi, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Sikap Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM PT. Watertech Estate Cikarang. Jurnal Ekonomi Bisnis Vol 19 No 1 : 59 – 68
- Kotler dan Keller. 2014. Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran. : Erlangga: Jakarta
- Lovelock, Cristhoper H dan Lauren K. Wright. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Alih bahasa Agus Widyantoro. Cetakan Kedua. Indeks: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2017. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat
- Setiadi, Nugroho. 2016. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Pertama, Penerbit Kencana. Jakarta

- Stemvelt, Robert C.. 2015. Perception of Service Quality. Alih Bahasa oleh Purwoko. Allyn and Bacon. Massachusetts.
- Sugiyono. 2017. Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif. kualitatif. dan R & D. Alfabeta : Bandung
- Sunyoto, Danang. 2017. Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen. Cetakan Ke empat. Andi. Yogyakarta.
- Sutrisno, Edy. 2014. Budaya Organisasi. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Service Manajemen Mewujudkan Pelayanan Prima. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Yong, C.Z.. Yun. Y.W.. Loh. L.. 2014. The Quest for Global Quality. Alih Bahasa oleh Sutanto. Pustaka Delapratasa. Jakarta.

The Influence of Digital Marketing and Product Variety on Consumer Buying Interest in Online Shop Moy Stuff Bengkulu City

Pengaruh Digital Marketing dan Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Online Shop Moy Stuff Kota Bengkulu

Povo Satya Afritri¹⁾; Ida Ayu Made Er Meytha Gayatri²⁾; Yesi Indian Ariska²⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ satyaafritri@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Digital Marketing, Product Variety, Buying Interest

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan ragam produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Moy Stuff Kota Bengkulu. Metode analisis yang digunakan antara lain adalah uji validitas, regresi linier beranda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis (Uji t dan Uji f). Hasil perseamaan regresi linier berganda $Y = 11.743 + 0.304X_1 + 0.438X_2 + e$. Koefisien determinasi dari nilai R square yaitu sebesar 0,4140. Hal ini berarti bahwa X_1 (Digital marketing) dan X_2 (ragam produk), berpengaruh terhadap Minat beli (Y) sebesar 41,40% sedangkan sisanya 58,60% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian untuk variabel X_1 (digital marketing) menunjukkan nilai thitung = 4,625 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 100 - 2 = 98$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($4,625 > 1,666$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian untuk variabel X_2 (ragam produk) menunjukkan nilai thitung = 5,181 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 100 - 2 = 98$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($5,181 > 1,666$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil perhitungan statistik menunjukkan F hitung = 34,297 sedangkan Ftabel ($df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, sedangkan $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 3,08, berarti diperoleh Fhitung > Ftabel ($34,297 > 3,09$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai Fhitung > Ftabel dan nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (Digital marketing) dan X_2 (ragam produk) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli (Y)..

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of digital marketing and product variety on consumer buying interest at the Moy Stuff Shop in Bengkulu City. The analytical methods used include validity test, homepage linear regression, coefficient of determination, hypothesis testing (t test and f test). This type of research is a quantitative descriptive research, which is a research method in research that examines the status of a human group, an object, a system of thought or a class of humans today. The results of the research show that the regression direction is positive with the equation $Y = 11.743 + 0.304X_1 + 0.438X_2 + e$. The coefficient of determination of the value of R square is 0.414. This means that X_1 (Digital marketing) and X_2 (variety of products), affect buying interest (Y) by 41.40% while the remaining 58.6% is influenced by other variables not examined in this study. The results of the F test show that the significance is $0.000 < 0.05$. Because the significance level is below 0.05, it shows that X_1 (Digital marketing) and X_2 (variety of products) have a positive and significant influence together on buying interest (Y). Digital marketing has a positive and significant effect on buying interest, product variety has a positive and significant impact on buying interest because the significant value is less than 0.05.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet pada saat ini sudah sangat cepat dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Internet pada dasarnya merupakan suatu media yang dapat digunakan untuk memudahkan proses akses dalam berkomunikasi dengan cepat. Dilihat dari definisi internet adalah jaringan global yang terhubung dengan jaringan terkoneksi. Dimana jaringan yang dihasilkan termasuk jutaan dari perusahaan, pemerintah, organisasi, dan jaringan pribadi (Strauss & Frost, 2014). Tidak dapat dipungkiri bahwa internet saat ini, banyak memberikan pengaruh atau dampak yang begitu besar pada masyarakat dan perusahaan sehingga para pelaku bisnis mencari peluang sebagai strategi untuk melakukan penjualan.

Oleh karena itu, tidak heran apabila penggunaan internet saat ini terus digunakan dan diakses oleh masyarakat karena kemudahan yang telah diberikan. Dengan begitu, adanya internet saat ini banyak mempengaruhi perubahan pada pola gaya hidup konsumtif masyarakat dalam berbelanja.

Konsumen saat ini dapat memilih untuk melakukan pembelian secara online atau offline. Tetapi ada juga konsumen yang melihat produk di toko, namun melakukan pembelian secara online. Toko offline dianggap lebih nyata karena memiliki lokasi dan bangun fisik yang dapat dikunjungi konsumen. Sedangkan toko online memiliki lokasi virtual, dipisahkan jarak, dan interaksi dilakukan dengan alat perantara.

Keuntungan bagi konsumen online antara lain mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja, karena penjual online akan menawarkan bagaimana keunggulan dan kemudahan. Jasa online komersial dan internet memberi konsumen akses ke informasi perbandingan yang melimpah. Konsumen memperoleh banyak manfaat dengan berbelanja secara online, yaitu berbelanja online dapat dilakukan dimana dan kapan saja, tidak perlu pergi ke toko-toko untuk membeli barang yang dibutuhkan, berbelanja online dapat dilakukan 24 jam. Selain itu berbelanja secara online menyediakan perbandingan produk dan membantu dalam memutuskan mana yang harus dibeli, lebih nyaman, produk lebih beragam, transaksi lebih cepat dan tanpa antrian, rahasia konsumen terlindungi, dan dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Berbelanja online juga memiliki kelemahan, yaitu minimnya bantuan saat berbelanja dimana konsumen tidak dapat melakukan kontak fisik secara langsung dengan penjual dan produk juga tidak bisa dicoba, kemungkinan kerusakan produk saat pengiriman tidak dapat dibatalkan serta penipuan yang seringkali terjadi dalam berbelanja online.

Seorang konsumen ketika akan memilih suatu produk mereka akan dihadapkan dengan pilihan yang rumit, berbagai perbedaan yang terdapat pada produk dengan jenis yang sama tapi merek dan spesifikasi yang umumnya berbeda. Proses pengambilan keputusan seseorang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian berbagai informasi, evaluasi berbagai alternatif merek produk, keputusan menggunakan dan evaluasi paska penggunaan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi pilihan seorang konsumen adalah konsep individual, lingkungan dan strategi pemasaran.

Digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mendunia. Dengan jumlah pengguna sosial media berbasis pesan ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi Usaha Kecil dan Menengah untuk mengembangkan pasarnya dalam genggaman smartphone.

Salah satu media untuk memasarkan produk di era sekarang ini yang banyak diminati oleh penjual untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan adalah dengan pemasaran digital (digital marketing). Sebagian besar penjual mulai mengembangkan model pemasaran modern yaitu digital marketing dan sedikit demi sedikit mulai mengesampingkan model pemasaran tradisional. Komunikasi dan transaksi dengan pelanggan maupun calon pelanggan dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mendunia dengan pemasaran digital (Pradiani, 2017).

Selain digital marketing, ragam produk juga merupakan variabel yang akan mempengaruhi minat beli konsumen, karena semakin banyak ragam produk yang dijual maka semakin tinggi minat beli konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan adanya ragam produk akan memunculkan keinginan dari konsumen untuk membeli pada toko tersebut. Moy Stuff adalah salah satu toko yang menjual berbagai macam pakaian wanita seperti baju, celana, sepatu, tas, dan aksesoris. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi akan mempengaruhi seseorang untuk mengikuti perkembangan mode dan trend yang semakin hari semakin berkembang serta model fashion yang selalu up to date sehingga konsumen berkeinginan untuk mengikuti trend tersebut. Maka dari itu tidak sedikit desainer busana dan pakaian selalu mengeluarkan ide atau gagasan kreatif dan inovatif yang ditawarkan kepada masyarakat.

Adapun fenomena yang terjadi di Toko Moy Stuff Kota Bengkulu adalah sudah melakukan digital marketing dengan baik karena semua promosi yang dilakukan oleh Toko Moy Stuff dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan shopee. Namun masih terdapat kekurangan karena toko Moy Stuff tidak memasukan secara rinci produk yang baru masuk sehingga konsumen kesulitan untuk memilih barang. Hal lain juga terlihat dari lambatnya operator menjawab pertanyaan dari konsumen. Kemudian untuk ragam produk, di Toko Moy Stuff tidak tersedianya produk untuk bayi dan anak-anak. Selain itu promosi tidak dilakukan di media Facebook sebagai media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Promosi hanya dilakukan di aplikasi Instagram dan Shopee aja.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Pemasaran dalam pelaksanaannya perlu sejumlah upaya untuk dapat mengatur seluruh kegiatan pemasaran agar tujuan perusahaan yang ingin diraih dapat tercapai dengan baik dan sukses. Untuk

mengetahui kegiatan-kegiatan pemasaran diperlukan sejumlah upaya agar dapat mengatur kegiatan pemasaran tersebut sesuai dengan tujuan pemasaran yang telah dirancang.

Menurut Gitosudarmo (2017:3) manajemen pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang direncanakan dengan baik, diorganisasikan, dikoordinasikan serta diawasi akan membuahkan hasil yang memuaskan.

Sunarto (2016:16) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran ialah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Digital Marketing

Setiap hubungan atau organisasi yang menyebabkan saling tukar menukar adalah pemasaran inti dari pemasaran adalah transaksi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam memenuhi kebutuhannya ada pihak yang meminta dan ada pihak yang menawarkan. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga, maupun antar bahasa. Bergesernya sifat dari distribusi dan penjualan menjadi pemasaran dalam suatu kebulatan menyebabkan berbagai organisasi melaksanakan pemasaran seperti lembaga-lembaga pemerintah, organisasi, keagamaan dan lain-lain memandang pemasaran sebagai suatu cara untuk berhubungan dengan masyarakat umum. Pemasaran merupakan salah satu aktifitas yang dapat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan digunakan dalam kegiatan pertukaran atau perdagangan.

Pemasaran menurut Kotler and Keller (2016:55) adalah sebagai berikut: "Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan".

Ragam Produk

Kotler (2015:78) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat.

Menurut Tjiptono (2017:77) ragam produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang di tawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko sehingga konsumen dapat memilih produk yang diinginkan karena produk ready stock..

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk

Minat Beli

Menurut Durianto (2015), Minat Beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Minat beli terdiri dari minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Tjiptono (2014:177) minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Menurut Utami (2014:95) efek hierarki minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (beliefs). Sikap (attitudes) dan perilaku pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat, dan obyek (dengan mengevaluasi informasi), sementara itu sikap mengacu pada perasaan atau respon efektifnya. Sikap berlaku sebagai acuan yang mempengaruhi dari lingkungannya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan suatu penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif, Sugiyono (2016: 147). Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode penelitian dalam penelitian yang meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran atau pun kelas manusia masa sekarang. Penelitian dilakukan di toko Moy Stuff kota Bengkulu yang beralamat di Jalan Merapi Raya, Kebun Tebang depan Loret Bus Putra Simas Bengkulu.

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Konsumen

X₁ = Digital marketing X₂= Ragam produk

a = Nilai konstanta

e = error

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linear berganda. Metode analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu digital marketing (X₁) dan ragam produk (X₂) terhadap variabel dependen Minat beli (Y) digunakan alat uji statistik berupa SPSS versi 21,00. Persamaan regresi digunakan untuk memudahkan dalam membaca dan melakukan intepretasi terhadap hasil analisis regresi ini. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.743	3.575		3.284	.001
Digital marketing	.304	.066	.376	4.625	.000
Ragam produk	.438	.084	.422	5.181	.000

a. Dependent Variable: Minat beli

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. Maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 11.743 + 0,304X_1 + 0,438X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X₁ = Digital marketing

X₂ = Ragam produk

E = error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 11.743 mempunyai arti bahwa apabila variabel Digital marketing (X₁) dan Ragam produk (X₂) dianggap tetap maka variabel Minat Beli (Y) akan tetap sebesar 11.743
2. Pengaruh Digital marketing (X₁) terhadap Minat Beli (Y) Nilai koefisien regresi variabel X₁ (Digital marketing) adalah sebesar 0,304, artinya setiap peningkatan digital marketing sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Minat beli sebesar 0,304, dengan asumsi bahwa variabel Ragam produk (X₂) bernilai tetap.
3. Pengaruh Ragam produk (X₂) terhadap Minat Beli (Y) Nilai koefisien regresi variabel X₂ (Ragam produk) adalah sebesar 0,438, artinya setiap peningkatan ragam produk sebesar 1 satuan, maka

akan meningkatkan Minat Beli sebesar 0,438, dengan asumsi bahwa variabel Digital marketing (X1) bernilai tetap. Dari persamaan regresi dapat dilihat hasil kelinierannya sebagai berikut: $Y = 11,743 + 0,304X_1 + 0,438X_2$

$$Y = 11,743 + 0,304(42) + 0,438(43)$$

$$Y = 11,743 + 12,768 + 18,834$$

$$Y = 11,743 + 31,602$$

$$Y = 43,345$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 11,743 + 0,304X_1 + 0,438X_2 + e$
2. Koefisien determinasi dari nilai R square yaitu sebesar 0,4140. Hal ini berarti bahwa X1 (Digital marketing) dan X2 (ragam produk), berpengaruh terhadap Minat beli (Y) sebesar 41,40% sedangkan sisanya 58,60% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil pengujian untuk variabel X1 (digital marketing) menunjukkan nilai thitung = 4,625 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 100 - 2 = 98$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($4,625 > 1,666$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X1 (digital marketing) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).
4. Hasil pengujian untuk variabel X2 (ragam produk) menunjukkan nilai thitung = 5,181 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - k = 100 - 2 = 98$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($5,181 > 1,666$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X2 (ragam produk) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).
5. Hasil perhitungan statistik menunjukkan F hitung = 34,297 sedangkan Ftabel ($df_1 = k - 1 = 2 - 1 = 1$, sedangkan $df_2 = n - k = 100 - 2 = 98$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 3,08, berarti diperoleh Fhitung > Ftabel ($34,297 > 3,09$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai Fhitung > Ftabel dan nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X1 (Digital marketing) dan X2 (ragam produk) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli (Y).

Saran

1. Disarankan kepada Toko Moy Stuff Kota Bengkulu, untuk meningkatkan digital marketing dengan cara mengupload setiap barang yang baru masuk ke aplikasi lain selain instagram dan Shopee. Seperti Facebook dan lain-lain.
2. Untuk ragam produk diharapkan kepada Toko Moy Stuff Kota Bengkulu untuk melengkapi ragam produk seperti produk anak-anak dan produk untuk laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. 2019. Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). Skripsi. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
- Benson, Robert J., 2017. From Business Strategy to IT Action. Right Decisions for a Bottom Line. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick. 2016. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Sixth Edition. United Kingdom. Pearson
- Chakti, Andi Gunawan. The Book of Digital Marketing. Jakarta; Celebes Media Perkasa
- Engel, F. James. 2015. Perilaku Konsumen. Terjemahan Alex Budianto. Edisi Keenam. Jilid 2. Jakarta: Bina Rupa Aksar
- Gitosudarmo. Indriyo. 2017. Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Yogyakarta: BPFE
- Heidrick and Struggles. 2015. The Adoption of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis.

- Khalimatus, Sa'diyah. 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi Pt.Prudential Life Assurance Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang. Universitas Islam Malang
- Khasanah dan Kuswati Andrian. 2019. Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 3, Nomor 1, Hal. 14-24
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip Garry, Armstrong. 2017. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2015. Manajemen Pemasaran. Jakarta Erlangga
- Purnama, Joni. 2018. Hubungan kualitas produk, harga dan promosi dengan keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada PT. Bintang Motor Bengkulu. Skripsi. Universitas Dehasen Bengkulu
- Ryan, Damian. 2015. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation. United States: Kogan Page Limited.
- Schiffman & Kanuk. 2017. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall Shimp, Terence,A. 2017, Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. Yogyakarta: Amus. Tjiptono, Fandy. 2017. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi

Effect of Recruitment and Placement on Employee Performance at PT. Revelation of Septyan Bengkulu

Pengaruh Rekrutmen dan Penempatan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu

Ripi Pitriyanti¹⁾; Oni Yulianti²⁾; Nia Indriasari²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ ripipitriyanti@gmail.com ; ²⁾ onidehasen@gmail.com ; ³⁾ Indriasari_nia@yahoo.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Recruitment, Placement,
Performance

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh rekrutmen dan penempatan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 84 orang Karyawan outsorsing pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu karena arah regresi memiliki arah positif yaitu $Y = 10,471 + 0,316X_1 + 0,305X_2 + e$. Rekrutmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin meningkat perhatian terhadap rekrutmen maka akan meningkatkan kinerja karyawan PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Hal ini menggambarkan dengan adanya rekrutmen yang baik antara karyawan dengan pimpinan dan antara karyawan dengan karyawan yang lainnya maka kinerja dapat ditingkatkan. Penempatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu karena nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan semakin tepat penempatan karyawan maka kinerja juga akan semakin meningkat. Rekrutmen dan penempatan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (H_a diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja secara bersama-sama. Koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,304. Hal ini berarti bahwa rekrutmen dan penempatan berpengaruh terhadap kinerja sebesar 30,4 % sedangkan sisanya ($100 - 30,4\% = 43,3\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of recruitment and job placement on employee performance at PT. Wahyu Septyan Bengkulu. The sample in this study were 84 outsourced employees at PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression indicate that there is a positive influence between recruitment and placement on employee performance at PT. Wahyu Septyan Bengkulu because the direction of the regression has a positive direction, namely $Y = 10,471 + 0,316X_1 + 0,305X_2 + e$. Recruitment has a significant effect on employee performance at PT. Wahyu Septyan Bengkulu, because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. This means that the increasing attention to recruitment will increase the performance of employees of PT. Wahyu Septyan Bengkulu. This illustrates that with good recruitment between employees and leaders and between employees and other employees, performance can be improved. Placement has a significant effect on employee performance at PT. Wahyu Septyan Bengkulu because the significant value of 0.002 is smaller than 0.05. This illustrates that the more precise the placement of employees, the performance will also increase. Recruitment and placement have a significant effect together on employee performance at PT. Wahyu Septyan Bengkulu, thus the initial hypothesis proposed is proven (H_a is accepted). That is, there is a significant influence between recruitment and placement on performance together. The coefficient of determination of R square is 0.304. This means that recruitment and placement affect performance by 30.4% while the rest ($100 - 30.4\% = 43.3\%$) is influenced by other causal factors not examined in this study.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Sumber daya manusia merupakan faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, sumber daya manusia yang dimaksud disini adalah karyawan. Karyawan memiliki andil sebagai perencana, pelaksana dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Peranan sumber daya manusia menjadi semakin penting bila dikaitkan dengan perkembangan global yang penuh dengan persaingan diantara organisasi.

Salah satu cara yang dilakukan organisasi dalam menghadapi persaingan yaitu dengan memberdayakan dan menggali seluruh potensi SDM yang dimilikinya itu secara maksimal.

Melihat kondisi ini, maka suatu organisasi perlu meningkatkan perhatiannya terhadap kualitas karyawannya, baik perhatian dari segi kualitas pengetahuan dan keterampilan, karir maupun tingkat kesejahteraannya, sehingga dapat meningkatkan prestasi dan motivasi pegawai untuk memberikan seluruh kemampuannya dalam pencapaian tujuan organisasi. Menyadari begitu pentingnya pengelolaan SDM dalam mencapai tujuan organisasi maka perusahaan dan pimpinan perlu meningkatkan perhatiannya terhadap karyawan dalam upaya meningkatkan kinerjanya. Kinerja karyawan sangat menentukan kemajuan suatu perusahaan. Hal ini menjadi kewajiban seorang pimpinan untuk dapat menciptakan suasana yang dapat mendukung terciptanya kinerja yang tinggi dari karyawan. Kinerja setiap karyawan dapat dipengaruhi oleh penempatan karyawan pada posisi yang tepat dan pemberian pelatihan terhadap karyawan.

Salah satu yang harus diperhatikan dalam mengelola sumber daya manusia adalah rekrutmen. Dalam proses rekrutmen juga memerlukan adanya proses seleksi yang efektif, hal ini dilakukan untuk melakukan pemerataan karyawan sehingga kekuatan SDM yang dimiliki menjadi lebih seimbang. Proses rekrutmen menjadi aspek penting bagi sebuah perusahaan, baik di perusahaan kecil, menengah dan besar. Bohlander (2015:180) menyebutkan “terdapat beberapa orang yang bertanggung jawab dalam melakukan proses rekrutmen, bagi perusahaan kecil biasanya rekrutmen dilakukan oleh seorang general manager secara generalis, namun bagi perusahaan yang tidak memiliki manajer, maka seorang manager umum atau supervisor dapat melakukan proses rekrutmen sendiri.”

Hal lain yang perlu diperhatikan perusahaan yang mampu mempengaruhi kinerja karyawan adalah penempatan kerja karyawan. Penempatan adalah menempatkan posisi seseorang ke posisi pekerjaan yang tepat, seberapa baik seorang karyawan cocok dengan pekerjaannya akan mempengaruhi jumlah dan kualitas pekerjaan. Penempatan SDM yang tepat merupakan cara mengoptimalkan pengetahuan, keterampilan dan sikap menuju kinerja bagi SDM itu sendiri, hal ini sangat penting karena bagi suatu perusahaan penempatan pegawai pada posisi yang tepat merupakan suatu hal yang erat hubungannya dengan kinerja pegawai dalam memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan. Perusahaan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas, terutama memelihara kualitas kehidupan kerja dan membina tenaga kerja agar bersedia memberikan kontribusinya secara optimal untuk mencapai tujuan perusahaan .

Penempatan karyawan dalam posisi jabatan yang tepat akan membantu perusahaan untuk mendapatkan hasil kerja yang optimal dan mencapai tujuan yang diharapkan. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Hasibuan (2017:55) bahwa penempatan harus didasarkan pada deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan yang telah ditentukan serta berpedoman kepada prinsip orang yang tepat ditempat yang tepat dan orang yang tepat di belakang pekerjaan.

Kinerja karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuan (Rivai, 2013:86). Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan harus berusaha mendorong karyawan untuk bekerja dengan baik sehingga dapat mencapai prestasi yang terbaik. Untuk menciptakan kinerja karyawan tentu saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan, seperti penempatan dan pelatihan kerja karyawan. Seorang karyawan yang ditempatkan sesuai dengan keahlian dan keterampilan yang dimilikinya akan memiliki prestasi yang jauh lebih baik dari pada karyawan yang menempati posisi yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan dan keahlian yang dimilikinya. Selain itu, peningkatan kinerja dapat ditunjang dengan pemberian pelatihan terhadap karyawan.

PT. Wahyu Septyan Bengkulu merupakan perusahaan yang bergerak dalam outsourcing untuk penerimaan karyawan yang ditempatkan di bank dan perusahaan BUMN di Kota Bengkulu. Dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawab dari para karyawannya dituntut para karyawan memiliki kinerja yang tinggi sehingga karyawan mampu melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sesuai dengan tupoksi yang telah ditetapkan. Pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu membagi karyawannya pada beberapa unit kerja atau divisi pada perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Wahyu Septyan Bengkulu, yang mana karyawan satu dengan lainnya memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap yang berbeda-beda, sehingga peran penempatan kerja karyawan yang tepat dan sesuai sangat vital untuk mengoptimalkan kinerja. Sebelum penerimaan karyawan juga dilakukan rekrutmen dengan cara mengumumkan pembukaan lowongan dan diadakan seleksi atau tes untuk rekrutmen karyawan baru.

Berdasarkan fenomena yang ada, ditemukan bahwa masih terdapat karyawan dengan kinerja yang kurang baik. Hal tersebut terlihat dari masih adanya penempatan karyawan yang tidak sesuai dengan keahlian dan latar belakang pendidikannya, hal ini akan menyebabkan rendahnya kinerja karyawan karena karyawan merasa bingung dengan pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Seperti dalam penempatan karyawan outsourcing, yang ditempatkan pada perusahaan-perusahaan sebagai admin, cleaning service dan satpam. Umumnya karyawan yang ditempatkan sebagai satpam adalah

lulusan SLTA dan mereka belum memiliki pengalaman sebagai satpam. Hasil pra penelitian juga menunjukkan bahwa faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah rekrutmen. Dalam rekrutmen karyawan masih terdapat sifat kekeluargaan, karena banyak karyawan outsorsing yang diterima berdasarkan azas kekeluargaan bukan berdasarkan rekrutmen resmi..

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Peranan manusia dalam suatu perusahaan semakin di yakini kepentingannya. Tujuan perusahaan tidak mungkin akan terwujud tanpa peran aktif dari manusia yang mengelola perusahaan. Perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya peran serta sumber daya manusia, meskipun sudah ada teknologi yang serba otomatis. Kemajuan teknologi tidak akan menggeser peran sumber daya manusia secara keseluruhan dalam perusahaan karena ada hal-hal yang tidak dapat di lakukan oleh teknologi.

Rekrutmen

Menurut Mardianto (2014:8) diartikan sebagai suatu proses untuk mendapatkan calon karyawan yang memiliki kemampuan yang sesuai dengan kualifikasi dan kebutuhan suatu organisasi/perusahaan. Menurut Rivai (2013:158), rekrutmen adalah proses untuk mendapatkan sejumlah sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan dalam suatu perusahaan. Menurut Hasibuan (2017:40), Penarikan (*recruitment*) adalah masalah penting dalam pengadaan tenaga kerja. Jika penarikan berhasil artinya bnyak pelamar yang memasukkan lamarannya, peluang untuk mendapatkan karyawan yang baik terbuka lebar, karena perusahaan dapat memilih yang terbaik diantara yang baik.

Kinerja

Menurut Sutrisno (2013:149) kinerja adalah hasil upaya seseorang yang ditentukan oleh kemampuan karakteristik pribadinya serta persepsi terhadap perannya terhadap pekerjaan itu. Menurut Mangkunegara (2013:33) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikannya.

Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dengan melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu (Hasibuan 2017:94). Sedangkan menurut As'ad (2016:63) kinerja adalah kualitas, kuantitas, waktu yang dipakai, jabatan yang dipegang, absensi, dan keselamatan dalam menjalankan pekerjaan. Dimensi mana yang penting adalah berbeda antara pekerjaan yang satu dengan pekerjaan yang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang dipilih adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2016:76). Dalam uji validitas digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Versi 22.00. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing barang dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dengan nilai signifikansi 5% dengan nilai kritis. Atau dengan kata lain dapat dibandingkan antara r hitung dengan r tabel untuk derajat kebebasan (*degrees of freedom / df*) = $n - 2$, dengan n = jumlah sampel (Sugiyono, 2016:82)..

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel indenpenden sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X₁= Atribut produk

X₂= Kualitas produk

a = Nilai konstanta

e = error

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumusan hipotesis yang diuji:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan besarnya pengaruh variabel rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 1. Model Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.471	2.566		4.080	.000
Rekrutmen	.316	.075	.400	4.221	.000
Penempatan	.305	.095	.304	3.207	.002

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 10,471 + 0,316X_1 + 0,305X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 10,471 mempunyai arti bahwa apabila variabel rekrutmen (X₁) dan penempatan (X₂) dianggap sama dengan nol maka variabel Kinerja (Y) akan tetap sebesar 10,471
2. Pengaruh Rekrutmen (X₁) terhadap Kinerja (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X₁ (rekrutmen) adalah sebesar 0,316 dengan asumsi apabila X₁ (rekrutmen) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,316 kali.
3. Pengaruh Penempatan (X₂) terhadap Kinerja (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X₂ (penempatan) adalah sebesar 0,305 dengan asumsi apabila X₂ (penempatan) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,305 kali

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen, dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut ini:

Tabel 2. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.304	.287	1.764

a. Predictors: (Constant), Penempatan, Rekrutmen

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan pendapat Sarjono (2013:99), untuk pengukuran koefisien determinasi digunakan nilai *R square*. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R square* yaitu sebesar 0,304. Hal ini berarti bahwa rekrutmen dan penempatan memiliki pengaruh terhadap kinerja sebesar 30,4 % sedangkan sisanya ($100-30,4\%= 69,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Selanjutnya untuk menyakinkan bahwa masing-masing variabel yaitu : rekrutmen dan penempatan berpengaruh terhadap kinerja akan dilakukan pengujian secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.471	2.566		4.080	.000
	Rekrutmen	.316	.075	.400	4.221	.000
	Penempatan	.305	.095	.304	3.207	.002

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Rekrutmen Terhadap Kinerja

Berdasarkan Tabel 11 diketahui nilai signifikansi variabel rekrutmen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa rekrutmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dapat terbukti (H_a diterima).

2. Pengaruh Penempatan Terhadap Kinerja

Berdasarkan Tabel 11 diketahui nilai signifikansi variabel penempatan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penempatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan dapat terbukti (H_a diterima).

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan yaitu: ada pengaruh signifikan antara variabel rekrutmen dan penempatan secara simultan terhadap kinerja, terbukti kebenarannya atau tidak dengan menggunakan uji F test. Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y secara bersama-sama:

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.321	2	55.161	17.730	.000 ^b
	Residual	252.000	81	3.111		
	Total	362.321	83			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Penempatan, Rekrutmen

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 12 diketahui nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel rekrutmen dan penempatan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (H_a diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja secara bersama-sama.

Pembahasan

Pengaruh Rekrutmen Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi sebesar 0,316 dengan arah regresi positif, artinya semakin meningkat perhatian terhadap rekrutmen karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh rekrutmen terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu memiliki pengaruh yang signifikan, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya peningkatan perhatian terhadap rekrutmen karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Rivai (2013:158), rekrutmen adalah proses untuk mendapatkan sejumlah sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan dalam suatu perusahaan. Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan, proses rekrutmen mempunyai peran yang sangat penting karena para karyawan yang direkrut itulah nanti yang akan menggerakkan seluruh aspirasi dan merealisasikan tujuan perusahaan secara administrasi dan operasional. Kinerja yang baik dan berkualitas boleh dicapai melalui proses perekrutan karyawan yang baik dan menepati segala prosedur dan teknik rekrutmen. Karena itulah proses rekrutmen karyawan boleh dikatakan sangat berpengaruh terhadap kinerja

Pengaruh Penempatan Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi sebesar 0,305 dengan arah regresi positif, artinya semakin tepat penempatan karyawan maka kinerja karyawan PT. Wahyu Septyan Bengkulu akan semakin meningkat. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh penempatan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu memiliki pengaruh yang signifikan, karena nilai signifikan sebesar 0,002 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya penempatan karyawan yang sesuai dengan keterampilan dan pengetahuannya dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Hariandja (2016:43) penempatan kerja merupakan proses penugasan/pengisian jabatan atau penugasan kembali pada tugas/jabatan baru atau jabatan yang berbeda. Untuk menempatkan karyawan pada posisinya juga harus mempertimbangkan pengetahuan seseorang mengenai pekerjaan, semakin tinggi pengalaman seseorang maka tingkat pengetahuannya dalam bekerja juga akan meningkat sehingga prestasi kerja seseorang juga akan meningkat. Keterampilan yang dimiliki oleh karyawan juga akan menentukan posisi seseorang dalam bekerja. Semakin tinggi keterampilan yang dimiliki oleh seseorang maka dalam bekerja dia akan mendapatkan promosi kejabatan yang lebih tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu karena arah regresi memiliki arah positif yaitu $Y = 10,471 + 0,316X_1 + 0,305X_2 + e$
2. Rekrutmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin meningkat perhatian terhadap rekrutmen maka akan meningkatkan kinerja karyawan PT. Wahyu Septyan Bengkulu. Hal ini menggambarkan dengan adanya rekrutmen yang baik antara karyawan dengan pimpinan dan antara karyawan dengan karyawan yang lainnya maka kinerja dapat ditingkatkan.
3. Penempatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu karena nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan semakin tepat penempatan karyawan maka kinerja juga akan semakin meningkat.
4. Rekrutmen dan penempatan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Wahyu Septyan Bengkulu, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (Ha diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara rekrutmen dan penempatan terhadap kinerja secara bersama-sama.
5. Koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,304. Hal ini berarti bahwa rekrutmen dan penempatan berpengaruh terhadap kinerja sebesar 30,4 % sedangkan sisanya ($100 - 30,4\% = 43,3\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Dalam rekrutmen karyawan disarankan kepada kepala PT. Wahyu Septyan Bengkulu dalam pengisian jabatan yang kosong disarankan menerima karyawan baru sebagai pengganti karyawan yang lama haruslah memperhatikan pengalaman kerjanya yang sesuai dengan jabatan yang kosong.

2. Kepada kepala PT. Wahyu Septyan Bengkulu agar menempatkan karyawan sesuai dengan keterampilan dan latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang dimiliki oleh karyawan

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Rio Pratama, 2017. Pengaruh Rekrutmen, Penempatan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. Jurnal Manajemen Branchmark Vol 3 Issue 3, 2017
- Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Graha Ilmu
- As'ad, moh. 2016. Seri Ilmu SDM : Psikologi Industri, Edisi Keempat. Yogyakarta : Liberty
- Azizah, Liamantul. 2015. Pengaruh Penempatan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja (Studi pada karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Pelayanan dan Jaringan Malang). Jurnal Administrasi Bisnis no. 5 vol. 2
- Bohlander, George., and Snell, Scott. 2015. Principles of Human Resource. Management, 15th ed. Mason, OH: South Western – Cengage Learning
- Danang, Sunyoto, 2015. Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CAPS
- Etsahandy. Odila Fatra. 2016. Pengaruh Penempatan Kerja Yang Tepat Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya. e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 4 Tahun 2016)
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariandja, Marihot T.E. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Grasindo
- Hasibuan, Melayu. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kesembilan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mangkunegara. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mardianto, Adi. 2014. Manajemen Rekrutmen. Jakarta: Salemba Empat
- Nasution, Mulia, 2016, Manajemen Personalial, Djambatan, Jakarta
- Rivai. Veithzal. 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek. Jakarta : PT. Grafindo Persada
- Robbins, Stephen P. 2016. Perilaku Organisasi Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat
- Samsudin, Sadili. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Pustaka Setia
- Sudiro. Achmad, 2015. Perencanaan Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama. UB Press. Malang Indonesia.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sutisna, 2014, Perilaku Konsumen dan Komunikasi, Edisi kedua,. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suwatno. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik dan Bisnis . Bandung: Alfabeta

The Effect of Information Technology and Understanding of Government Accounting Standards on the Quality of Financial Reports at the Marine and Fishery Services Bengkulu Province

Pengaruh Teknologi Informasi dan Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Bengkulu

Tia Suriyenti Putri ¹⁾; Oni Yulianti ²⁾; Herlin ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ suriyentitia@gmail.com; ²⁾ onidehasen@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Information Technology,
Understanding of
Accounting Standards,
Quality of Financial
Reports

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Laporan keuangan yang berkualitas ditentukan oleh beberapa hal, diantaranya adalah SDM. Kualitas laporan keuangan juga dipengaruhi oleh teknologi informasi dan pemahaman terhadap standar akuntansi pemerintah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling yaitu pegawai yang berhubungan dengan laporan keuangan. Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang pegawai pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu karena arah regresi memiliki arah positif yaitu $Y = 2,062 + 0,436X_1 + 0,670X_2 + 5,504$. Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,603. Hal ini berarti bahwa teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan sebesar 60,3 % sedangkan sisanya ($100 - 60,3\% = 43,3\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of information technology and understanding of Government Accounting Standards on the quality of financial reports at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service. The sampling procedure used in this study is non-probability with purposive sampling technique, namely employees related to financial statements. Based on these criteria, the sample in this study was 30 employees at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service. Data collection methods using questionnaires and data analysis used is multiple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing. The regression results show a positive influence between information technology and understanding of Government Accounting Standards on the quality of financial reports at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service because the regression direction has a positive direction, namely $Y = 2.062 + 0.436X_1 + 0.670X_2 + 5.504$. Information technology has a significant effect on the quality of financial reports at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service, because the significant value of 0.005 is smaller than 0.05. Understanding of Government Accounting Standards has a significant influence on the quality of financial reports at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. Information technology and understanding of Government Accounting Standards jointly have a significant effect on the quality of financial reports at the Bengkulu Province Marine and Fisheries Service because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. The coefficient of determination of R square is 0.603. This means that information technology and understanding of Government Accounting Standards affect the quality of financial reports by 60.3% while the rest ($100 - 60.3\% = 43.3\%$) is influenced by other causal factors not examined in this study.

PENDAHULUAN

Peraturan Pemerintah menjelaskan bahwa yang menggunakan laporan keuangan pemerintahan yaitu: masyarakat, wakil rakyat, lembaga pengawas, lembaga pemeriksa, mereka yang berperan atau memberi dalam suatu tahapan investasi, pinjaman dan donasi, investasi, serta pihak pemerintah. Peraturan Pemerintah karakteristik kualitas suatu laporan keuangan pemerintah yaitu suatu prasyarat normatif yang sangat dibutuhkan sehingga laporan keuangan pemerintahan bisa memberikan kualitas yang diinginkan, yaitu relevan, handal, dapat dibandingkan, dan dapat dipahami. Oleh karena itu, pemerintahan daerah bertanggungjawab untuk menyajikan dan melaporkan Laporan Keuangan Pemerintahan Daerah (LKPD) yang berkualitas (PP Nomor 71 Tahun 2010:7- 8).

Laporan keuangan yang berkualitas ditentukan oleh beberapa hal, diantaranya adalah SDM. Laporan keuangan merupakan sebuah produk yang seharusnya dihasilkan oleh bidang atau disiplin ilmu akuntansi". Oleh karena itu, kemampuan sumber daya manusia sangat diperlukan, tenaga kerja yang mempunyai kompetensi yang baik sangat mempengaruhi hasil laporan keuangan yang berkualitas. Untuk menghasilkan laporan keuangan pemerintah daerah yang berkualitas diperlukan pemahaman standar akuntansi dan kemampuan menggunakan teknologi.

Menurut Komarasari (2016:2) kapasitas memadai belum tentu menghasilkan laporan keuangan yang andal jika masih belum didukung dengan teknologi informasi. Dengan tersedianya teknologi informasi yang terus berkembang diharapkan akan membantu dalam proses pembuatan dan penyusunan pelaporan keuangan yang berkualitas dan tepat waktu.

Kualitas laporan keuangan pemerintah berhubungan erat dengan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) karena laporan keuangan yang berkualitas harus disusun sesuai dengan pedoman dan aturan-aturan yang terdapat dalam standar akuntansi yang berlaku, oleh karena itu LKPD haruslah mengacu kepada SAP yang telah ditetapkan. SAP berfungsi sebagai acuan apakah Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) sudah disusun berdasarkan sistem yang memadai dan informasi yang termuat apakah sudah sesuai dengan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP).

Komarasari (2016:2) tentang pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Daerah dan penelitian Rusmanto, dkk (2019:2:) tentang pengaruh Tingkat Pendidikan, Latar Belakang Pendidikan, Pengalaman dan Faktor Sosial terhadap Pemanfaatan Catatan Atas Laporan Keuangan (Calk) pada SKPD Kota Banjarmasin. Berdasarkan penelitian Komarasari (2016:2) dan Rusmanto (2019:1), maka penelitian ini pengembangan dari kedua penelitian di atas.

Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Bengkulu adalah salah satu instansi pemerintah yang bertugas dalam bidang kelautan dan perikanan. Hal ini mengacu bahwa keberadaan Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Bengkulu sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan mempunyai beban dan tanggungjawab dalam mengelola sumberdaya kelautan dan perikanan dengan kekuatan sumberdaya manusia kompeten dan iptek yang inovatif. Namun demikian, dalam upaya menciptakan Kualitas Laporan Keuangan pada Dinas Kelautan dan Perikanan, nampak masih terdapat kendala yang dihadapi sehingga sulit untuk mencapai tujuan organisasi. Kondisi yang belum ideal masih ada pada Dinas Kelautan dan Perikanan.

Fenomena yang terjadi masih rendahnya kualitas laporan keuangan dapat disebabkan oleh beberapa hal diantaranya belum diterapkannya sistem informasi akuntansi keuangan yang efisien dan belum menguasai TI secara mendalam dan belum memiliki pemahaman standar akuntansi.

LANDASAN TEORI

Laporan Keuangan Sektor Publik

Istilah sektor publik memiliki pengertian yang bermacam-macam, hal ini merupakan konsekuensi dari luasnya wilayah publik, sehingga setiap disiplin ilmu (politik, ekonomi hukum dan sosial) memiliki cara pandang dan definisi yang berbeda-beda. Dari sudut pandang ekonomi sektor publik dapat dipahami sebagai suatu entitas (kesatuan) yang aktivitasnya berhubungan dengan usaha untuk menghasilkan barang dan pelayanan publik dalam rangka memenuhi kebutuhan dan hak publik (Bastian, 2010:3).

Pada sektor publik, lingkungan pemerintahan, laporan keuangan merupakan laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan oleh suatu entitas pelaporan. Tujuan umum laporan keuangan adalah menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, realisasi anggaran, saldo anggaran lebih, arus kas, hasil operasi dan perubahan ekuitas suatu entitas pelaporan yang bermanfaat bagi para pengguna dalam membuat dan mengevaluasi keputusan mengenai alokasi sumber daya. Secara spesifik tujuan laporan keuangan pemerintah adalah untuk menyajikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan dan untuk menunjukkan akuntabilitas entitas pelaporan atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya (PP Nomor 71 Tahun 2010:6).

Teknologi Informasi

Sutabri (2014:3) menjelaskan bahwa teknologi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Mulyadi (2014:21) menjelaskan bahwa teknologi adalah mencakup komputer (baik perangkat keras dan perangkat lunak), berbagai peralatan kantor elektronik, perlengkapan pabrik dan telekomunikasi.

Puspita (2020:39) teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (hardware, software, useware) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna. Lebih lanjut Puspita (2020:39) mengatakan bahwa teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat.

Standar Akuntansi Pemerintah

Standar Akuntansi Pemerintah adalah prinsip-prinsip akuntansi yang diterapkan dalam menyusun dan menyajikan laporan keuangan pemerintah. Dengan demikian, SAP merupakan persyaratan yang mempunyai kekuatan hukum dalam upaya meningkatkan kualitas laporan keuangan pemerintah di Indonesia. SAP diterapkan dalam lingkup pemerintahan yaitu pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan satuan organisasi dilingkungan pemerintah pusat/daerah (PP Nomor 71 Tahun 2010:8)

Kualitas Laporan Keuangan

Susilawati (2014:23) kualitas diartikan sebagai kesesuaian dengan standar, diukur berbasis kadar kesesuaian, serta dicapai melalui pemeriksaan. Laporan keuangan dapat dikatakan sebagai informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang berkualitas apabila informasi yang disajikan dalam laporan keuangan tersebut disusun dengan baik, benar sesuai dengan prinsip akuntansi juga dapat dipahami oleh pemakai informasi. Menurut Defitri (2016:10) kualitas laporan keuangan pemerintah daerah yaitu kemampuan informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dapat dipahami, dan memenuhi kebutuhan pemakainya dalam pengambilan keputusan, bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material serta dapat diandalkan sehingga laporan keuangan tersebut dapat dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif metode *survey*. Sugiyono (2016:42) menjelaskan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian *survey* adalah suatu teknik pengumpulan informasi ataudata yang dilakukan dengan cara menyusun beberapa daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden sebagai sampel dari sebuah populasi (Sugiyono, 2016 :43).

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen(kriterium), bila dua atau lebih variabel indenpenden sebagai faktor perdiktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Bentuk umum persamaanregresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Kualitas Laporan Keuangan
X ₁	= Teknologi Informasi
X ₂	= Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah (PSAP)
a	= Nilai konstanta
b ₁ b ₂	= Koefisien Regresi
e	= Koefisien Error

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkatpengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing

variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu. Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.062	5.504		.375	.711
Teknologi informasi	.436	.143	.386	3.048	.005
Pemahaman SAP	.670	.149	.570	4.500	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Lap. Keuangan

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 2,062 + 0,436X_1 + 0,670X_2 + 5,504$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 2,062 mempunyai arti bahwa apabila variabel teknologi informasi (X₁) dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah (X₂) dianggap sama dengan nol maka variabel Kualitas laporan keuangan (Y) akan tetap sebesar 2,062
2. Pengaruh Teknologi informasi (X₁) terhadap Kualitas laporan keuangan (Y). Nilai koefisien regresi variabel X₁ (teknologi informasi) adalah sebesar 0,436 dengan asumsi apabila X₁ (teknologi informasi) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kualitas laporan keuangan) akan mengalami peningkatan sebesar 0,436 kali.
3. Pengaruh Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah (X₂) terhadap Kualitas laporan keuangan (Y). Nilai koefisien regresi variabel X₂ (pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah) adalah sebesar 0,670 dengan asumsi apabila X₂ (pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kualitas laporan keuangan) akan mengalami peningkatan sebesar 0,670 kali.

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi sebesar 0,436 dengan arah regresi positif, artinya semakin meningkat teknologi informasi maka akan meningkatkan kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu memiliki pengaruh yang signifikan, karena nilai signifikan sebesar 0,005 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya adap teknologi informasi maka akan meningkatkan kualitas laporan keuangan .

Hasil ini menunjukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi ternyata menentukan kualitas pelaporan keuangan pada Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Bengkulu ternyata telah mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung penyajian laporan keuangan yang memenuhi karakteristik kualitatif. Agar pelaporan keuangan pemerintah memenuhi karakteristik tersebut, maka perlu optimalisasi pemanfaatan kemajuan teknologi informasi untuk membangun jaringan sistem informasi manajemen dan proses kerja yang memungkinkan pemerintahan bekerja secara terpadu dengan menyederhanakan akses antar unit kerja.

Hasil penelitian sesuai dengan pendapat Indriasari dan nahartyo (2016:98) mengemukakan bahwa suatu entitas akuntansi seperti pemerintah daerah, sudah pasti akan memiliki transaksi yang kompleks dan besar volumenya. Pemanfaatan teknologi informasi mesti akan sangat membantu mempercepat proses pengolahan data transaksi dan penyajian laporan keuangan pemerintah,

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Windyaningrum dan Rahmawati (2010) mengemukakan bahwa Pemanfaatan teknologi informasi tersebut mencakup

adanya (a) pengolahan data, pengolahan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik dan (b) pemanfaatan kemajuan teknologi informasi agar pelayanan publik dapat diakses secara mudah dan murah oleh masyarakat di seluruh wilayah negeri ini.

Pengaruh Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi sebesar 0,670 dengan arah regresi positif, artinya semakin meningkat pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah maka kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu akan semakin meningkat. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu memiliki pengaruh yang signifikan, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Pemerintah maka akan meningkatkan kualitas laporan keuangan .

Pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu pemahaman Standar Akuntansi Pemerintahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan. Hal ini disebabkan karena pegawai Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu dalam penyusunan laporan keuangan menggunakan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan sesuai dengan Standar Akuntansi Pemerintahan yang berlaku. Pegawai Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu memiliki wawasan dan pengertian pengetahuan yang mendalam mengenai Standar Akuntansi Pemerintahan, maka laporan keuangan yang dihasilkan akan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan berkualitas.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Safrida Yuliani, Nadirsyah, dan Usman Bakar (2010) yang menyatakan bahwa seseorang dikatakan paham terhadap akuntansi adalah mengerti dan pandai bagaimana proses akuntansi itu dilakukan sampai menjadi suatu laporan keuangan dengan berpedoman pada prinsip dan standar penyusunan laporan keuangan yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan yang sekarang diubah menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan, sehingga pemahaman Standar Akuntansi pemerintahan (SAP) berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Irvan Permana (2011) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara Standar Akuntansi Pemerintahan signifikan dalam meningkatkan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah dan implikasinya terhadap akuntabilitas

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu karena arah regresi memiliki arah positif yaitu $Y = 2,062 + 0,436X_1 + 0,670X_2 + 5,504$
2. Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin meningkat teknologi informasi maka akan meningkatkan kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu.
3. Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan semakin meningkat pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah maka kualitas laporan keuangan juga akan semakin meningkat.
4. Teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kualitas laporan
5. keuangan pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (H_a diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah terhadap kualitas laporan keuangan secara bersama-sama.
6. Koefisien determinasi dari R^2 square yaitu sebesar 0,603. Hal ini berarti bahwa teknologi informasi dan pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan

sebesar 60,3 % sedangkan sisanya ($100-60,3\%= 43,3\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Disarankan kepada Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu untuk lebih menerapkan penggunaan teknologi informasi dalam pembuatan laporan keuangan karena dengan menggunakan teknologi informasi hasil dari laporan keuangan akan lebih akurat.
2. Disarankan kepada pegawai Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bengkulu untuk lebih meningkatkan pemahaman terhadap Standar Akuntansi Pemerintah dengan cara mengikuti pelatihan dan seminar- seminar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian . 2010. Akuntansi Sektor Publik Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Desmiyawati. 2016. Faktor– Faktor Yang Mempengaruhi Keandalan Dan Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan (Study Empiris Pada SKPD Pemda Riau). Jurnal Akuntansi, Vol. 2, No. 2, ISSN 2337-4314.
- Ghozali, Imam. 2016. Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2016. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Komarasari, W. 2016. Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Daerah (Pada SKPD Kabupaten Bantul Bagian Akuntansi dan Keuangan). Repository UPY.
- Sutabri. 2014. Pengantar Teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi Sutarman. 2016. Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Defitri. 2016. Pengaruh Pemahaman Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. National Conference of Applied Science, Engineering, Business and Information technology, Politeknik Negeri Padang, 15-16 Oktober 2016. ISSN: 2541-111x.
- Kurniawan, Sutoto, Indar. 2016. Determinan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 13, No. 1.
- Anggota IKAPI. 2011, Standar Akuntansi Pemerintahan. Fokusmedia
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 217/PMK.05/2015 Tentang Pernyataan Standar Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrua Nomor 13 Tentang Penyajian Laporan Keuangan Badan Layanan Umum.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintah
- Mulyadi. 2014. Sistem Akuntansi. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Rusmanto, dkk. 2019. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Latar Belakang Pendidikan, Pengalaman Dan Faktor Sosial Terhadap Pemanfaatan Catatan Atas Laporan Keuangan (Calk) pada SKPD Kota Banjarmasin. DINAMIKA EKONOMI. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.1, 2No. 2 September 2019
- Setyowati, Istihika, Pratiwi Endah. 2016. Pengembangan SDM Berbasis Kompetensi: Solusi untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi. PT. Raja. Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiarianti, Ni Made. 2015. Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Penerapan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah dan Standar Akuntansi Pemerintah Serta Implikasinya Pada Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Simposium Nasional Akuntansi 18. Universitas Sumatera Utara, Medan. 16-19.
- Silvia Afriani. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan (PSAP) no.01 Tentang Penyusunan Laporan Keuangan Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah. Naskah Publikasi Universitas Dehasen Bengkulu.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, 2014. Standar Akuntansi Pemerintahan Dan Sistem pengendalian Intern Sebagai Anteseden Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Star- Study & Accounting Research Vol X1 No.1.
- Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/ TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi. Yogyakarta.

- Yuliani dan Rahmawati Dwi Agustini. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Volume 14, No. 1.
- Puspita, Sari (2020). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Studi Empiris pada Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Seluma). Naskah Publikasi Universitas Bengkulu.

The Effect of Supervision and Communication on Employee Performance in Satpol PP Offices in Bengkulu Selatan District

Pengaruh Pengawasan dan Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan

Wanda Syah Putra¹⁾; Neri Susanti²⁾ ; Rinto Noviantoro²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ Wandasyahputra310@gmail.com ; ²⁾ nearyrsanti@gmail.com ; ³⁾ rintonoviantoro@yahoo.co.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Supervision,
Communication,
Performance

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pembinaan mutu penyelenggara pemerintahan daerah perlu dilaksanakan terus menerus dan berkesinambungan sehingga sumber daya manusia yang terlibat dalam proses tersebut mampu menjawab tantangan pembangunan daerah serta dapat memperbaiki kinerja sumber daya manusia yang selama ini rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengawasan dan komunikasi terhadap kinerja Pegawai pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan. Sampel dalam penelitian ini 44 orang pegawai yang telah menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3,762 + 0,510X_1 + 0,420X_2$. Koefisien determinasi dari nilai Adjusted R square yaitu sebesar 0,487. Hal ini berarti bahwa X_1 (Pengawasan) dan X_2 (komunikasi) berpengaruh terhadap Kinerja (Y) sebesar 48,7% sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (Pengawasan) dan X_2 (komunikasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Kinerja (Y). Pengawasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja, komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karena nilai signifikan kecil dari 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of supervision and communication on employee performance at the Satpol PP Office in South Bengkulu Regency. The sample in this study 44 employees who have become the State Civil Apparatus (ASN) at the Satpol PP Office in South Bengkulu Regency. Data collection using a questionnaire and the method of analysis used is multiple linear regression, test of determination and hypothesis testing. The results of multiple linear regression calculations obtained the multiple linear regression equation $Y = 3,762 + 0,510X_1 + 0,420X_2$. The coefficient of determination of the Adjusted R square value is 0.487. This means that X_1 (supervision) and X_2 (communication) have an effect on performance (Y) by 48.7% while the remaining 51.3% is influenced by other variables not examined in this study. The results of the F test show that the significance is $0.000 < 0.05$. Because the significance level is below 0.05, it indicates that together X_1 (supervision) and X_2 (communication) have a positive and significant effect together on performance (Y). Supervision has a positive and significant effect on performance, communication has a positive and significant effect on performance because the significant value is smaller than 0.05.

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan. Oleh karena itu, sumber daya manusia merupakan salah satu unsur yang paling vital bagi organisasi. Terdapat dua alasan mengapa SDM itu menerapkan unsur vital bagi organisasi. Pertama, sumber daya manusia mempengaruhi efisiensi dan efektivitas organisasi-sumber daya manusia merancang dan memproduksi barang dan jasa, mengawasi kualitas, memasarkan produk, mengalokasikan sumber daya finansial, serta menentukan seluruh tujuan dan strategi organisasi. Kedua, sumber daya manusia merupakan modal utama organisasi dalam menjalankan bisnis.

Aspek manajemen suatu organisasi diperlukan untuk mencapai tujuan dari organisasi secara optimal. Pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen yang harus dilakukan untuk menjaga agar pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dalam rangka pencapaian tujuan. Adanya pengawasan dapat diperoleh informasi mengenai kehematan, efisiensi, dan efektivitas pelaksanaan kegiatan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk penyempurnaan kegiatan dan pengambilan keputusan oleh pimpinan. Dalam prakteknya pengawasan dalam setiap bidang pekerjaan atau kegiatan dituntut satu tata cara, metode, teknik pengawasan dengan efektif dan efisien.

Upaya dalam mewujudkan hal itu, maka dapat menciptakan kondisi dan iklim kerja yang

mendukung serta menciptakan pengawasan sebagai suatu proses yang wajar dalam suatu organisasi pemerintah. Dilakukannya pengawasan secara maksimal maka akan mendorong pelaksanaan tugas pegawai dan kinerja pegawai dalam pencapaian tujuan yang diharapkan.

Peningkatan kinerja pegawai dibutuhkan kemampuan dari pucuk pimpinan untuk memperhatikan kecakapan hubungan antar staf/pegawai dalam melaksanakan pengawasan yang mana merupakan keseluruhan aktivitas mengawasi, memeriksa, mencocokkan, mengendalikan segenap kegiatan pegawai yang tentunya akan mengarah kepada pembinaan para pegawai, sehingga pegawai dapat pula memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing serta mematuhi aturan-aturan yang telah ditetapkan sebelumnya dan demikian tentunya akan berpengaruh pada peningkatan kinerja pegawai. Sehubungan dengan sifat dari pekerjaan serta keadaan yang selalu dinamis dan selalu berkembang sebagai akibat tuntutan pelaksanaan pembangunan agar berjalan tertib dan lancar maka diperlukan pegawai yang benar-benar cakap, terampil dan tangguh dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Sumber daya manusia menempati posisi strategis dalam pembangunan daerah dan pembangunan sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan bagi segenap bidang pembangunan yang diselenggarakan di daerah. Hal ini mengandung pengertian bahwa kinerja pegawai merupakan sarana penentu dalam mencapai tujuan organisasi pemerintahan. Pembinaan mutu penyelenggara pemerintahan daerah perlu dilaksanakan terus menerus dan berkesinambungan sehingga sumber daya manusia yang terlibat dalam proses tersebut mampu menjawab tantangan pembangunan daerah serta dapat memperbaiki kinerja sumber daya manusia yang selama ini rendah.

Kinerja menurut Mangkunegara (2014:67) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Dalam pemahaman lain kinerja adalah keseluruhan unsur dan proses yang terpadu dalam suatu organisasi yang ada didalamnya setiap individu, perilaku atau pola kerja keseluruhan, proses kerja serta hasil kerja atau tercapainya tujuan tertentu. Disamping itu juga kinerja merupakan gabungan perilaku dengan prestasi dari apa yang diharapkan dan pilihannya atau bagian syarat-syarat tugas yang ada pada masing-masing individu yang ditetapkan suatu perusahaan. .

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah komunikasi. Menurut Robbins (2015:87) Komunikasi merupakan proses penyampaian pernyataan baik berupa gagasan, fakta, pikiran, perasaan, dan nilai seseorang kepada orang lain. Komunikasi melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain. Kompetensi komunikasi yang baik antar pegawai akan mampu memperoleh dan mengembangkan tugas yang diembannya, sehingga tingkat kinerja suatu instansi menjadi semakin baik dan sebaliknya. Komunikasi dalam suatu organisasi merupakan faktor yang sangat penting dalam menjalani interaksi antara satu dengan yang lainnya, apabila tidak adanya suatu komunikasi seluruh individu dalam organisasi tersebut tidak dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan untuk organisasinya, pemimpin tidak dapat menerima masukan informasi dan para penyedia tidak dapat memberikan instruksi.

Menurut Effendy (2015:52) komunikasi adalah proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang ke orang lain tersebut dapat menginterpretasikan sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Komunikasi diharapkan diperoleh pada titik persamaan, saling pengertian. Komunikasi mengandung arti yang lebih luas daripada sekedar mengatakan atau menuliskan sesuatu, di dalamnya juga tercakup suatu pengertian. Seorang pemimpin bukan hanya memecahkan masalah persoalan seorang diri, melainkan membimbing mereka yang dipimpinnya untuk memecahkan masalah secara bersama-sama untuk itu diperlukan adanya komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan.

Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan merupakan instansi pemerintah daerah. Dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawab dari para pegawainya dituntut para pegawai memiliki kinerja yang tinggi sehingga pegawai mampu melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sesuai dengan tupoksi yang telah ditetapkan.

Fenomena yang ada dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya perlu, pengawasan telah dilakukan diberikan oleh Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan. Terjadinya penurunan kinerja pegawai juga disebabkan karena kurangnya komunikasi antara pimpinan dan bawahan, hal ini disebabkan bawahan merasa takut untuk sering bertanya kepada pimpinan tentang kesulitan dalam pekerjaan karena pimpinan yang sibuk dan juga takut mengganggu pekerjaan pimpinan. Selain itu juga terlihat komunikasi antara sesama pegawai yang kurang lancar dikarenakan pegawai sibuk dengan tugas dan tanggungjawabnya masing-masing.

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Berbagai macam pendapat tentang pengertian manajemen sumber daya manusia, ada yang mengartikan sebagai manpower management serta ada yang menyetarakan dengan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian, dan sebagainya). Akan tetapi pada manajemen sumber daya manusia yang mungkin tepat adalah human resources management (manajemen sumber daya manusia), dengan demikian secara sederhana pengertian manajemen sumber daya manusia adalah mengelola sumber daya manusia (Sutrisono, 2015:3).

Pengawasan

Guntur (2015:89) mengatakan bahwa "Pengawasan adalah sebagai keseluruhan kegiatan membandingkan, mengukur apa yang sedang atau sudah dilaksanakan dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya dengan kriteria, norma dan standar".

Komunikasi

Komunikasi menurut Hasibuan (2014: 198) komunikasi adalah alat untuk menyampaikan perintah, laporan, berita, ide, pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan agar terjadi interaksi diantara mereka. Lebih jauh lagi ia menyatakan bahwa adanya komunikasi yang harmonis baik bersifat vertikal maupun horizontal diantara semua pegawai akan menciptakan kedisiplinan yang baik bagi organisasi. Komunikasi yang baik merupakan salah satu pembentuk disiplin kerja pegawai didalam organisasi. Jika pesan yang diterima tidak jelas maka pegawai akan melakukan pekerjaan pada posisi yang ragu atau bekerja tidak pada aturan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan sekaligus hipotesa-hipotesa yang diajukan dalam penelitian. Untuk analisis statistiknya menggunakan analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2015:43).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah pengawasan dan komunikasi sedangkan untuk variabel dependen adalah kinerja. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017:77) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kinerja
- a = konstanta
- b_1 - b_2 = koefisien garis regresi
- X_1 = Pengawasan
- X_2 = Komunikasi
- e = error

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linear berganda. Metode analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pengawasan (X_1) dan komunikasi (X_2) terhadap variabel dependen kinerja (Y) digunakan alat uji statistik berupa SPSS versi 21,00. Persamaan regresi digunakan untuk memudahkan dalam membaca dan melakukan intepretasi terhadap hasil analisis regresi ini. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.762	5.772		.652	.518
	Pengawasan	.510	.131	.473	3.883	.000
	Komunikasi	.420	.140	.365	2.993	.005

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. Maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 3,762 + 0,510X_1 + 0,420X_2$$

Keterangan :

Y = Kinerja

X₁ = Pengawasan

X₂ = Komunikasi

e = error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 3,762 mempunyai arti bahwa apabila variabel Pengawasan (X₁) dan Komunikasi (X₂) dianggap tetap maka variabel Kinerja (Y) akan tetap sebesar 3,762
2. Pengaruh Pengawasan (X₁) terhadap Kinerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X₁ (Pengawasan) adalah sebesar 0,510, artinya setiap peningkatan pengawasan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kinerja Aparatur Sipil Negara sebesar 0,510, dengan asumsi bahwa variabel Komunikasi (X₂) bernilai tetap.
3. Pengaruh Komunikasi (X₂) terhadap Kinerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X₂ (Komunikasi) adalah sebesar 0,420, artinya setiap peningkatan komunikasi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kinerja Aparatur Sipil Negara sebesar 0,420, dengan asumsi bahwa variabel Pengawasan (X₁) bernilai tetap.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi atau R² bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/ bebas (variabel pengawasan dan komunikasi) menjelaskan variabel dependen/ terikat (kinerja) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*..

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.511	.487	2.384

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Pengawasan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas hasil analisis *model summary* di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi dari nilai *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,487. Hal ini berarti bahwa X₁ (Pengawasan) dan X₂ (komunikasi), berpengaruh terhadap Kinerja (Y) sebesar 48,7% sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan kesesuaian data dengan model yang diterapkan dalam penelitian ini. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.382	2	121.691	21.409	.000 ^b
	Residual	233.049	41	5.684		
	Total	476.432	43			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Komunikasi, Pengawasan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Dari tabel Anova di peroleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (Pengawasan) dan X_2 (komunikasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Kinerja (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Pengawasan (X_1) dan Komunikasi (X_2) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau Kinerja (Y).

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.762	5.772		.652	.518
	Pengawasan	.510	.131	.473	3.883	.000
	Komunikasi	.420	.140	.365	2.993	.005

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan tabel 13 hasil pengujian parsial mengenai pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Pengawasan). Hasil pengujian untuk variabel X_1 (pengawasan) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_1 (pengawasan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja (Y).
2. Variabel X_2 (Komunikasi). Hasil pengujian untuk variabel X_2 (komunikasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_2 (komunikasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja (Y).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh pengawasan dan komunikasi terhadap kinerja pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan dapat diuraikan hasil analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi dan Pengujian Hipotesis

1	Uji regresi linier berganda	$Y = 3,762 + 0,510X_1 + 0,420X_2$	Artinya memiliki arah regresi yang positif, apabila pengawasan dan disiplin meningkat maka kinerja juga akan meningkat
2	Uji korelasi berganda	0,918	Artinya pengawasan dan disiplin memiliki korelasi yang kuat terhadap kinerja
3	Uji determinasi	48,7 %	Artinya pengawasan dan disiplin memiliki kontribusi terhadap kinerja sebesar 48,7%
4	Uji hipotesis t	Nilai signifikan $X_1 = 0,000$ Nilai signifikan $X_2 = 0,005$	Adanya pengaruh yang signifikan antara pengawasan dan komunikasi terhadap kinerja secara parsial
5	Uji hipotesis f	Nilai signifikan 0,000	Adanya pengaruh yang signifikan antara pengawasan dan komunikasi terhadap kinerja secara simultan

Sumber: Analisis Output SPSS Versi 21.0, 2021

Pengaruh Pengawasan Terhadap Kinerja Pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pengawasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja ASN pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat pengawasan dari Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan maka kinerja ASN juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Manullang (2016:127), Pengawasan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menetapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, menilainya, dan bila perlu mengoreksi dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya pengawasan pimpinan mampu mengoreksi kesalahan yang dilakukan oleh pegawai saat bekerja, dengan adanya koreksi dari pimpinan maka pekerjaan dapat diselesaikan dengan sempurna.

Pengawasan yang ada pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan dapat dilihat dari cara pimpinan yang selalu memberikan pengawasan sesuai dengan standar, adanya pemberian penilaian terhadap pekerjaan, adanya pertanggungjawaban dari bawahan kepada pimpinan karena semua pekerjaan yang telah dilakukan akan dilaporkan kepada pimpinan. Dalam pengawasan juga ada pengukuran hasil pekerjaan dengan cara membandingkan hasil kerja dengan standar yang ada dan melakukan pengawasan sesuai dengan prosedur yang ada.

Adanya pengaruh yang signifikan antara pengawasan dan kinerja diharapkan pada pimpinan Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan untuk tetap memberikan pengawasan kepada para bawahannya yang bertujuan untuk dapat meningkatkan kinerja. Hal ini dikarenakan pegawai akan bekerja lebih rajin jika berada dibawah pengawasan pimpinan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marsaoly (2016) yang menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara pengawasan dengan kinerja.

Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,005 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat komunikasi ASN pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan maka kinerja ASN juga akan semakin meningkat. Artinya apabila komunikasi meningkat maka kinerja Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Hasibuan (2011: 198) komunikasi adalah alat untuk menyampaikan perintah, laporan, berita, ide, pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan agar terjadi interaksi diantara mereka. Lebih jauh lagi ia menyatakan bahwa adanya komunikasi yang harmonis baik bersifat vertikal maupun horizontal diantara semua pegawai akan menciptakan kedisiplinan yang baik bagi organisasi. Komunikasi yang baik merupakan salah satu pembentuk disiplin kerja pegawai didalam organisasi. Jika pesan yang diterima tidak jelas maka pegawai akan melakukan pekerjaan pada posisi yang ragu atau bekerja tidak pada aturan..

Pengaruh Pengawasan dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara pengawasan dan komunikasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat pengawasan dan komunikasi maka kinerja juga akan semakin meningkat.

Pada kemampuan kerjasama pegawai harus masuk kerja tepat waktu. Untuk mengatasi hal ini sebaiknya instansi memberikan kesadaran bahwa dengan adanya pengadaan pengawasan kerja ini diharapkan dapat membantu kemajuan kelancaran aktivitas instansi untuk kemampuan dalam bekerjasama yaitu dengan selalu masuk kerja tepat waktu yang bukan hanya berguna untuk instansi saja melainkan untuk diri sendiri. Kemudian instansi memberikan peraturan sanksi untuk pegawai yang masuk jam kerja tidak tepat pada waktunya. Dengan demikian kerjasama baik antar rekan kerja maupun kepada instansi itu sendiri dapat ditingkatkan lagi. Dalam suatu prakarsa tingkat kemampuan tugas yang tinggi didalam melakukan sebuah pekerjaan yang baik.

Menurut Guntur (2015:87) cara mengatasinya adalah menilai sejauh mungkin apakah pegawai memang sudah dapat memahami pengawasan kerja melalui pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan di instansi. Karena apabila pegawai belum juga memahami tentang pengawasan kerja maka

hanya akan sedikit mempengaruhi kinerja dalam memiliki tingkat kemampuan tugas yang tinggi di dalam melakukan sebuah pekerjaan.

Selain itu, komunikasi juga diperlukan dalam peningkatan kinerja, karena tidak hanya pengawasan yang harus ditingkatkan tetapi komunikasi harus juga mampu dibina dengan baik antara pimpinan dan bawahan. Gibson et al. (2015:241) mengemukakan komunikasi dapat mengalir dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat bawah organisasi; termasuk kebijakan manajemen, instruksi, dan memo resmi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh perseamaan regresi linier berganda $Y = 3,762 + 0,510X_1 + 0,420X_2$
2. Koefesien determinasi dari nilai Adjusted R square yaitu sebesar 0,487. Hal ini berarti bahwa X_1 (Pengawasan) dan X_2 (komunikasi) berpengaruh terhadap Kinerja (Y) sebesar 48,7% sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (Pengawasan) dan X_2 (komunikasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Kinerja (Y).
4. Pengawasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja, komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karena nilai signifikan kecil dari 0,05.

Saran

1. Kepada pimpinan Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan, agar dapat memberikan pengasawan dengan adil dan bijaksana, sehingga ASN dapat bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh instansi
2. Diharapkan kepada ASN Kantor Satpol PP di Kabupaten Bengkulu Selatan untuk lebih mempertahankan disiplin kerja yang sudah ada karena sudah dinilai mampu meningkatkan kinerja, dan kalau bisa lebih ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Effendy, Uchana Onong. 2012. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gibson, James., 2014. *Organisasi dan Manajemen, Perilaku, Struktur, dan proses*, terjemahan oleh Joerban Wahid, Erlangga, Jakarta.
- Guntur, Muhammad, 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Makassar: FEIS UNM
- Harbani, Pasolong. 2017. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: CV.Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kesembilan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasley D. George. 2014. *Bagaimana Memimpin dan Mengawasi Pegawai Anda*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kaulisman. 2015. *Hubungan Disiplin Kerja dengan Prestasi Kerja Pegawai pada Kantor Camat Nasal Kabupaten Kaur*. Skripsi. Bengkulu: Universitas Dehasen Bengkulu.
- Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mangkunegara. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Manullang. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Marsaoly. 2016. *Pengaruh Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Maluku Utara*. Jurnal Manajemen Sinergi Volume 2 No. 2.
- Moekijat, 2016, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan kesembilan, Bandung: Mandar Maju.
- Nitisemito Alex S, 2017, *Manajemen Personalia*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, Suryadi. 2016. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rivai, Veithzal dan Mulyadi, 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Robbins, Stephen. 2015, *Perilaku Organisasi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Siagian, S.P. 2014. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta

- Simamora, Henry. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sinungan, Muchdarsyah, 2014. Produktivitas Apa dan Bagaimana, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Ke-18. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2015. Budaya Organisasi. Cetakan kedua. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Widjaja, H.A.W. 2015. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : Bumi Aksara

The Effect of Work Environment and Work Motivation on Employee Performance at PT. Bank Syariah Indonesia Branch of Sudirman Bengkulu

Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman

Verly Resky Pratama¹⁾; Suwarni²⁾; Nurzam²⁾

¹⁾ Study Program Management faculty of Economic, universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: Verlyresky97@gmail.com; ¹⁾ suwarni.h13@gmail.com; ²⁾ trisananurzam@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [15 Desember 2021]

KEYWORDS

Work Environment, Work Motivation, Employee Performance

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh dalam lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di PT. Bank syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman. Kinerja karyawan itu bisa di nilai bagus dan baik jika implementasi nya sesuai dengan tujuan yang diinginkan atau yang mampu memenuhi kebutuhan sebuah perusahaan, Tapi untuk menerapkan suatu kinerja karyawan yang maksimal kita perlu memperhatikan beberapa aspek yang dapat mempengaruhi baik maupun buruknya suatu kinerja karyawan. Seperti faktor lingkungan kerja dan motivasi kerja yang wajib diperhatikan agar tingkat kinerja karyawan maksimal dan tujuan perusahaan terpenuhi. Sampel penelitian kali ini berjumlah 60 orang dari karyawan kantor PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman. Pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan metode analisis nya ialah regresi linear berganda, uji korelasi, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi yang diperoleh adalah $Y = 5,553 + 0,267 (X1) + 0,592 (X2) + 3,671$. Hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara $X1$ (Lingkungan Kerja) dan $X2$ (Motivasi Kerja) terhadap Y (Kinerja Karyawan). Apabila variabel Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja meningkat maka akan meningkatkan Kinerja Karyawan. Besarnya nilai koefisien Determinasi 0,623, hal ini berarti variabel Lingkungan Kerja ($X1$) dan Motivasi Kerja ($X2$) memberi pengaruh sebesar 62,3% terhadap Kinerja Karyawan (Y) sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Nilai korelasi sebesar 0,789, hal ini menjelaskan bahwa hubungan antara variabel Lingkungan Kerja ($X1$) dan Motivasi Kerja ($X2$) terhadap Kinerja Karyawan (Y) mempunyai hubungan yang kuat. Hasil uji t pada taraf signifikan 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial variabel Lingkungan Kerja ($X1$) dan Motivasi Kerja ($X2$) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syraiah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hasil uji f pada taraf signifikan 0,05 menjelaskan bahwa variabel Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja memiliki pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan di PT. Bank Syraiah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine whether there is an influence in the work environment and work motivation on employee performance at PT. Bank Syariah Indonesia Bengkulu Sudirman Branch. Employee performance can be assessed as good and good if the implementation is in accordance with the desired goals or is able to meet the needs of a company, but to implement a maximum employee performance we need to pay attention to several aspects that can affect the good or bad of an employee's performance. Such as work environment factors and work motivation that must be considered so that the level of employee performance is maximum and company goals are met. The research sample this time amounted to 60 people from office employees of PT. Bank Syariah Indonesia Bengkulu Sudirman Branch. This research data collection by filling out a questionnaire and the method of analysis is multiple linear regression, correlation test, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis obtained are $Y = 5.553 + 0.267 (X1) + 0.592 (X2) + 3.671$. This describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between $X1$ (Work Environment) and $X2$ (Work Motivation) on Y (Employee Performance). If the variables of Work Environment and Work Motivation increase, it will increase Employee Performance. The magnitude of the coefficient of determination is 0.623, this means that the variables of Work Environment ($X1$) and Work Motivation ($X2$) have an influence of 62.3% on Employee Performance (Y) while the remaining 37.7% is influenced by other variables not examined. The correlation value is 0.789, this explains that the relationship between the variables of Work Environment ($X1$) and Work Motivation ($X2$) on Employee Performance (Y) has a strong relationship. The results of the t test at a significant level of 0.05 explained that partially the Work Environment ($X1$) and Work Motivation ($X2$) variables had a significant influence on Employee Performance (Y) at PT. Bank Syraiah Indonesia Bengkulu Sudirman Branch because the value is significantly less than 0.05. The results of the f test at a significant level of 0.05 explain that the variables of Work Environment and Work Motivation have a significant simultaneous influence on employee performance at PT. Bank Syraiah Indonesia Bengkulu Sudirman Branch because the value is significantly less than 0.05.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara..dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, mempunyai peluang bagus untuk menjadi industri keuangan syariah yang terdepan. Pada tanggal 1 Februari 2021 Resmi bergabungnya BSM, BNIS, dan BRIS menjadi BSI. Hal ini akan menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas lagi, serta mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik dan komitmen pemerintah yang melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di percaya dapat bersaing di tingkat global.

Lingkungan kerja..dapat mempengaruhi suatu kinerja pegawai karena akan terasa nyaman dan lebih bersemangat bekerja bila lingkungan nya baik, bersih, rapi, dan lain-lain. Motivasi ialah suatu dorongan dari dalam diri kita maupun orang lain untuk mengerjakan sesuatu yang ini kita lakukan. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan antara lain lingkungan kerja dan motivasi kerja. Seperti yang sudah dijelaskan di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman" untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap kinerja karyawan.

LANDASAN TEORI

Manajemen SDM

Manajemen SDM adalah ilmu yang mempelajari pengatur antara hubungan dan peranan tenaga kerja agar aktif dan juga efisien untuk mewujudkan sebuah tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada dilingkungan para pekerja seperti temperature, situasi kantor, peralatan kantor yang mencukupi, rekan kerja yang baik, nyaman.

Motivasi Kerja

Memberikan daya penggerak yang dapat menciptakan kegairahan seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upayanya untuk mencapai kepuasan.

Kinerja Karyawan

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

METODE PENELITIAN

Regresi Linear Berganda

Untuk membuktikan hipotesis yang berbunyi, diduga ada pengaruh lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Rumus untuk regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Sumber: Sugiyono, 2013:210

Korelasi Berganda

Koefisien korelasi adalah angka yang akan menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) untuk mengetahui seberapa kuat maupun lemahnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$R_{y.x_1x_2} = \frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r^2_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Sumber: Sugiyono, 2013:256

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi disimbolkan dengan huruf r^2 yang dijadikan sebagai alat pengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Rumus determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a												
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
(Constant)	5,553	3,671		1,513	,136	-1,799	12,905					
1 X1	,267	,079	,312	3,386	,001	,109	,425	,591	,409	,276	,779	1,284
X2	,592	,092	,593	6,428	,000	,407	,776	,739	,648	,523	,779	1,284

Sumber: data primer (data olahan SPSS23) 2021

Dari hasil tersebut ditulis dalam bentuk *standartdoized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,553 + 0,267 (X_1) + 0,592 (X_2) + 3,671$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa:

- Nilai konstanta = 5,553. Artinya bahwa nilai lingkungan Kerja (X1) dan Motivasi Kerja (X2) dianggap sama dengan 0, maka nilai Kinerja Karyawan sama dengan 5,553.
- Nilai Lingkungan Kerja (X1) = 0,267. Artinya setiap kenaikan sebesar satu-satuan dimana variabel Motivasi Kerja tetap, maka nilai variabel Kinerja Karyawan (Y) akan naik sebesar 0,267.
- Nilai Motivasi Kerja (X2) = 0,592. Artinya setiap kenaikan sebesar satu-satuan dimana variabel Lingkungan Kerja tetap, maka nilai variabel Kinerja Karyawan (Y) akan naik sebesar 0,592.
- Nilai *standart error* = 3,671. Artinya banyaknya kesalahan dalam prediksi untuk mengukur pengaruh variabel Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan sebesar 3,671.

Korelasi Berganda

Model	Model Summary								
	R	R Square	Adjusted.R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,789 ^a	,623	,609	2,33451	,623	47,004	2	57	,000

Sumber: data primer (data olahan SPSS23) 2021

Tabel di atas menunjukkan nilai R = 0,789. Hasil ini berarti bahwa hubungan antara variabel Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan mempunyai hubungan yang KUAT, karena nilainya diantara (0,600-0,799).

Koefisien Determinasi

Model	Model Summary								
	R	R Square	Adjusted.R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R.Square Change	F.Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,789 ^a	,623	,609	2,33451	,623	47,004	2	57	,000

Sumber: data primer (data olahan SPSS23) 2021

Nilai yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan nilai (r^2) = 0,623. Hal ini berarti bahwa variabel Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja memberi pengaruh sebesar 62,3% terhadap Kinerja Karyawan, sedangkan 37,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Coefficients ^a												
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
(Constant)	5,553	3,671		1,513	,136	-1,799	12,905					
1 X1	,267	,079	,312	3,386	,001	,109	,425	,591	,409	,276	,779	1,284
X2	,592	,092	,593	6,428	,000	,407	,776	,739	,648	,523	,779	1,284

Sumber: data primer (data olahan SPSS23) 2021

a. Uji t untuk X₁ (Lingkungan Kerja)

Pengujian terhadap nilai X₁ dapat diartikan sebagai pengujian signifikan-tidaknya pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. Rumusan hipotesis $H_0 : X_1 = 0$, $H_0 : X_1 \neq 0$ dengan kriteria pengujian $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak, sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima. Dari hasil analisis dapat dinilai t_{hitung} sebesar 3,386 sedangkan nilai t_{tabel} dengan *confidence level* 95% dan $(n-k-1) = 57$, sebesar 2,002.

Dengan demikian t_{hitung} sebesar 3,386 $>$ t_{tabel} 2,002 dengan asumsi H_0 ditolak artinya ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Kinerja Karyawan).

b. Uji t untuk X₂ (Motivasi Kerja)

Pengujian terhadap nilai X₂ dapat diartikan sebagai pengujian signifikan-tidaknya pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan. Rumusan hipotesis $H_0 : X_1 = 0$, $H_0 : X_1 \neq 0$ dengan kriteria pengujian $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak, sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima. Dari hasil analisis dapat dinilai t_{hitung} sebesar 6,428 sedangkan nilai t_{tabel} dengan *confidence level* 95% dan $(n-k-1) = 57$, sebesar 2,002.

Dengan demikian t_{hitung} sebesar 6,428 $>$ t_{tabel} 2,002 dengan asumsi H_0 ditolak artinya ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Kinerja Karyawan).

Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512,338	2	256,169	47,004	,000 ^b
	Residual	310,645	57	5,450		
	Total	822,983	59			

Sumber: data primer (data olahan SPSS23) 2021

Dari hasil perhitungan SPSS terlihat pada tabel di atas diperoleh besarnya f_{hitung} adalah 47,004. Sedangkan nilai f_{tabel} digunakan taraf signifikan 5% dengan $df_1: k = 2$, $df_2 = n-k = 57$, sehingga diperoleh hasil f_{tabel} sebesar 3,16.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Dari hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja (X₁) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,267 yang berarti bahwa variabel Lingkungan Kerja (X₁) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman Karena nilai t_{hitung} 3,386 $>$ t_{tabel} 2,002 dan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 (5%) yaitu 0,001.

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Motivasi Kerja (X₂) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,592 yang berarti bahwa variabel Motivasi Kerja (X₂) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT.

Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman Karena nilai $t_{hitung} 6,428 > t_{tabel} 2,002$ dan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 (5%) yaitu 0,000.

Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Lingkungan Kerja (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman karena nilai $f_{hitung} 47,004 > f_{tabel} 3,16$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lingkungan.Kerja (X_1) mempunyai.pengaruh positif dan signifikkann terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman Karena nilai $t_{hitung} 3,386 > t_{tabel} 2,002$.
2. Motivasi.Kerja (X_2) mempunyai pengaruh..positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman Karena nilai $t_{hitung} 6,428 > t_{tabel} 2,002$.
3. Secara simultan/bersama-sama (Uji f) antara variabel Lingkungan.Kerja (X_1) dan Motivasi.Kerja (X_2) berpengaruh positif..dan signifikan terhadap..Kinerja Karyawan (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman karena nilai $f_{hitung} 47,004 > f_{tabel} 3,16$.
4. Berdasarkan hasil penelitian ternyata variabel Motivasi..Kerja (X_2) yang lebih dominan daripada variabel Lingkungan Kerja (X_1), karena nilai koefisien regresi Motivasi Kerja (X_2) yang lebih besar dibanding nilai koefisien regresi Lingkungan Kerja (X_1).

Saran

1. PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman untuk lebih memperhatikan Lingkungan Kerja agar menjadi lebih baik lagi dari yang sekarang agar dapat..meningkatkan Kinerja Karyawan dan tujuan..perusahaan dapat tercapai secara optimal.
2. PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Bengkulu Sudirman sebaiknya tetap mempertahankan Motivasi Kerja yang telah diberikan karena berdasarkan penelitian variabel tersebut yang memiliki tingkat pengaruh yang lebih besar atau dominan terhadap Kinerja Karyawan.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber..maupun referensi yang terkait dengan Linkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan dan juga diharapkan untuk menambah lagi variabel pengaruh agar penelitiannya lebih baik.dan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2017. Manajemen..Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Bernardin, O., dan Russel, D. (2016). Perilaku Organisasi Terjemahan Jilid 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dessler, G. (2015). Manajemen Sumber.Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas.Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit.Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Malayu S.P Hasibuan, 2017, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT Bumi.Aksara.
- Mathis Robert L dan John H. Jackson, 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Buku 1, Alih Bahasa: Jimmy Sadeli dan Bayu. Prawira Hie, Salemba Empat. Jakarta.
- Siagian, sondang p. 2015. Manajemen sumberdaya manusia. Jakarta: bumi aksara.
- Sedarmayanti. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

The Effect Of Service Quality And Price Toward Customer Satisfaction In Spa Services At Emi Salon Of Seluma Regency

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Jasa Spa Di Emi Salon Kabupaten Seluma

Sherly Gustianti ¹⁾; Eska Prima Monique Damarsiwi ²⁾; Yesi Indian Ariska ²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ sherlygustianti1015@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Service Quality, Price,
Customer Satisfaction

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pelayanan jasa spa di Emi Salon Kabupaten Seluma. Sampel dalam penelitian ini 50 orang pelanggan Emi Salon Kabupaten Seluma. Teknik pengambilan sampel adalah teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 2,465 + 0,353X_1 + 0,519 X_2 + e$, nilai koefisien determinasi dari adjust R square yaitu sebesar 0,708. Hal ini berarti bahwa X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga), memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,8 % sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

ABSTRACT

The sample in this study was 50 customers of Emi Salon of Seluma Regency. The sampling technique is accidental sampling technique. The data were collected using a questionnaire and the analytical method used was multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis show $Y = 2.465 + 0.353X_1 + 0.519 X_2 + e$, the coefficient of determination of adjust R square is 0.708. This means that X_1 (service quality) and X_2 (price), have a contribution to customer satisfaction (Y) of 70.8% while the remaining 29.2% is influenced by other variables not examined in this study. Service quality has a partially significant effect on consumer satisfaction at Emi Salon in Seluma Regency, this is evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$. Price has a partially significant effect on consumer satisfaction at Emi Salon Seluma Regency, this is evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$. Service quality and price have a significant effect simultaneously on consumer satisfaction at Emi Salon of Seluma Regency, this is evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$.

PENDAHULUAN

Salah satu jenis jasa dibidang kecantikan adalah Body Spa. Body Spa adalah salah satu perawatan kecantikan yang biasanya dilakukan oleh kaum wanita yang kini banyak diminati, dengan berbagai faktor dan tujuan. Tujuan melakukan Body Spa diantaranya adalah untuk merilekskan pikiran dan mengurangi stress serta melancarkan peredaran darah. Penelitian yang sama telah dilakukan sebelumnya oleh Sari (2015) dengan hasil penelitian bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada rumah makan Uda Denai kota Bengkulu berada pada kriteria penilaian setuju. Hal yang sama juga dilakukan oleh Ade Tria (2019) menemukan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada pada penilaian sangat setuju.

Emi Salon Kabupaten Seluma adalah salah satu salon yang berada di Kabupaten Seluma tepatnya di Kota Tais, Emi Salon sendiri dapat dikatakan sebagai salah satu salon tertua yang ada di kota Tais dan masih bertahan hingga saat ini. Emi Salon sendiri terus berbenah untuk mempertahankan pelanggannya di tengah banyak nya salon – salon baru yang berada di Kota Tais.

Masyarakat akan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih salon, karena setiap salon akan berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Hal ini membuat para pemilik salon untuk terus berlomba – lomba memberikan kepuasan terhadap konsumennya sehingga dapat memberikan image yang baik dimata konsumen serta dapat menjadi lading promosi yang baik melalui konsumen tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti

tertarik untuk mengambil judul penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelayanan Jasa Spa Di Emi Salon Kabupaten Seluma”

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Sugito (2016:152), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan apa pun. Produksinya mungkin sama atau tidak sama dengan Produk fisik Terkait Meskipun Barata (2014:23) mendefinisikan: “Layanan merupakan daya tarik yang besar bagi pelanggan, sehingga perusahaan komersial sering menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Stanton (2014: 308) mendefinisikan harga sebagai jumlah (mungkin ditambah beberapa barang) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi produk dan jasa yang menyertainya. Sementara itu, Lupiyoadi (2016:134) mengemukakan bahwa harga adalah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh pelayanan yang mereka butuhkan dengan membandingkan biaya dan manfaat (The Consumer's cost and Benefit)..

Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2015:44), memuaskan berasal dari bahasa latin yaitu satis artinya cukup atau cukup, dan facere artinya melakukan atau melakukan. Oleh karena itu, produk atau jasa yang memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan konsumen dengan tingkat yang cukup tinggi. Kepuasan juga dapat didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2013:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X1= Kualitas pelayanan

X2= Harga

a = Nilai konstanta

e = error

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0<R²<1). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2013:275)

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi.

Uji t

Menurut Ghozali (2015: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Uji F

Menurut Ghozali (2015: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.465	1.634		.138
	Kualitas Pelayanan	.353	.092	.409	.000
	Harga	.519	.108	.513	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,465 + 0,353X_1 + 0,519 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan konsumen
 X₁ = Kualitas pelayanan
 X₂ = Harga
 e = erorr

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 2,465 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas pelayanan (X₁), Harga (X₂) dianggap tetap maka variabel Kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar 2,465
2. Pengaruh Kualitas pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan konsumen (Y)
 Nilai koefisien regresi variabel X₁ (Kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,353 dengan asumsi apabila X₁ (Kualitas pelayanan) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (kepuasan konsumen) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,353 kali.
3. Pengaruh Harga (X₂) terhadap Kepuasan konsumen (Y)
 Nilai koefisien regresi variabel X₂ (Harga) adalah sebesar 0,519 dengan asumsi apabila X₂ (Harga) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (kepuasan konsumen) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,519 kali.

Koefisien Determinasi (R²) Variabel Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square :

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.720	.708	.990

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model adjust R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari adjust R square yaitu sebesar 0,708. Hal ini berarti bahwa X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga), memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,8 % sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji parsial (t) Variabel Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.465	1.634		1.509	.138
	Kualitas Pelayanan	.353	.092	.409	3.823	.000
	Harga	.519	.108	.513	4.796	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Kualitas pelayanan)

Hasil pengujian untuk variabel X1 (kualitas pelayanan) menunjukkan thitung = 3,823 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan dk= n-2 = 50-2= 48, diketahui nilai ttabel sebesar 1,677. Maka thitung lebih besar dari ttabel (3,823 > 1,677) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya X1 (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

2. Variabel X2 (Harga)

Hasil pengujian untuk variabel X2 (harga) menunjukkan thitung = 4,796 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan dk= n-2 = 50-2= 48, diketahui nilai ttabel sebesar 1,677. Maka thitung lebih besar dari ttabel (4,796 > 1,677) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima X2 (Harga) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Uji Simultan (F) Variabel Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) maka digunakan uji F. berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F terlihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.531	2	59.265	60.489	.000 ^b
	Residual	46.049	47	.980		
	Total	164.580	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 60,489$ sedangkan F_{tabel} ($df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, sedangkan $df_2 = n - k = 50 - 3 = 47$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 3,20, berarti diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ $60,489 > 3,20$ sejalan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, antara Variabel-variabel bebas yaitu X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$
3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Emi Salon Kabupaten Seluma hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Kepada Emi Salon Kabupaten Seluma terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan meskipun pada masa Pandemi Covid-19 pelayanan harus tetap diberikan secara maksimal dan tetap memperhatikan protokol kesehatan.
2. Diharapkan Emi Salon Kabupaten Seluma memperhatikan harga untuk sekali spa karena harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, harga yang ditetapkan oleh Emi Salon telah sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk itu agar dapat dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Bumbu Desa Bogor. Bogor: Skripsi. Institut Pertanian
- Barata. Atep. Adya. 2014. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Engel. James F. et al. 2015. Perilaku Konsumen. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Fudyartanta. 2015. Psikologi Umum. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ginting. Paham. 2014. Pemasaran pariwisata : Studi Empiris tentang Kepuasan dan Kunjungan Berkelanjutan Pariwisata Sumatera Utara. Medan: Skripsi. Medan: USU Press.
- Gitosudarmo. Indriyo. 2014. Manajemen Pemasaran. edisi pertama. cetakan keempat. Yogyakarta: BPFE
- Haryadi. Muksan. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Inga Raya Kota Bengkulu. Skripsi Bengkulu: FE Dehasen
- Irawan. Handi. 2014. Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kembaren. Emmelya. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Kentucky Fried Chicken Pada KFC Jalan Gajah Mada Medan: Skripsi. Medan: FE USU
- Kotler. Philip Manajemen Pemasaran. Jakarta: Ghalia .Indonesia
- Lupiyoadi. Rambat 2016 Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Nasution. 2015. Total Quality Management. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ngatmo. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala
- Rangkuti. F. 2013. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: JP
- Robbins. Stephen P. 2014. Perilaku Organisasi. Edisi kesepuluh. Jakarta: Indeks
- Sari, Selka, 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Uda Denai Kota Bengkulu. Skripsi. Universitas Dehasen Bengkulu
- Stanton. William J. 2014. Prinsip Pemasaran. Jilid Pertama. Cetakan ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Stemvelt. Robert C. 2013. Perception of Service Quality. Alih Bahasa oleh Purwoko. Allyn and Bacon. Massachusetts. Jakarta: Indeks
- Sugito. Hadi. 2016. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: EGC
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Ke-18 . Bandung: Alfabeta.
- Sumartini, Lilis Cucu. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. Jurnal E-Bis Vol.3 No.2



- Sunarto. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta : AMUS
- Tjiptono. Fandy. 2016. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan ke enam. Penerbit Yogyakarta: ANDI
- Utami, Setyaningsih Sri. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mempergunakan Jasa Transportasi Pt. Solo Central Taxi Di Surakarta. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- Widayatun. T. R. 2014. Ilmu Perilaku. Jakarta: Agung Seto
- Yong. C.Z. Yun. YW. Loh. L. 2017. The Quest for Global Quality. Alih Bahasa oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa

The Effect Of Work Ability And Work Motivation On The Civil Servants Performance At The Department Of Education And Culture Of Central Bengkulu Regency

Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (Asn) Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah

Yugianto ¹⁾; Meiffa Herfianti ²⁾; Rinto Noviantoro ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ yugiantofernando@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Work Ability, Work
Motivation, Performance.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemampuan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 36 orang ASN pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan nilai regresi $Y = 3,125 + 0,713X_1 + 0,393X_2$ - dengan arah regresi yang positif, artinya apabila kemampuan kerja dan kepuasan kerja meningkat maka kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah juga akan meningkat. Kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, karena nilai signifikan sebesar 0,005 kecil dari 0,05. Kemampuan kerja dan motivasi kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,666. Hal ini berarti bahwa kemampuan kerja dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja sebesar 66,6 % sedangkan sisanya ($100 - 66,6\% = 33,4\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Performance is a very important thing in the company's efforts to achieve goals (Rivai, 2015: 86). Therefore, the management of an agency must try to encourage its employees to work well so that they can achieve the best performance. To create employee performance, of course, there are several things that must be considered by the agency, such as work ability and motivation. The purpose of this study is to determine the effect of work ability and work motivation on the civil servant performance at Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency. The sample in this study was 36 civil servants at the Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results showed the regression value $Y = 3.125 + 0.713X_1 + 0.393X_2$ - with a positive regression direction, meaning that if work ability and job satisfaction increased, the performance of employees at the Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency would also increase. Work ability has a significant effect on employee performance at the Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency, because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. Work motivation has a significant effect on employee performance at the Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency, because the significant value of 0.005 is smaller than 0.05. Work ability and work motivation simultaneously have a significant effect on employee performance at the Department of Education and Culture of Central Bengkulu Regency because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. The coefficient of determination of R square is 0.666. This means that work ability and work motivation affect performance by 66.6% while the rest ($100 - 66.6\% = 33.4\%$) is influenced by other causal factors not examined in this study.

PENDAHULUAN

Organisasi harus bisa menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan bagi pegawai melalui rangsangan atau keinginan untuk dapat memberikan seluruh kemampuannya demi kemajuan perusahaan. Rangsangan atau keinginan itu adalah motivasi. Menurut Hasibuan (2014:143), motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan keinginan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan. Motivasi akan menciptakan dorongan bagi pegawai untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Sehingga

apabila pegawai memiliki prestasi yang baik pada akhirnya tujuan perusahaan dapat tercapai. Timbulnya motivasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong, baik yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri maupun dari luar individu.

Daya perangsang, daya pendorong, motivasi yang mendorong pegawai untuk mau ikut bekerja dengan segiat-giatnya berbeda antara pegawai satu dengan pegawai lainnya. Perbedaan ini disebabkan oleh adanya perbedaan motif, tujuan, dan kebutuhan dari masing-masing pegawai untuk bekerja. Setiap pegawai berkewajiban memenuhi peraturan yang harus dipatuhi, karena kedisiplinan merupakan salah satu motivasi positif dimana hasilnya tidak dapat langsung dirasakan, tetapi menunjang didalam peningkatan kinerja pegawai.

Kinerja merupakan suatu hal yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuan (Rivai, 2015:86). Oleh karena itu, pihak manajemen suatu instansi harus berusaha mendorong pegawainya untuk bekerja dengan baik sehingga dapat mencapai prestasi yang terbaik. Untuk menciptakan prestasi pegawai tentu saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh instansi, seperti kemampuan kerja dan motivasi.

Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah merupakan instansi pemerintah yang memiliki tugas membantu pemerintah dalam bidang pendidikan. Mengingat kinerja pegawai sangat penting dalam menunjang keberhasilan organisasi, pegawai harus mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya secara tepat waktu dan memuaskan, sesuai tujuan yang diharapkan.

Fenomena yang terjadi pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah ditemukan terjadinya penurunan kinerja pegawai yang disebabkan oleh rendahnya kemampuan pegawai dalam bekerja. Hal ini terlihat dari rendahnya kemampuan pegawai dalam memberikan ide-ide kreatif untuk kemajuan instansi, masih banyak pegawai yang belum mahir dalam mengoperasikan komputer dan kurangnya berinovatif didalam bekerja. Begitu juga dengan motivasi, masih terlihat motivasi pegawai yang masih rendah karena pegawai selalu bekerja sesuai dengan perintah atasan seharusnya pegawai memiliki motivasi yang tinggi untuk bekerja tanpa harus dengan perintah. Kurangnya perhatian dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah terhadap pegawainya seperti terlambatnya dalam pencairan TPP (Tambahan Penghasilan Pegawai), pengurusan SPJ (Surat Perintah Jalan) yang juga lambat, hal ini akan menurunkan motivasi pegawai dalam bekerja.

LANDASAN TEORI

Kemampuan Kerja

Kemampuan kerja menurut Hasibuan (2014:94) adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Menurut Mangkunegara (2014:48) kemampuan adalah satu keadaan dimana seseorang siap menghadapi segala sesuatu dengan bekerja dan resiko yang harus diterima.

Motivasi Kerja

Menurut Mangkunegara (2014:61) motivasi kerja terbentuk dari sikap (attitude) karyawan dalam menghadapi situasi kerja diperusahaan (situation). Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Menurut Rivai (2015:455), motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu yang invisible yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu bertindak laku dalam mencapai tujuan.

Kinerja

Menurut Mangkunegara (2014:67), kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Tidak jauh berbeda, Siagian (2015:227) mendefinisikan kinerja sebagai suatu keseluruhan kemampuan seseorang untuk bekerja sedemikian rupa sehingga mencapai tujuan kerja secara optimal dan berbagai sasaran yang telah diciptakan dengan pengorbanan yang secara rasio lebih kecil dibandingkan dengan hasil yang dicapai..

METODE PENELITIAN

Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sugiyono, 2015:188). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2015:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja
 X1 = Kemampuan kerja
 X2 = Motivasi
 a = Nilai konstanta
 e = error

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen..

Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Bila F hitung > F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi variabel kinerja jika variabel kemampuan kerja, motivasi kerja mengalami peningkatan atau penurunan. Hasil perhitungan regresi berganda dengan bantuan program SPSS dapat dilihat pada Tabel 9 berikut (Lampiran 5):

Tabel 1. Model Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.125	5.499		.568	.574
	Kemampuan Kerja	.713	.132	.608	5.421	.000
	Motivasi Kerja	.393	.130	.339	3.020	.005

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 3,125 + 0,713X_1 + 0,393X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 3,125 mempunyai arti bahwa apabila variabel kemampuan kerja (X_1) dan motivasi kerja dianggap sama dengan nol maka variabel Kinerja (Y) akan tetap sebesar 3,125
2. Pengaruh Kemampuan kerja (X_1) terhadap Kinerja (Y)
 Nilai koefisien regresi variabel X_1 (kemampuan kerja) adalah sebesar 0,713 dengan asumsi apabila X_1 (kemampuan kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,713 kali.
3. Pengaruh Motivasi kerja (X_2) terhadap Kinerja (Y)
 Nilai koefisien regresi variabel X_2 (motivasi kerja) adalah sebesar 0,393 dengan asumsi apabila X_2 (motivasi kerja) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,393 kali.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sarwono (2013:99) koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinansi yang berfungsi untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel terganggu tingkat variabel (Y) yang diterangkan oleh variabel-variabel X . Koefisien Determinasi ini digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh kemampuan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja. Nilai koefisien

determinasi ditentukan dengan nilai R square Adapun hasil output SPSS untuk koefisien determinasi seperti pada tabel berikut 9 (Lampiran 5):
Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.646	2.051

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja
Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan pendapat Sarwono (2013:99), untuk pengukuran koefisien determinasi digunakan nilai R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,666. Hal ini berarti bahwa kemampuan kerja dan motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap kinerja sebesar 66,6 % sedangkan sisanya (100-66,6%= 33,4%) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial atau uji t bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variable X terhadap variable Y secara terpisah atau masing-masing variable X. Berdasarkan Tabel 9, hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut (Lampiran 5) :

1. Pengaruh Kemampuan kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan Tabel 1 diketahui nilai signifikansi variabel kemampuan kerja sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan dapat terbukti (Ha diterima). Dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat nilai kemampuan kerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah maka kinerja pegawai juga akan semakin meningkat, sebaliknya semakin rendah nilai kemampuan kerja maka kinerja pegawai juga akan semakin rendah.

2. Pengaruh Motivasi kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan Tabel 1 diketahui nilai signifikansi variabel motivasi kerja sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dapat terbukti (Ha diterima). Dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat motivasi kerja pada pegawai di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah maka kinerja pegawai akan semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah motivasi kerja pegawai maka kinerja pegawai juga akan semakin rendah.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah pengujian hipotesis yang untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut output pengujian hipotesis dengan SPSS

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	277.345	2	138.673	32.951	.000 ^b
	Residual	138.877	33	4.208		
	Total	416.222	35			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diketahui nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan kerja dan motivasi kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (Ha diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara kemampuan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja secara bersama-sama.

Pembahasan

Pengaruh Kemampuan kerja Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai regresi untuk pengaruh kemampuan kerja terhadap kinerja menunjukkan nilai sebesar 0,713 atau memiliki arah regresi yang positif, Artinya semakin meningkat kemampuan kerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah maka kinerja juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil uji hipotesis bahwa kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya kemampuan kerja yang tinggi maka pegawai dapat bekerja dengan baik.

Kemampuan kerja pegawai ini dapat dilihat dari pegawai memiliki keterampilan yang tinggi dalam bekerja dan semua pekerjaan yang diserahkan kepada pegawai telah sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki sehingga pegawai mampu mengerjakan tugas dengan baik. Dengan kemampuan kerja yang dimiliki oleh pegawai, seorang pegawai juga mampu memberikan arahan kepada rekan kerjanya disaat rekan kerja memerlukan bantuan dalam bekerja atau mengalami kesulitan dalam bekerja. Selain itu pegawai juga memiliki kemampuan untuk mencetuskan ide-ide baru demi kemajuan instansi.

Hasil penelitian mendukung teori yang disampaikan oleh Robbins (2014:75) bahwa kemampuan adalah suatu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Selanjutnya totalitas kemampuan dari seseorang individu pada hakekatnya tersusun dari dua perangkat faktor, yakni kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Kemampuan kerja seorang pegawai dapat dilihat dari pengetahuan yang dimiliki oleh pegawai, apabila pegawai memiliki pengetahuan yang tinggi maka kemampuan kerjanya dalam menyelesaikan pekerjaan juga lebih tinggi dari pegawai yang lainnya.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafiah (2018) dengan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kemampuan kerja dengan kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi kerja Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi sebesar 0,393 dengan arah regresi positif, artinya semakin meningkat motivasi kerja maka akan meningkatkan kinerja pegawai Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah memiliki pengaruh yang signifikan, karena nilai signifikan sebesar 0,005 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan dengan adanya motivasi kerja pada pegawai yang diberikan oleh instansi melalui penghargaan bagi pegawai yang berprestasi maka kinerja pegawai juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa motivasi pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah dapat dilihat dari adanya keinginan dari para pegawai untuk bekerja lebih giat karena termotivasi dari adanya pemberian kompensasi pada pegawai yang memiliki kinerja yang tinggi, adanya komunikasi yang baik antara sesama pegawai dan pimpinan. Selain hal tersebut diatas pegawai juga termotivasi bekerja lebih giat lagi karena adanya peningkatan karir dan jabatan pada pegawai yang memiliki prestasi dalam bekerja.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Hasibuan (2017:74), menyatakan bahwa motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk merumuskan kebutuhan atau suatu tujuan. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang untuk bekerja lebih giat demi tercapainya suatu tujuan maka dengan sendirinya prestasi kerja dari pegawai tersebut akan meningkat.

Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan maka dapat dilihat adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara kemampuan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Dengan adanya kemampuan kerja dari pegawai serta adanya keinginan atau motivasi yang tinggi dalam bekerja maka tingkat kinerja akan dapat ditingkatkan. Kemampuan yang dimiliki oleh para pegawai akan menimbulkan keinginan bagi pegawai untuk bekerja lebih giat lagi dan mampu melaksanakan semua tugas yang diberikan kepadanya. Hal ini tentunya akan meningkatkan kinerja pegawai dalam bekerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan nilai regresi $Y = 3,125 + 0,713X_1 + 0,393X_2$ –dengan arah regresi yang positif, artinya apabila kemampuan kerja dan kepuasan kerja meningkat maka kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah juga akan meningkat.
2. Kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Artinya semakin meningkat kemampuan kerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah maka kinerja juga akan meningkat.
3. Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah, karena nilai signifikan sebesar 0,005 kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin meningkat motivasi kerja maka akan meningkatkan kinerja pegawai Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah.
4. Kemampuan kerja dan motivasi kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan terbukti (Ha diterima). Yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara kemampuan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja secara bersama-sama.
5. Koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,666. Hal ini berarti bahwa kemampuan kerja dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja sebesar 66,6 % sedangkan sisanya (100-66,6%= 33,4%) dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Disarankan kepada Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah agar diharapkan lebih memperhatikan pegawai dengan cara memberikan promosi jabatan kepada pegawai sesuai dengan prestasi pegawai sehingga pegawai memiliki motivasi yang tinggi dalam bekerja.
2. Disarankan kepada Pegawai Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bengkulu Tengah untuk dapat memberikan ide inovatif yang dapat memberikan pembaharuan pada instansi sehingga instansi dapat berkembang mengikuti teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, Muhammad Dicky. 2015. Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja (Studi pada Karyawan PR. Sejahtera Abadi Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 29 No. 1 Desember 2015
- Afrizal, Merwan. 2020. Pengaruh Pengembangan SDM dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai pada Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kabupaten Kaur. Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu.
- Ambar, Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Dharma, Agus, 2015. Perilaku Dalam Organisasi. Jakarta: Erlangga.
- Fahmi, Muhammad. 2017. Pengaruh Motivasi Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Utara. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
- Hamalik, Oemar, 2014. Manajemen Pengembangan Kurikulum, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Harbani, Pasolong. 2015. Kepemimpinan Birokrasi. Bandung : CV.Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kesembilan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mahmudi. 2015. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mangkunegara, Anwar, Prabu. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Meidianwar, Prabadwipa. 2014. Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Kalimantan Timur. Jurnal Administrative Reform, Vol.2 No.4,
- Prawirosentono, 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Rivai, Veithzal. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek. Jakarta : PT. Grafindo Persada

- Robbins, Stephen. P. 2014 Perilaku Organisasi (alih bahasa Drs. Benjamin Molan), Edisi Bahasa Indonesia, Klaten: PT. Intan Sejati.
- Sarworini, Fithriani, 2013. Hubungan Kemampuan Dan Motivasi terhadap kinerja pegawai Dinas Kependudukan, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Karanganyar. Semarang: UNDIP
- Siagian, S.P. 2014. Teori dan Praktek Kepemimpinan. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2015. Budaya Organisasi. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Syafiah, Septiani Agustina. 2018. Pengaruh Kemampuan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pelayanan Terpadu (Studi Pada Kantor Pelayanan Terpadu Lumajang). Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2 , No. 2

Mak Pika Small Business Coffee Powder Marketing Strategy in Sekalak Village, Seluma Utara District, Seluma Regency

Strategi Pemasaran Bubuk Kopi Usaha Kecil Mak Pika di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma

Wisarjan ¹⁾; Sulisti Afriani ²⁾; Mimi Kurnia Nengsih ²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ wisarjanwisar@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Marketing Strategy,
Strength, Weakness,
Opportunity and Threat

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik bubuk kopi usaha kecil Mak Pika di desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kecamatan Seluma. Sampel pada penelitian ini sebanyak 52 orang yang terdiri 12 orang karyawan untuk faktor internal dan 40 orang untuk faktor eksternal yaitu pelanggan dari kopi bubuk Mak Pika. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang terdiri dari Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Strategi Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma mendukung strategi agresif, atau strategi SO pada matriks SWOT. Hasil dari penjumlahan kekuatan yang dimiliki adalah 2,02 sedangkan kelemahan adalah 1,31, maka kuadran internal faktor yaitu $2,02 + 1,31 = 3,33$ artinya kemampuan dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang terdapat pada internal. Peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 1,96 dan ancaman sebesar 1,47. Maka kuadran eksternal faktor yaitu $1,96 + 1,47 = 3,43$, artinya kemampuan yang tinggi dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan peluang-peluang dan mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam pemasaran bisnis kopi bubuk..

ABSTRACT

The purpose of the study was to find out how the marketing strategy was carried out by the small business coffee powder owner Mak Pika in Sekalak village, Seluma Utara sub-district, Seluma sub-district. The sample in this study was 52 people consisting of 12 employees for internal factors and 40 people for external factors, namely customers from Mak Pika coffee powder. The analytical method used is a SWOT analysis consisting of an Internal Strategy Factor Matrix (IFAS) and an External Strategic Factor Matrix (EFAS). Mak Pika's Small Business Strategy in Sekalak Village, North Seluma District, Seluma Regency supports an aggressive strategy, or SO strategy in the SWOT matrix. The result of the sum of the strengths possessed is 2.02 while the weakness is 1.31, then the internal factor quadrant is $2.02 + 1.31 = 3.33$ which means that the ability of Mak Pika's Small Business in Sekalak Village, North Seluma District, Seluma Regency in utilizing strengths and minimize internal weaknesses. The opportunities for this strategy are 1.96 and the threats are 1.47. Then the external factor quadrant is $1.96 + 1.47 = 3.43$, meaning that the high ability of Mak Pika Small Business in Sekalak Village, North Seluma District, Seluma Regency in taking advantage of opportunities and overcoming threats faced by companies in marketing ground coffee business.

PENDAHULUAN

Setiap pengusaha pasti ingin usahanya dapat dikenal luas dan diketahui oleh banyak orang, baik itu produk maupun jasa. Melihat situasi demikian, para pengusaha mencoba berbagai upaya untuk memikirkan langkah baik apa yang harus ditempuh supaya produk maupun jasanya dapat dikenal. Perusahaan atau pengusaha mencoba untuk mengkombinasikan strategi yang tepat dalam pengenalan produknya sehingga dapat dengan mudah dikenal dan diketahui oleh banyak orang. Pengusaha atau perusahaan harus mampu menarik minat konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi (Wibowo, 2015: 61).

Simamora (2017:3) merumuskan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Tujuan pemasaran adalah menukarkan nilai tambah yang ada ke sebanyak mungkin pembeli, sesering mungkin sehingga pembeli untung, penjual untung. Dalam merumuskan strategi pemasaran, perusahaan hendaknya menganalisis keadaan eksternal maupun internal dengan baik. Hal ini sangat penting, karena tanpa analisis yang baik, perusahaan tidak dapat mengambil tindakan yang tepat untuk kepentingan masa mendatang.

Sunarto (2016: 103) menyatakan analisis strategis mempunyai fungsi sebagai berikut: 1)

untuk menentukan misi dan tujuan dari badan2 usaha; 2) membantu upaya perusahaan dalam mencapai misi dan tujuan; 3) untuk tindakan perbaikan dan penyesuaian bagi perusahaan dalam situasi dan kondisi. Pemasaran dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memutuskan tujuan pemasaran yang dapat dilayani organisasi dengan sangat baik, dan mengembangkan proposisi nilai yang meyakinkan dimana organisasi dapat memenangkan, mempertahankan, dan menumbuhkan konsumen sasaran. Strategi Pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh suatu usaha.

Strategi Pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun dalam eksternal suatu usaha. Secara keseluruhan banyak orang yang menginginkan keuntungan dari setiap usaha yang mereka lakukan, sehingga banyak masyarakat berlombalomba membuka usaha, mulai dari jualan manisan, sayur, rumah makan dan salah satunya yakni membuka usaha kecil penjualan bubuk kopi, seperti yang dilakukan oleh keluarga Mak Pika.

Indonesia adalah salah satu negara produsen dan eksportir kopi paling besar di dunia. Kopi yang diekspor berbentuk dua macam, berupa kopi biji dan kopi bubuk. Selain itu, jika dilihat dari jenisnya ada dua jenis kopi yang diminati oleh konsumen yakni kopi arabika dan kopi robusta. Indonesia merupakan negara pemasok kopi robusta terbesar di dunia. Kopi adalah produk perkebunan yang kini tengah menjadi andalan di Indonesia.³ Negara Indonesia berada di urutan ke empat setelah negara Brazil, Vietnam, Kolumbia, sebagai negara pengekspor kopi terbesar di dunia, dengan jumlah ekspor mencapai angka 666.000 ton pada tahun 2019 (Siswanto, 2019). Melihat pesatnya perkembangan produksi kopi di Indonesia pasti ditunjang penuh oleh perusahaan dan industri rumah tangga penghasil kopi. Industri kopi di dalam negeri sangat beragam, dari tingkat unit usaha berskala besar hingga berskala kecil.

Selain itu salah satu penyumbang kopi di Indonesia yang cukup banyak yakni berasal dari propinsi Bengkulu yang mana prospek perkembangan komoditi kopi di propinsi Bengkulu semakin menjanjikan karena bahan baku untuk pembuatan kopi bubuk merupakan komoditas unggulan daerah serta ketersediaannya berlimpah. Luas tanaman kopi di propinsi Bengkulu sebesar 68.524 Ha dengan produksi kopi bubuk mencapai 54.843 ton atau produktifitas rata-rata sebesar 0,80 Kg/Ha. Bahan baku tersebut menghasilkan kopi bubuk dengan nilai produksi lebih dari Rp. 3 miliar selama tahun 2017. Nilai produksi ini hanya sebagian dari produksi bahan baku yang diolah di Bengkulu, sedangkan sisanya diduga kuat di olah dan dipasarkan diluar propinsi Bengkulu. Namun penerimaan dari komoditi kopi diperkirakan akan terus meningkat sampai dengan 2019 mencapai Rp. 58 miliar. Jika kondisi idealnya dipertahankan (Hafsari, 2017).

Dengan adanya lahan yang luas dan produktifitas kopi yang begitu besar sehingga banyak masyarakat yang mencoba untuk membuka usaha penjualan bubuk kopi di setiap daerah mereka masing-masing, sama halnya⁴ dengan usaha kecil Mak Pika di desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kecamatan Seluma. Usaha bubuk kopi Mak Pika merupakan salah satu produsen kopi bubuk di Kabupaten Seluma.

Usaha bubuk kopi Mak Pika berlokasi di Desa Sekalak, Kecamatan Seluma Timur, Kabupaten Seluma, Provinsi Bengkulu. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk dengan merek dagangannya “ Bubuk Kopi Mak Pika”. Produk bubuk kopi Mak Pika ini sudah dikenal oleh masyarakat Desa Sekalak dan sekitarnya meskipun skala produksi tidak besar. Penjualan yang tidak ditargetkan, dan Target pasar yang tidak ditargetkan, menjadi salah satu kekurangan yang dimiliki oleh usaha kecil milik Mak Pika ini. Pemasaran secara langsung, dan sistem online dilakukan untuk mendapat perhatian dari masyarakat dan netizen (pengguna internet). Ada distributor di wilayah tertentu membantu penjualan produk bubuk kopi Mak Pika, karena kenal secara langsung dengan pemilik usaha ini maka menjadikan cepatnya informasi dari satu pihak ke pihak lain berkenaan dengan produk bubuk kopi Mak Pika. Pemilik usaha tidak menunjuk atau memberi kriteria khusus untuk menjadi distributor, siapa saja yang ingin menjual produk kopi tersebut sangat dibolehkan.

LANDASAN TEORI

Strategi Pemasaran

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Rangkuti (2015:3), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya". Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*).

Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan".

Implementasi Strategi

Strategi tidak akan bisa diterapkan dengan sukses dalam organisasi yang tidak bisa memasarkan barang dan jasanya dengan baik, dalam perusahaan yang tidak mampu mengumpulkan modal kerja yang dibutuhkan, pada perusahaan yang memproduksi produk dengan teknologi yang inferior, atau dalam perusahaan yang memiliki sistem informasi manajemen yang lemah. Implementasi strategi berpengaruh secara langsung terhadap kehidupan manajer pabrik, manajer divisi-divisi, manajer departemen-departemen, manajer penjualan, manajer produk, manajer proyek, manajer personalia, manajer staff, supervisor dan seluruh karyawan. Pada situasi tertentu, seorang individu mungkin sama sekali tidak terlibat langsung dalam proses perumusan strategi dan mungkin tidak menghargainya, memahami, atau bahkan menerima pekerjaan dan pemikiran yang berasal dari perumusan strategi tersebut. Bahkan mungkin juga terjadi penolakan di bagian tertentu. Dua variabel yang penting dan sentral bagi implementasi strategi: segmentasi pasar dan *positioning* produk.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2015:18).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2015:5) yaitu penelitian yang bertujuan untuk apa yang saat ini berlaku, dan di dalamnya terdapat upaya mendiskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. Dengan kata lain penelitian diskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Dalam hal ini akan meneliti mengenai strategi pemasaran bubuk kopi usaha kecil Mak Pika

Metode Analisis

Cara perhitungan faktor internal dan eksternal

1. Menyusun dan menentukan Faktor-faktor strategis eksternal dan internal suatu perusahaan.
 2. Menyusun dan menghitung nilai bobot, *rating* dan skor untuk tabel eksternal dan internal di buat sebagai berikut:
 - a. Bobot nilai
Menjumlahkan bobot kekuatan dan kelemahan. Kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%.
 - b. Rating nilai
Menghitung *rating* dalam kolom ketiga pada faktor kekuatan dengan memberikan skala mulai angka 4 (kekuatan besar) sampai angka 1 (kekuatan kecil). Pemberian *rating* pada faktor kelemahan dengan skala angka 1 (kelemahan besar) sampai dengan angka 4 (kelemahan kecil). Menghitung *rating* dalam kolom ketiga pada faktor peluang dengan memberikan skala mulai 4 (peluang besar) sampai angka 1 (peluang kecil). Pemberian *rating* pada faktor ancaman dengan skala 1 (ancaman besar) sampai dengan angka 4 (ancaman kecil).
 3. Matrik SWOT
Matrik SWOT dilakukan dengan cara memasukan seluruh point *Streght*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Treath* ke dalam matriks lalu membagikannya dalam empat usaha dengan mengalokasikan hasil dari perkalian bobot dan rating kedalam SO, WO, ST, dan WT yang merupakan kombinasi dari semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di hadapi oleh restoran Adem Resto Kota Bengkulu.
- Berdasarkan Matriks SWOT di atas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut:
1. Strategi SO
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
 2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal (IFAS)

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan menggambarkan hal yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan bubuk kopi antara lain:

1. Bubuk kopi Mak Pika diproduksi dari biji kopi yang berkualitas
2. Cita rasa kopi Mak Pika memiliki ciri khas
3. Lokasi perusahaan yang sangat strategis
4. Jaminan bahan baku dari biji kopi pilihan
5. Harga bubuk kopi Mak Pika yang terjangkau

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan menggambarkan hal yang tidak dimiliki perusahaan tetapi perusahaan lain memilikinya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kelemahan yang ada pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan bubuk kopi. Kelemahan yang terdapat antara lain:

1. Promosi yang belum berkesinambungan
2. Sering terjadi ketersediaan bahan baku yang tidak mencukupi.
3. Mesin yang digunakan untuk pengolahan kopi masih manual
4. Jumlah modal yang terbatas
5. Distribusi produk hanya di daerah tertentu saja

Hasil analisis faktor strategi internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN				
1	Bubuk kopi Mak Pika diproduksi dari biji kopi yang berkualitas	0.11	4	0.44
2	Cita rasa kopi Mak Pika memiliki ciri khas	0.12	4	0.48
3	Lokasi perusahaan yang sangat strategis	0.11	3	0.33
4	Jaminan bahan baku dari biji kopi pilihan	0.11	3	0.33
5	Harga bubuk kopi Mak Pika yang terjangkau	0.11	4	0.44
Total Bobot dan Skor Kekuatan		0.56		2.02
KELEMAHAN				
1	Promosi yang belum berkesinambungan	0.11	3	0.33
2	Sering terjadi ketersediaan bahan baku yang tidak mencukupi.	0.11	4	0.44
3	Mesin yang digunakan untuk pengolahan kopi masih manual	0.05	2	0.10
4	Jumlah modal yang terbatas	0.10	3	0.30
5	Distribusi produk hanya di daerah tertentu saja	0.07	2	0.14
Total Bobot dan Skor Kelemahan		0.44		1.31
Total Bobot dan Skor Faktor Internal		1.00		3.33

Sumber : Hasil Penelitian dan Diolah, 2021

Dari hasil analisis IFAS di atas dapat dilihat faktor internal memiliki total skor 3,33 karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengidentifikasi bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dapat mengurangi kelemahan yang ada.

Faktor Eksternal (EFAS)

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan dan akan menguntungkan bagi perusahaan jika mampu untuk memanfaatkannya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan bubuk kopi yaitu :

1. Tingginya kebutuhan masyarakat dalam mengkonsumsi kopi
2. Berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah yang merupakan program pemerintah
3. Hubungan dengan pelanggan atau konsumen terjalin dengan baik
4. Peluang pasar yang dapat dijangkau oleh perusahaan masih luas
5. Merek Kopi Mak Pika sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat

b. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang harus diatasi untuk mengurangi dampak yang dapat merugikan perusahaan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa ancaman yang dihadapi Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan bubuk kopi. Faktor ancaman yang ada adalah sebagai berikut :

1. Harga bahan baku biji kopi yang sering meningkat
2. Tingkat persaingan usaha yang sangat tinggi
3. Banyaknya muncul perusahaan dengan usaha yang sejenis
4. Banyaknya beredar kopi instan dengan berbagai macam variasi dan rasa
5. Banyaknya orang luar yang datang membeli biji kopi di desa Sekalak

Tabel 2. Matrik External Factor Analysis Strategi (EFAS)

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG				
1	Tingginya kebutuhan masyarakat dalam mengkonsumsi kopi	0.11	4	0.44
2	Berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah yang merupakan program pemerintah	0.12	4	0.48
3	Hubungan dengan pelanggan atau konsumen terjalin dengan baik	0.10	3	0.30
4	Peluang pasar yang dapat dijangkau oleh perusahaan masih luas	0.10	3	0.30
5	Merek Kopi Mak Pika sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat	0.11	4	0.44
Total Bobot dan Skor Peluang		0.54		1.96
ANCAMAN				
1	Harga bahan baku biji kopi yang sering meningkat	0.12	4	0.48
2	Tingkat persaingan usaha yang sangat tinggi	0.07	2	0.14
3	Banyaknya muncul perusahaan dengan usaha yang sejenis	0.12	4	0.48
4	Banyaknya beredar kopi instan dengan berbagai macam variasi dan rasa	0.07	2	0.14
5	Banyaknya orang luar yang datang membeli biji kopi di desa Sekalak	0.08	3	0.23
Total Bobot dan Skor Ancaman		0.46		1.47
Total Bobot dan Skor Faktor Eksternal		1.00		3.43

Sumber : Hasil Penelitian dan Diolah, 2021

Dari hasil analisis EFAS di atas dapat dilihat faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,43 karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara menghindari ancaman-ancaman dari pesaing yang lainnya.

Diagram Analisis SWOT

Dari analisis SWOT di atas maka dapat dibuat suatu ringkasan atau rekapitulasi dari perhitungan untuk melihat seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan bisnis kopi bubuk.

Tabel 3. Perhitungan IFAS dan EFAS

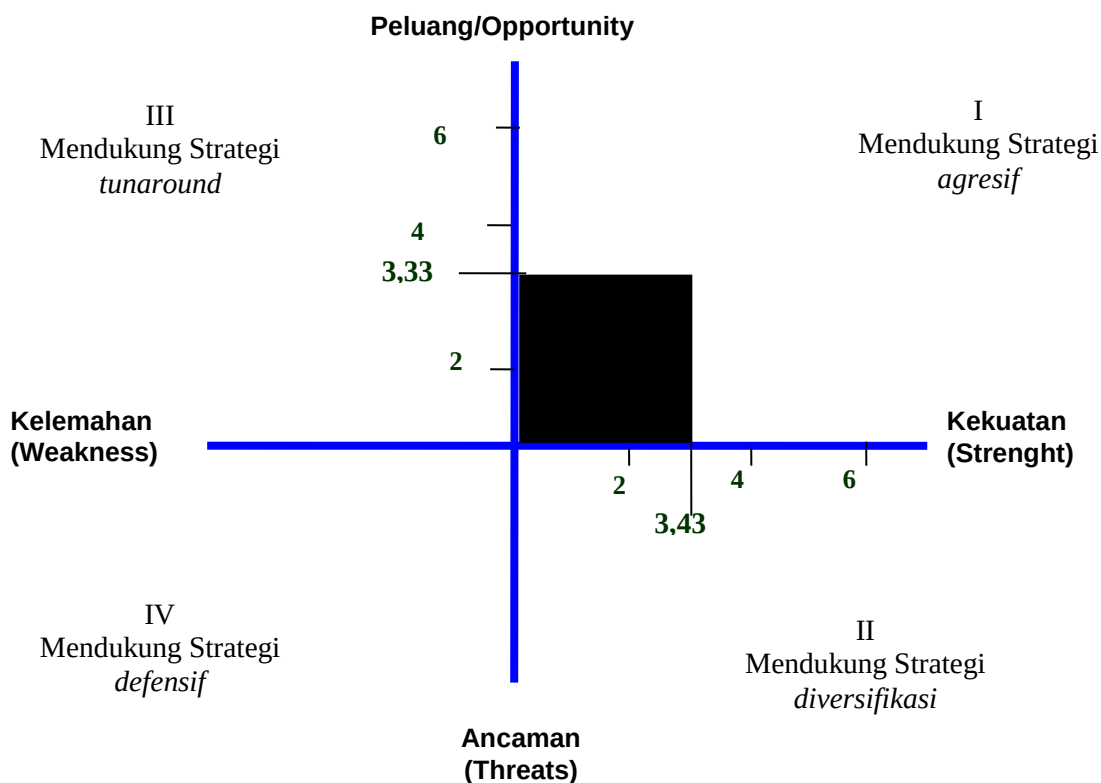
Keterangan i	IFAS		EFAS	
	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Strategi Pemasaran	2,02	1,31	1,96	1,47
Kuadran	2,02 + 1,31 = 3,33		1,96 + 1,47 = 3,43	

Sumber : Hasil Penelitian dan Diolah, 2021

Keterangan dari tabel di atas menjelaskan strategi Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma. Hasil dari penjumlahan maka kekuatan yang dimiliki adalah 2,02 sedangkan kelemahan adalah 1,31, jadi kuadran internal faktor yaitu $2,02 - 1,31 = 3,33$ artinya kemampuan dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang terdapat pada internal. Peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 1,96 dan ancaman sebesar 1,47. Jadi kuadran eksternal faktor yaitu $1,96 - 1,47 = 3,43$ artinya kemampuan yang tinggi dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan peluang-peluang dan mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam pemasaran bisnis Kopi bubuk. Bila kedua nilai tertimbang tersebut dipadukan dalam matriks IE, maka keduanya akan bertemu pada sel I yaitu mendukung strategi agresif.

Diagram SWOT akan menunjukkan pada posisi manakah strategi pemasaran kopi bubuk pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma saat ini. Posisi strategi inilah yang akan menentukan letak kuadran strategi pemasaran. Kuadran tersebut akan dijadikan *fundamental analysis strategy* kedepan, kuadran-kuadran dapat diamati secara jelas melalui diagram analisis SWOT berikut ini.

Gambar 1. Diagram Hasil Analisis SWOT



Sumber : Hasil penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan diagram diatas maka titik berada pada kuadan I yaitu Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijaksanaan yang agresif. yaitu dengan cara :

- a. Intensifikasi dan Ekstentifikasi Promosi. Kesadaran untuk melaksanakan Intensifikasi dan Ekstentifikasi promosi baik melalui media cetak maupun elektronik harus dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, mengingat gencarnya promosi yang dilakukan perusahaan pesaing.
- b. Ekstentifikasi Pesanan *Delivery*. Perusahaan dapat melakukan strategi ini dengan cara menambah karyawan khusus untuk pesanan *delivery* sehingga pelanggan akan bertambah dan pelanggan tidak perlu datang langsung ketempat usaha kopi bubuk Mak Pika.

Pembahasan

Dari hasil analisis kuantitatif dengan menggunakan diagram analisis SWOT yang mendukung strategi agresif maka strategi pemasaran yang cocok diterapkan pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma pada matriks SWOT adalah sebagai berikut :

Strategi *Strengths-Opportunity* (SO)

Strategi SO adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan analisis dari kekuatan dan peluang yang diperoleh, maka strategi yang sebaiknya dilakukan oleh Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma adalah :

1. Mempertahankan kekhasan cita rasa dan aroma serta kualitas produk.
2. Melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya
3. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dengan mengkilkan bubuk kopi mak Pika melalui internet

Strategi *Weakness-Opportunity* (WO)

Strategi WO adalah strategi mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi WO yang dapat dilakukan oleh Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma adalah sebagai berikut :

1. Melakukan promosi dan pemasaran melalui perkembangan teknologi (internet).
2. Meningkatkan kerjasama dengan pengusaha lain seperti agen biji kopi untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas.
3. Bekerjasama / berlangganan dengan restoran, rumah makan dan warung-warung

Strategi *Strengths-Threats* (ST)

Untuk menghindari ancaman yang datang dari luar, pihak perusahaan dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan menerapkan kebijakan sebagai berikut :

1. Tetap Mempertahankan kekhasan dan melakukan peningkatan kualitas produk.
2. Selalu melakukan inovasi agar produk yang dihasilkan sesuai dengan selera/ minat konsumen.

Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Strategi WT merupakan strategi untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Kebijakan yang dapat diambil antara lain :

1. Melakukan Promosi secara optimal baik melalui media cetak maupun elektronik serta selalu mengikuti kegiatan pameran agar produknya semakin dikenal masyarakat luas.
2. Membuka gerai Kopi bubuk secara langsung di lingkungan pasar. (padat penduduk)

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut maka strategi pemasaran sebaiknya tetap mempertahankan kekhasan rasa dan aroma kopi serta terus melakukan peningkatan kualitas produknya. Dengan adanya globalisasi yang mengakibatkan terbukanya pasar bebas membuat konsumen memiliki banyak pilihan diantara beragamnya produk. Tuntutan konsumen yang selalu menuntut kualitas yang baik, mengharuskan Pengusaha kopi bubuk untuk terus melakukan peningkatan kualitas produk serta inovasi inovasi agar dapat menghasilkan produk yang dapat memuaskan keinginan/ selera konsumen.

Selain itu untuk dapat menghasilkan produk kopi bubuk dengan kualitas baik maka produsen juga harus meningkatkan kerjasama dengan pengusaha lain yaitu tokai kopi untuk mendapatkan bahan

baku yang berkualitas. Selain itu melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya. Harga untuk Kopi bubuk Mak Pika selama ini ditentukan oleh pengusaha kopi yang disesuaikan dengan biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi kopi dimulai dari membeli biji kopi pilihan dari para petani dan tokai kopi, penyortiran, pengipasan, penggorengan, penggilingan hingga pada pengemasan kopi. Harga yang di jual di pasar berbeda-beda disesuaikan berdasarkan rasa, kemasan dan berat kopi.

Dengan beberapa keunggulan produk yang diperkenalkan melalui media promosi, konsumen akan dengan mudah mengenali produk yang dimaksud di pasaran. Misalnya selain promosi melalui pameran-pameran dan brosur - brosur, pengusaha kopi bubuk Mak Pika bisa melakukan promosi dengan memanfaatkan internet. Internet adalah media yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas. Usaha kopi bubuk Mak Pika hendaknya membuka gerai-gerai Kopi bubuk di lingkungan yang ramai seperti di pasar sehingga masyarakat lebih mengenal kopi bubuk Mak Pika.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irawan (2015) dengan hasil penelitian strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah mendukung strategi agresif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor kekuatan yang ada pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma adalah kualitas produk yang bermutu tanpa penggunaan bahan penyedap, banyaknya variasi menu, lokasi restoran yang sangat strategis, sarana restoran yang lengkap seperti tempat parkir, kamar mandi dan ruang shalat dan lingkungan restoran yang bersih.
2. Faktor kelemahan yang ada pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma terdiri dari promosi yang belum berkesinambungan dan tidak terfokusnya pada layanan *delivery*.
3. Faktor peluang yang ada pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma adalah perubahan pola pikir mengenai budaya makan, hubungan dengan pelanggan atau konsumen terjalin dengan baik, perubahan gaya hidup masyarakat yang suka makan diluar, banyaknya keinginan masyarakat untuk mencoba sesuatu yang baru, adanya pinjaman modal dari bank pemerintah.
4. Faktor ancaman yang ada pada Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memasarkan kopi bubuk yaitu perkembangan teknologi informasi menyebabkan meningkatnya industri makanan dan banyaknya muncul restoran dengan usaha yang sama.
5. Strategi Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma mendukung strategi agresif, atau strategi SO pada matriks SWOT. Hasil dari penjumlahan kekuatan yang dimiliki adalah 2,02 sedangkan kelemahan adalah 1,31, maka kuadran internal faktor yaitu $2,02 + 1,31 = 3,33$ artinya kemampuan dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang terdapat pada internal. Peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 1,96 dan ancaman sebesar 1,47. Maka kuadran eksternal faktor yaitu $1,96 + 1,47 = 3,43$, artinya kemampuan yang tinggi dari Usaha Kecil Mak Pika Di Desa Sekalak Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma dalam memanfaatkan peluang-peluang dan mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam pemasaran bisnis kopi bubuk.

Saran

1. Agar tetap mempertahankan kekhasan cita rasa dan aroma kopi serta tetap memilih bahan baku yang terbaik agar kualitas kopi bubuk tetap terjaga dan tetap menjadi pilihan konsumen.
2. Selalu melakukan riset pasar untuk mengetahui perubahan selera konsumen dan selalu melakukan inovasi-inovasi terhadap produk agar usaha kopi bubuk Tanpak selalu diminati konsumen.
3. Terus meningkatkan mitra dengan pemerintah, pengusaha/agen kopi dan masyarakat serta mengoptimalkan penggunaan media internet dalam membangun jaringan dan memasarkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Chandra, Hermawan. 2015. *E-Business dan E-Commerce*. Penerbit Andi. Yogyakarta



- David, Aaker, A. 2015. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa Oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Erita. Merri. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Gas LPG Pada PT. Pagun Putra Bengkulu*. Skripsi. Bengkulu: FE Universitas Dehasen
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Service Kendaraan Bermotor di Ahass Honda Padang Sialang Kecamatan Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan*. Skripsi. Bengkulu: FE Universitas Dehasen.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT*. Cetakan Tujuh Belas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Indara Anjang. 2018. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hatni (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) Di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur . *Jurnal ECSOFiM Vol. 3 No. 1, 2*
- Simamora, Bilson. 2017. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi Pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Amus.
- Wibowo, Dimas Hendika., Arifin, Zainul dan Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada 78 Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1,*

Analysis of E-Business Developments in Increasing Traveloka Company Operations in the Cyber World

Analisis Perkembangan E-Business Pada Peningkatan Operasional Perusahaan Traveloka Di Dunia Cyber

Amelia Putri¹; Anastasya Br Ginting²; Nurbaiti³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen

Email : ¹⁾Amelia020901@gmail.com ²⁾anastasyabrginting465@gmail.com ³⁾nurbaiti@uinsu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

E-Business Development,
Travel Company

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pada penelitian ini kami meneliti tentang Traveloka yang bertujuan untuk mengetahui perkembangan-perkembangan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan Traveloka dalam konsep ebusiness. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah aplikasi Traveloka sebagai akses bagi banyak orang untuk memesan dan menggunakan berbagai layanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup, serta keuangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Metode deskriptif yaitu metode yang dalam penelitian berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata konsumen memilih liburan sebagai aktivitas yang paling ingin dilakukan setelah pandemi berakhir. Dengan inovasi serta inisiatif perusahaan traveloka dalam pemanfaatan teknologi serta konsep e-business sebagai sarana dalam pengembangan operasional perusahaan traveloka, hingga pada tahun 2021 akan terus memberikan inisiatif dan inovasi sehingga dapat membantu konsumennya.

ABSTRACT

In this study, we examine Traveloka which aims to find out what developments have been made by the Traveloka company in the e-business concept. In this study, the sample used was the Traveloka application as access for many people to order and use various transportation services, accommodation, activities and lifestyles, as well as finance. The method used in this research is descriptive method. The descriptive method is a method that in research tries to answer existing problems based on the data. The results show that the average consumer chooses vacation as the activity they most want to do after the pandemic ends. With the innovations and initiatives of the traveloka companies in using technology and the concept of e-business as a means of developing the travel company's operations, until 2021 it will continue to provide initiatives and innovations so that it can help its consumers.

PENDAHULUAN

Berkembangnya konsep e-business tidak luput dari meningkatnya infrastruktur dalam bidang teknologi dan komunikasi dikalangan masyarakat. E-business ialah kegiatan bisnis yang dilakukan untuk saling berhubungan dengan para pelaku bisnis seperti pihak perusahaan, supplier, konsumen serta mitra bisnis perusahaan dengan memanfaatkan dan menggunakan internet sebagai media komunikasi dan transaksi dalam kegiatan bisnis. Penggunaan internet kini telah membaur di kehidupan masyarakat sebagai sarana penyuplai informasi kepada masyarakat, dan pada masa kini teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang dan canggih setelah adanya internet.

Berdasarkan sumber dari detikinet bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai angka 202,6 juta pengguna hingga pada bulan Januari 2021, yang dari tahun sebelumnya 2020 telah mengalami peningkatan sebesar 15,5% atau lebih dari 27 juta pengguna dalam 12 bulan terakhir, yang artinya bahwa total penduduk di Indonesia yang menyentuh angka 274,9 juta jiwa, sebanyak 202,6 jiwa telah menggunakan internet yaitu sebesar 73,7% telah berselancar di dunia maya.

Gambar 1. Pengguna internet di Indonesia



Berkembangnya konsep e-business atau bisnis elektronik telah banyak memberikan pengaruh terhadap transaksi-transaksi masyarakat. E-business dan internet adalah perpaduan yang akan memberikan manfaat dalam bidang komunikasi dan informasi dan juga akan dapat berperan dalam proses bisnis pada suatu perusahaan yang membantu perusahaan lebih efektif dan efisien dalam program kerjanya. Perkembangan dalam konsep e-business telah mengalami banyak evolusi-evolusi serta tahap-tahap dengan tujuan kemudahan dalam penggunaannya. Semakin canggihnya teknologi maka akan semakin dimanfaatkan dan semakin berperan dalam kehidupan masyarakat, konsep e-business dalam kegiatan bisnis telah banyak diterapkan sehingga menjadikan para pebisnis berkompetisi untuk terus meningkatkan kualitas dari perusahaannya melalui bisnis elektronik. Menurut penelitian Mohammad Subekti, bahwa di negara berkembang seperti Indonesia menjadi model e-business yang cocok dan banyak dikembangkan di negara Indonesia yaitu model e-business B2C (business to customer), B2B (business to business), dan C2C (customer to customer).

Dengan meningkatnya pengguna internet dan berkembangnya konsep e-business, akan membuat perusahaan-perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam perkembangan perusahaannya bahkan berkontribusi dengan perkembangan ekonomi di Indonesia. Perusahaan traveloka adalah perusahaan yang menyediakan layanan fitur-fitur yang bermanfaat dan banyak dicari serta dibutuhkan masyarakat seperti pemesanan tiket transportasi, tiket liburan, penginapan hotel dan masih banyak lagi yang diperoleh dari aplikasi Traveloka yang bisa di download di google play store atau app store.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh perkembangan e-business pada peningkatan operasional perusahaan traveloka di dunia cyber. Karena kita ketahui sendiri bahwa pada saat ini selain dari sarana teknologi informasi dan komunikasi serta internet dipergunakan sebaik mungkin termasuk dalam kegiatan bisnis yang terus memberikan inovasi baru serta kompetisi antar pesaing dalam dunia bisnis yang tujuannya untuk memudahkan dan membantu para pelaku bisnis dan juga peristiwa yang telah menyebar keseluruh dunia yaitu pandemi covid-19 yang menjadi pertimbangan dalam dunia bisnis.

LANDASAN TEORI

Traveloka

Traveloka adalah salah satu perusahaan yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam kegiatan pemesanan segala kebutuhan perjalanan secara online. Traveloka, pertama kali diluncurkan pada tahun 2012 ke publik dimulai dalam penggunaannya menggunakan situs web, namun saat itu fitur yang dihadirkan masih sebatas pemesanan tiket pesawat. Dan seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2014 semakin tingginya pengguna internet dan pesatnya pengguna teknologi di Indonesia, aplikasi Traveloka pun mulai perlahan lahan memberikan update serta terobosan inovasi terbaru berupa tampilan hingga fitur sehingga terus dapat mengikuti perkembangan dan kebutuhan para konsumennya.

Perkembangan E Business

Berdasarkan Sairamesh (2004) menyatakan bahwa e-business merupakan kegiatan pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis seperti perancangan produk, pemenuhan pesanan, penjualan, manufaktur, pengelolaan pasokan bahan baku, dan penyediaan layanan melalui internet, teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. Perkembangan e-business merupakan suatu fenomena yang tidak dapat disangkal dan telah menjadi trend yang mewarnai aktivitas bisnis di suatu negara, yang berhubungan erat dengan internet serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Makna e-business dapat diartikan dengan empat prinsip yaitu sebagai berikut:

1) Dimensi what

Pada dimensi what, e-business dapat dipahami sebagai aktivitas yang wilayahnya lebih luas dari e-commerce, aktivitas e business seperti hubungan bisnis antara dua entiti perusahaan, bisnis dengan perusahaan dan pelanggan, kerja sama perusahaan dan para mitra bisnisnya, pertukaran informasi dan komunikasi perusahaan dengan para kompetitornya, dan sebagainya.

2) Dimensi who

Merupakan orang-orang yang terlibat didalam kegiatan e business tersebut, yaitu : Government (pemerintah), Family (rumah tangga), Consumer (konsumen), Business (perusahaan), Device, Employee, dan Agent. Yang dimana diantara entiti tersebut saling berhubungan satu sama lain dalam mencapai tujuan tertentu.

3) Dimensi where

Dalam kegiatan e-business ini dapat dilakukan dimana saja, selama pihak yang berkepentingan memiliki akses berupa teknologi, elektronik/digital, dan internet.

4) Dimensi why

Dengan menerapkan konsep e-Business secara efektif tidak hanya untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, konsep e-Business akan dapat menghemat biaya operasional perusahaan (cost cutting), selain itu akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan level pendapatannya (revenue generation) baik itu secara langsung maupun tidak.

METODE PENELITIAN

Metode

Metode yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif yang merupakan suatu metode yang digunakan dalam suatu penelitian dengan berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Dalam proses analisis penelitian deskriptif yaitu dengan menyajikan, menganalisis, serta menginterpretasikan (Narbuko Dan Ahmadi, 2015). Dengan teknik komparatif, yaitu membandingkan data-data pengguna pada tahun 2020 dengan tahun 2021, perbandingan data ini dilakukan pada pengguna Traveloka di wilayah Indonesia melalui web-web yang dibutuhkan seperti detikinet, dan lain-lain. Setelah data dikumpul kemudian dianalisis dan akhirnya akan diinterpretasikan.

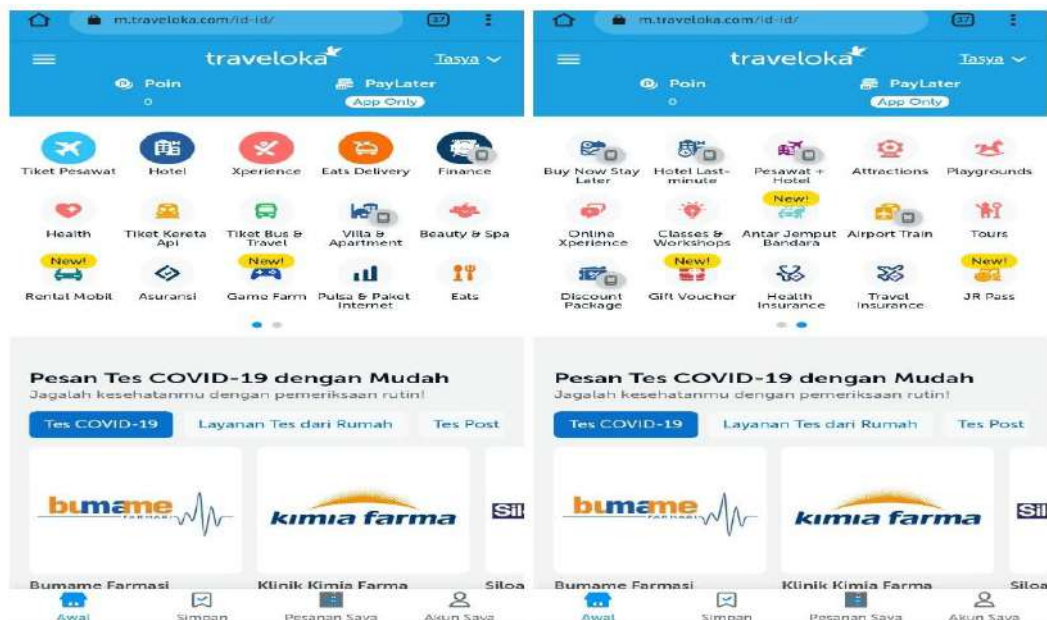
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan e-business sebagai peran pada peningkatan operasional perusahaan di dunia cyber adalah hal yang kami teliti pada penelitiannya ini, dengan pengembangan-pengembangan yang dilakukan terhadap konsep e-business di perusahaan traveloka melalui teknologi informasi dan komunikasi serta internet sebagai akses yang dapat digunakan oleh pengguna dengan sistem elektronik. Dengan menyediakan pelayanan, kemudahan dan manfaat terhadap kegiatan bisnis pada perusahaan traveloka, konsep elektronik memiliki keunggulannya dalam penerapannya apalagi ditambah dengan pengembangan ebusiness yang terus dilakukan oleh perusahaan traveloka.

Traveloka merupakan salah satu perusahaan yang melayani konsumen dalam kegiatan transportasi, akomodasi dan lain-lainnya, untuk bisa menggunakannya kita dapat mengakses traveloka.com yang didalamnya terdapat berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna.

Gambar 2. Traveloka



Berdasarkan sumber dari indotelko.com menunjukkan bahwa mengenai survei yang dilakukan traveloka terhadap pengguna aplikasi tersebut pada 28 Mei hingga 16 Agustus 2020, yaitu mencapai 67 persen para responden memilih kegiatan liburan untuk dilakukan setelah berakhirnya covid-19. Seperti yang terjadi pada dunia bisnis lainnya yang mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19, perusahaan traveloka mengalami penurunan dalam operasionalnya, walaupun banyak yang ingin berlibur namun harus menahannya karena pandemi covid-19 sehingga para pengguna ingin berlibur ketika pandemi berakhir. Berikut gambar grafik yang menunjukkan mengenai pengunjung dari traveloka.

Gambar 3. Jumlah pengunjung OTA



Dari data ini menunjukkan bahwa pengunjung situs traveloka pada bulan Maret 2020 mencapai jumlah 16,7 juta yang dimana capaian tersebut mengalami penurunan sebesar 38,3% jika dibandingkan bulan sebelumnya. Penurunan jumlah kunjungan disitus online travel agent ini juga dialami oleh situs lainnya seperti Tiket.com sebesar 26,3% terjadi penurunan, dan Pegipegi.com mengalami penurunan sebesar 45,3%, serta online travel agent lainnya dikarenakan adanya pandemi. Bahkan karena adanya pandemi traveloka melakukan PHK atau pemutusan hubungan kerja dikarenakan penurunan pengguna pada situs traveloka sebanyak 100 orang karyawan.

Pada Juli 2020 CEO dari traveloka yang menyatakan “permintaan konsumen yang menjadi salah satu tetap beroperasinya kinerja pada perusahaan traveloka menurun drastis, dan pada saat bersamaan pengembalian dana (refund) melonjak signifikan”. Tingkat hunian hotel yang merupakan bagian dari produk traveloka juga menurun kelevel terendah. Mitra dari traveloka dalam hal aktivitas lifestyle dalam hal domestik maupun regional, serta aktivitas restoran harus melakukan penutupan operasional bisnisnya untuk sementara waktu karena wabah covid-19. Dengan penurunan operasional perusahaan traveloka tersebut, traveloka berusaha dan terus optimis serta bangkit dengan melakukan penyesuaian strategi untuk operasional bisnisnya secara tepat dan cepat yang sesuai dengan kondisi yang terjadi.

Gambar 4. Tingkat hunian hotel di Indonesia



Dari grafik diatas yang bersumber dari databoks.com, bahwa BPS atau Badan Pusat Statistik mencatat bahwa tingkat hunian hotel pada Maret 2020 mulai mengalami penurunan, hingga pada bulan Juli 2020 mulai meningkat walaupun belum seoptimal sebelum adanya covid-19 dan ini terus mengalami peningkatan hingga tahun 2020.

Melalui penurunan yang dialami pada perusahaan traveloka, sehingga disinilah peran dari penerapan konsep e-busines yang telah berkembang. Berdasarkan konsep e-business, adapun produk-

produk yang diluncurkan oleh perusahaan traveloka yang menyesuaikan kondisi pada pandemi sehingga mampu bertahan yaitu sebagai berikut:

- 1) Vidio Jendela XERU pada platform traveloka Xperience
Adalah salah satu program untuk memotivasi pengguna supaya tetap dapat mengembangkan diri dan produktif dalam melakukan kegiatan sehari-hari, ini berlangsung sejak 24 April 2020. "Jendela XERU menayangkan konten vidio dari para pelaku industri pariwisata dan hiburan seperti Jawa Timur Park, Taman Safari, Jakarta Aquarium, World Fit Gym, Energy Reflexology, Hingga Madame Tussaud Hong Kong" jelas dari Terry Santoso selaku dari Head Of Experience Product Marketing Traveloka. Vidio yang dapat diakses secara online dari Jendela XERU seperti tutorial kecantikan, kelas pelatihan, hingga virtual experience.
- 2) Traveloka menyediakan promosi yang berupa jual cepat atau flash sale sekaligus melakukan siaran langsung atau live streaming di media sosial, yang saat ini telah menjadi lifestyle kalangan masyarakat yang berkecimbung di dunia cyber. Perusahaan traveloka memasarkan produk dan juga menawarkan diskon serta hadiah menarik seperti: produk staycation, roadtrip, voucher eats dan lain sebagainya.
- 3) Perusahaan traveloka meluncurkan inovasi baru berupa fitur Buy Now Stay Later dengan tujuan mesin waktu dari Traveloka Xperience dan akomodasi. Yang memungkinkan pengguna dapat memesan layanan terlebih dahulu, kemudian menginap atau berpergian ditentukan dikemudian hari.
- 4) Mengadakan kerja sama mitra dengan perusahaan lain sebagai mitra bisnis dalam pengembangan bisnis perusahaan traveloka contohnya seperti Airways, Garuda Indonesia, Cathay Pacific, American Airlines, All Nippon, Jetstar. Scoot, Japan Airlines, dan Singapore Airlines.
- 5) Layanan digital "tur virtual", yaitu layanan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pengguna dapat merasakan destinasi wisata melalui vidio, gambar dan lainnya melalui teknologi dan internet, perusahaan traveloka telah menggunakan teknologi kecerdasan buatan yaitu berupa Artificial Intelligence/AI dan juga telah mempunyai big data untuk merekomendasikan wisata secara virtual/online kepada konsumen.
- 6) Traveloka Eats Delivery yaitu layanan yang disediakan untuk pesan antar makanan, fitur ini diluncurkan pada Oktober 2020 dan menghadirkan layanan antar makanan lebih dari 200 restoran favorit dan diantar ke rumah pengguna.

Gambar 5. Tur virtual



Dengan berbagai strategi yang dilakukan perusahaan traveloka apalagi dipengaruhi keadaan pandemi, traveloka memperoleh pendanaan sebesar US\$ 250 juta atau sekitar Rp.3.6 triliun pada bulan Juli lalu dengan tujuan agar traveloka dapat bertahan dengan produk-produk yang telah ada dan memberikan inovasi lagi dimasa pandemi.

Dengan inovasi serta inisiatif perusahaan Traveloka dalam pemanfaatan teknologi serta konsep ebusiness sebagai sarana dalam pengembangan operasional perusahaan Traveloka, hingga pada tahun 2021 akan terus memberikan inisiatif dan inovasi sehingga dapat membantu konsumen-konsumennya. "perusahaan traveloka sebagai salah satu perusahaan IT, selalu melakukan inovasi terhadap produk serta fitur terbaru sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat dijadikan sebagai platform utama untuk mendapatkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan pengguna dan konsumen dalam memanfaatkan layanan yang telah ada di traveloka. Di masa pandemi sekarang, traveloka akan terus dan memastikan bahwa berbagai inovasi yang berbasis teknologi dan inisiatif yang akan dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pengguna namun juga akan terus berubah, dan mendukung upaya-upaya pemerintah dalam menghadapi pandemi," kata CO-Founder Traveloka Albert.

Dengan konsep bisnis to bisnis (B2B), perusahaan traveloka menjalin mitra bisnisnya dengan perusahaan lainnya, seperti bus dan travel, rental mobil dan lain-lainnya.

Gambar 6. Patner traveloka



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Traveloka merupakan salah satu perusahaan yang melayani konsumen dalam kegiatan transportasi, akomodasi dan lain-lainnya, untuk bisa menggunakannya kita dapat mengakses traveloka.com yang didalamnya terdapat berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna.

Berdasarkan sumber dari indotelko.com mengenai survei internal terhadap pengguna Traveloka pada 28 Mei hingga 16 Agustus 2020, sebanyak 67% responden memilih liburan sebagai aktivitas yang paling ingin dilakukan jika pandemi telah berakhir. Dengan berbagai strategi yang dilakukan perusahaan traveloka tersebut, traveloka menghasilkan dan mendapatkan pendanaan untuk operasional perusahaan traveloka sebesar US\$ 250 juta atau jika dirupiahkan sekitar Rp.3.6 triliun pada Juli lalu.

Dengan inovasi serta inisiatif perusahaan traveloka dalam pemanfaatan teknologi serta konsep ebusiness sebagai sarana dalam pengembangan operasional perusahaan Traveloka, hingga pada tahun 2021 akan terus memberikan inisiatif dan inovasi sehingga dapat membantu para pengguna Traveloka.

Saran

Pembahasan ini kami rasa belum cukup sempurna dikarenakan keterbatasan data dari perusahaan Traveloka di dunia cyber. Kami berharap bisa lebih baik lagi dalam penelitian berikutnya dan kami berharap kepada pembimbing untuk lebih memberikan kami pengetahuan lagi dalam pembuatan jurnal agar kami paham dalam pembuatan jurnal yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashoer, Muhammad, Munawir Nasir Hamzah & Fahrina Mustafa (2019). Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Memilih Hotel Melalui Situs Traveloka.com. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Vol. 5, No. 2, 146-157.
- Budiarta, Kustoro, Sugianta Ovinus Ginting & Janner Simarmata. (2020). Ekonomi Dan Bisnis Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis. (<https://bit.ly/308QpZP>)

- Burhan, Fahmi Ahmad (2021) Rapor Traveloka Saat Corona: Pegguaan Naik 100%, Staycation Jadi Tren.
<https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/600ff8c8eed81/rapor-traveloka-saat-corona-pegguaan-naik-100-staycation-jadi-tren> . (Diakses Tanggal 26 Januari 2021)
- Galuh Putri Riyanto (2021) Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2021 Tembus 202 Juta.
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> (Diakses Tanggal 23 Februari 2021)
- Ghifary, Rizky Adam Dan Zulian Yamit, (2017), Analisis Kualitas Layanan Pada Perusahaan E-Commerce Traveloka.
https://www.google.com/url?q=http://eprints.undip.ac.id/75167/3/BAB_II.pdf&usg=AOvVaw1NPfCX1KLZwYTPXdgCjoAA&hl=in_ID
- Loanata, Tirta & Kartika Gianina Tileng (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). JUISI, Vol. 02, No. 01, 64-73.
- Mohammad Subekti, 2014, Pengembangan Model E-Bisnis Di Indonesia, Jurnal Comtech Vol. 5 No. 2, Hal. 925-938.
- Rangga Firdaus, (2020), E-Business.
- Sairamesh, J. (2004). Disconnected Processes, Mechanisms and Architecture for Mobile E-Bisnis. Jurnal Association for Computing Machinery (ACM), 9: 651-662. Diakses tgl 15 Juni 2014 dari <http://www.acm.org>.
- Setyowati, Desi (2021) Tren Staycation Bantu Traveloka, Tiket, Pegipegi Bertahan Saat Korona.
<https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/600ffa525a981/tren-staycation-bantu-traveloka-tiket-pegipegi-bertahan-saat-corona>. (Diakses Tanggal 26 Januari 2021)
- Sugianto (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Traveloka. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2 No. 1, 1-10.
www.traveloka.com

The Factors Affecting Performance of Employee at the Semidang Alas Maras Sub-District Office Seluma Regency

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma

Sekuan Efendi ¹⁾; Ida Angriani ²⁾; Abdul Rahman ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ sekuan@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Employee performance,
Sub-District Office, Seluma
Regency

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini merupakan sebuah tulisan yang mengangkat tentang kinerja pegawai. Di dalam penelitian kali ini lebih memfokuskan kepada faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma, terkhusus untuk faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dan analisis data dengan uji regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS for windows versi 23. Hasil pengolahan data membuktikan adanya pengaruh signifikan untuk variabel faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi terhadap kinerja pegawai Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. Pengaruh yang terhadap kinerja pegawai Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma dilihat dari nilai koefisien beta, yaitu faktor psikologis mempunyai nilai koefisien standar beta 0,201, kemudian diikuti oleh faktor organisasi yang mempunyai nilai koefisien standar beta 0,129 sedangkan untuk faktor individu mempunyai nilai koefisien standar beta 0,074. Dari analisis data dengan yang dihasilkan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis merupakan faktor dominan yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kecenderungan kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.

ABSTRACT

This research is an article that raises the performance of employees. In this study, it focuses more on what factors affect employee performance at the Semidang Alas Maras Sub-district Office, Seluma Regency, especially for individual factors, psychological factors and organizational factors. The research method uses quantitative methods and data analysis with multiple linear regression test with SPSS for windows version 23 application. The results of data processing prove that there is a significant influence for individual factors, psychological factors and organizational factors on the performance of the employees of the Semidang Alas Maras Subdistrict Office, Seluma Regency. The effect on the performance of the employees of the Semidang Alas Maras Sub-district Office, Seluma Regency, is seen from the beta coefficient value, namely the psychological factor has a standard beta coefficient value of 0.201, then followed by organizational factors which have a standard coefficient value of beta 0.129 while for individual factors has a standard coefficient value of beta 0.074. From the analysis of the data produced, it can be concluded that psychological factors are the dominant factors that have the greatest influence on the tendency of employee performance at the Semidang Alas Maras Subdistrict Office, Seluma Regency.

PENDAHULUAN

Studi terhadap kinerja sangatlah penting untuk dapat memberikan pemahaman kepada semua elemen di dunia kerja mengenai pentingnya produktivitas kerja dalam bekerja. Apabila kita berbicara tentang sebuah kinerja maka akan sangat erat kaitannya dengan produktivitas kerja yang ditunjukkan oleh Sumber Daya Manusia yang ada didalamnya (Akbar, 2018:2).

Dari pengamatan yang dilakukan peneliti tentang faktor yang mempengaruhi kinerja, fenomena yang terjadi di Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma, yaitu motivasi pegawai yang masih kurang efektif, kemampuan dan keterampilan yang kurang dikembangkan serta iklim organisasi para pegawai masih sama, sehingga visi, misi dan tujuan dari Instansi khususnya Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma tidak akan tercapai dan kinerja pegawai tidak akan meningkat karena faktor pendorong dari tercapainya tujuan dari suatu instansi adalah sumber daya manusia itu sendiri. Dari fenomena tersebut dapat dijelaskan bahwa faktor individu, psikologis serta organisasi merupakan faktor pendorong berhasil tidaknya instansi tersebut dalam mencapai tujuan. Namun apabila sebuah instansi yang pencapaian kinerja pegawainya relatif belum maksimal, sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui penyebabnya.

LANDASAN TEORI

Kinerja

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kerja artinya kegiatan melakukan sesuatu. Hal ini menunjukkan bahwa kerja merupakan suatu kegiatan yang menghasilkan sesuatu yang selanjutnya proses kerja tersebut disebut sebagai kinerja (Asnawi, 2019 : 10). Kinerja yang dimiliki oleh seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Lingkungan kerja merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja. Teori mengenai kinerja dikemukakan oleh Mangkunegara yang mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Kinerja menurut Donnely, Gibson dan Ivancevich dinilai sebagai tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari definisi tersebut yang dimaksud dengan kinerja adalah kualitas, kuantitas, ketepatan waktu yang dimiliki oleh karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya (Norianggono *et al*, 2014:3).

Faktor yang Mempengaruhi Pencapaian Kinerja

Gibson dalam jurnal Akbar (2018 : 5) menjelaskan ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap kinerja :

1. Faktor individu : pengaruh manusia sebagai perseorangan terhadap organisasi atau instansi. Suatu organisasi dipengaruhi oleh keputusan individual yang dilihat dari indikator-indikatornya kemampuan, keterampilan, latar belakang keluarga dan pengalaman kerja.
2. Faktor psikologis : persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi dan kepuasan kerja. Psikologis merupakan pengalaman manusia yang dipelajari dari sudut pandang pribadinya. Indikator faktor psikologis yang utama yaitu persepsi, sikap, kepribadian, motivasi dan kepuasan kerja.
3. Faktor organisasi, Robbins (2013:86) iklim organisasi adalah lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan diluar yang berpotensi mempengaruhi kinerja organisasi, dan menurut Mangkunegara (2015:17) iklim organisasi yang dimaksud antara lain uraian jabatan yang jelas, target kerja yang menantang, pola komunikasi kerja yang efektif, iklim kerja dan fasilitas kerja yang relatif memadai.

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan indikator yang digunakan pada penelitian. Ketentuan yang berlaku dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Jika probabilitas kesalahan (sig.) > taraf signifikansi 0,05, maka inferensi yang diambil adalah butir pertanyaan tidak valid.
2. Jika probabilitas kesalahan (sig.) ≤ taraf signifikansi 0,05, maka inferensi yang diambil adalah butir pertanyaan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau seberapa konsisten suatu instrumen (Arifin, 2005).

Ketentuan yang berlaku dalam uji reliabilitas ini adalah :

1. Jika α cronbach > 0,71, maka variabel penelitian dinyatakan reliabel.
2. Jika α cronbach < 0,71, maka variabel penelitian dinyatakan tidak reliabel (Alwi I, 2008 : 144).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui nilai variabel terikat (kinerja) dengan didasarkan pada nilai variabel bebas (Batubara, 2013 : 24). Spesifikasi model yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan (Muhson, 2015 : 30).

Uji t (t-test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan.

Kriteria pengujian :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel faktor individu (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel faktor individu (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
3. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel faktor psikologis (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
4. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel faktor psikologis (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
5. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel faktor organisasi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
6. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel faktor organisasi (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja pegawai pada kantor Camat di Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.

Uji F (F-test)

Uji F-test dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan, yaitu dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ASN. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka H_0 diterima artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Muhson, 2015 : 30).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui dapat digunakan atau tidak indikator yang digunakan dalam penelitian. Jika *Pearson Correlation* (r hitung) lebih besar dari (r tabel) maka item pertanyaan dinyatakan valid, namun jika nilai *Pearson Correlation* (r hitung) lebih kecil dari (r tabel) maka pertanyaan dinyatakan tidak valid dan dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh beberapa hasil yang relatif sama. Secara statistika, koefisien reliabilitas adalah koefisien korelasi linear yang memadai. Kriteria empirik menyatakan koefisien memadai adalah 0,71 atau lebih (Alwi I, 2008 : 144). Suatu instrument penelitiandinilai memiliki konsistensi internal yang baik atau reliable jika *Cronbach alpha* $\alpha > 0,71$.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Cronbach's Alpha				Ket.
	Individu	Psikologis	Organisasi	Kinerja	
1	0,851	0,921	0,927	0,730	reliabel

Sumber :Hasil Olahan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat dijelaskan bahwa nilai reliabilitas konsistensi internal untuk koefisien alpha dari masing-masing variabel dalam setiap variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.063	11.654		1.550	.136
Individu	.074	.170	.082	.438	.666
Psikologis	.201	.097	.394	2.079	.050
Organisasi	.129	.093	.274	1.382	.182

a. Dependent Variabel : Kinerja_Pegawai

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2021

$$Y = 18,063 + 0,074X_1 + 0,201 X_2 + 0,129 X_3 + e$$

Nilai konstansta sebesar 18,063. Hal ini menunjukkan bahwa nilai variabel kinerja pegawai (Y) sebesar 18,063 dengan asumsi variabel bebas yaitu faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi tetap atau konstan.

Uji T

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.063	11.654		1.550	.136
Individu	.074	.170	.082	.438	.666
Psikologis	.201	.097	.394	2.079	.050
Organisasi	.129	.093	.274	1.382	.182

a. Dependent Variabel : Kinerja_Pegawai

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2021

Parameter yang digunakan untuk uji t signifikan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan antara nilai signifikansi dengan taraf nyata 5 persen. Dari data yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa faktor psikologis merupakan faktor yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi faktor psikologis sebesar 0,050.

Uji F (Uji Simultan)

Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari uji F, adapun syarat dari uji F adalah :

Ho diterima jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada tingkat kesalahan (α) 5 %

Ha diterima jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat kesalahan (α) 5 %

Berdasarkan hasil pengujian statistik (uji Anova/uji F) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	57.133	3	19.044	3.429	.036 ^b
Residual	116.627	21	5.554		
Total	173.760	24			

a. Dependent Variable: kinerja_pegawai

b. Predictors: (Constant), faktor_organisasi, faktor_individu, faktor_psikologis

Sumber :Hasil Olahan SPSS, 2021

Pada tabel 4. dapat dijelaskan bahwa nilai $F = 3,429$ dengan tingkat *probability* 0,036 kurang dari 0,05. Karena tingkat signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara simultan X_1 (faktor individu), X_2 (faktor psikologis) dan X_3 (faktor organisasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y). berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel-variabel bebas

X_1 (faktor individu), X_2 (faktor psikologis) dan X_3 (faktor organisasi) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai (Y) pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma dapat diuraikan hasil analisis statistik regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil analisis regresi, uji determinasi dan pengujian hipotesis

Variabel	Nilai Koef.	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 18,063 + 0,074 X_1 + 0,201 X_2 + 0,129 X_3$					
Faktor Individu	0,074	0,170		0,666	Tidak signifikan
Faktor psikologis	0,201	0,097		0,050	Signifikan
Faktor organisasi	0,129	0,093		0,182	Tidak signifikan
Uji F				0,036	
Determinasi			0,329		32,9 %

Sumber : Analisis Output SPSS, 2021

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel yang dianalisis, faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka hipotesis yang menyatakan faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai adalah salah atau H_0 tidak diterima.

Pengaruh signifikan antara variabel faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} yaitu 3,429 dengan signifikan sebesar 0,036. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,036 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis dengan uji F yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma adalah benar. Pengaruh signifikan dibuktikan dengan nilai koefisien beta yaitu untuk faktor individu memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,074 kemudian diikuti oleh faktor psikologis memiliki nilai koefisien beta 0,201 sedangkan faktor organisasi dengan nilai koefisien beta 0,129.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan $Y = 18,063 + 0,074 X_1 + 0,201 X_2 + 0,129 X_3 + e$. Hal ini menggambarkan terdapat pengaruh positif antara X_1 (faktor individu), X_2 (faktor psikologis) dan X_3 (faktor organisasi) terhadap kinerja (Y) pegawai Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel faktor individu, faktor psikologis dan faktor organisasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. Hal ini dibuktikan dengan output statistik F_{hitung} sebesar 3,429 dengan nilai signifikan sebesar 0,036. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,036 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis dengan uji F yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor individu, psikologis dan organisasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma secara simultan.
- Analisis indikator pada faktor individu menghasilkan nilai koefisien beta 0,074, sehingga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai.
- Analisis indikator pada faktor psikologis menghasilkan nilai koefisien beta 0,201, sehingga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai.
- Analisis indikator pada faktor organisasi menghasilkan nilai koefisien beta 0,129, sehingga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai.
- Hasil uji t pada taraf signifikansi atau tingkat kesalahan 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial, faktor psikologis merupakan faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Saran

- Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma diharapkan untuk lebih meningkatkan motivasi, kemampuan dan keterampilan serta memberikan pengawasan yang lebih baik dan

maksimal sehingga meminimalisir penyimpangan dan kesalahan yang dapat berpengaruh pada kinerja pegawai.

2. Atasan Kantor Camat Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma diharapkan dapat selalu mengontrol dan memberikan penilaian kerja pada pegawai serta dapat menerapkan program kerja yang terorganisir agar penyimpangan yang terjadi dapat diatasi..

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara K., Ir. Sugiharto P, MM dan Buchari, ST, M.Kes. 2013. Pengaruh Gaji, Upah dan Tunjangan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. XYZ. Jurnal Teknik Industri FT USU, 3(5), 23-28.
- Biru M., Hamidah N U dan Yuniadi M. 2016. Analisis Faktor-faktor Stres Kerja yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Tetap PG. Kebon Agung Kabupaten Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 39(2), 50-56.
- Febria R. 2020. Kecamatan Semidang Alas Maras dalam Angka 2020. Seluma : Badan Pusat Statistik Kabupaten Seluma.
- Norianggono Y C P., Djamhur H dan Ika R. 2014. Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Non Fisik Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Telkomsel Area III Jawa-Bali Nusra di Surabaya). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 8(2), 1-10.
- Prabowo H. 2018. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan. Bulletin Bisnis dan Manajemen, 4(1), 90-104.
- Robbins, Stephen, Judge dan Timothy A. 2013. Perilaku Organisasi, Edisi 12 Jilid 1, Alih Bahasa Diana Angelica. Jakarta : Salemba Empat.
- Rambe S E dan Usman T. 2015. Analisis Organisasi Melalui Pendekatan Perilaku Terhadap Kinerja Di Kantor Camat Medan Sunggal Kota Medan, 6(2), 174-194.
- Rivai, Veithzal dan Javani S. 2009. Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Wartono T. 2017. Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Majalah Mother And Baby), Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 4(2), 41-55.

Factors Affecting Customer Decisions To Save At Bank Mandiri Taspen Manna Branch Office Bengkulu Selatan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan

Marzan ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Ida Ayu Made E.G ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ marzanruslan125@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Location, Service Quality,
Product Quality, Saving
Decision.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan. Sampel dalam penelitian ini 100 orang nasabah yang menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan. Teknik pengambilan sampel adalah teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan $Y = 8,281 + 0,186X_1 + 0,397 X_2 + 0,235 X_3 + e$. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,018 lebih kecil dari 0,05. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of location, service quality and product quality on customer decisions to save at Bank Mandiri Taspen Sub-Branch Office Manna Bengkulu Selatan. The sample in this study was 100 customers who saved at Bank Mandiri Taspen, Manna Bengkulu Selatan Sub-Branch Office. The sampling technique is accidental sampling technique. The data was collected using a questionnaire and the analytical method used was multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis show $Y = 8.281 + 0.186X_1 + 0.397 X_2 + 0.235 X_3 + e$. Location has a significant influence on customer decisions to save at Bank Mandiri Taspen Sub-Branch Office Manna Bengkulu Selatan, this is evidenced by a significant value of 0.018 which is smaller than 0.05. Service quality has a significant influence on customer decisions to save at Bank Mandiri Taspen, Manna Bengkulu Selatan Sub-Branch Office, this is evidenced by a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05. Product quality has a significant influence on customer decisions to save at Bank Mandiri Taspen, Manna Bengkulu Selatan Sub-Branch Office, this is evidenced by a significant value of 0.001 which is smaller than 0.05. Location, service quality and product quality jointly have a significant effect on customer decisions to save at Bank Mandiri Taspen Sub-Branch Office Manna Bengkulu Selatan, this is evidenced by a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05.

PENDAHULUAN

Menurut Sinungan (2015:87) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung seperti faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi. Faktor pelayanan merupakan faktor layanan atau tindakan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, memberikan layanan yang lebih berkualitas di bandingkan dengan pesaing secara konsisten. Bank akan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya seperti: Karyawan sangat ramah dan cekatan, fasilitas yang sangat lengkap dimana apabila nasabah ingin menabung.

Selain faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung. Lokasi juga merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan perbankan karena lokasi yang mudah di

akses akan memudahkan para nasabah untuk menerima pelayanan dari bank baik untuk menabung ataupun meminjam. Kualitas produk juga menjadi suatu alasan bagi nasabah dalam mengambil keputusan menabung.

Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan yang bergerak di bidang perbankan, merupakan salah satu bank yang ada di Kabupaten Bengkulu Selatan yang memiliki banyak layanan baik layanan tabungan maupun layanan kredit usaha. Bank Mandiri Taspen atau Mantap menyediakan berbagai jenis tabungan seperti Tabunganku, Tabungan Simantap Berjangka, Tabungan Simantap, Tabungan Simantap Pensiun dan Deposito. Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Lokasi bank yang strategis akan memudahkan nasabah untuk mendapatkan akses terhadap bank tersebut. Kedekatan bank dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan.

Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar memberikan pertimbangan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang Selain itu hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perbankan, adalah bagaimana pihak bank dapat menarik nasabah dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Tentu saja tujuannya tidak lain adalah untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpaling menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain.

Pelayanan juga sangat perlu diperhatikan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan. Berbagai usaha telah dilakukan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan mulai dari pemilihan tempat yang strategis dan mudah diakses dengan menyediakan ruangan ber AC, menata ulang ruang tunggu serta menata tempat formulir, brosur, dan pamflet agar nasabah merasa nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah menurunnya keputusan menabung dari nasabah dikarenakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan yang terlihat dari ruang tunggu yang kurang memadai dikarenakan jumlah kursi yang tersedia tidak mencukupi karena pada saat Pandemi Covid-19 ini dianjurkan untuk selalu menjaga jarak sehingga tidak bisa duduk berdekatan. Hal lain juga terlihat dari masih adanya penumpukan nasabah pada saat antri. Untuk lokasi juga terjadi permasalahan karena lahan parkir yang kurang memadai pada saat nasabah banyak yang mengunjungi bank, dan petugas atau penjaga keamanan juga kewalahan karena harus dilakukan pengecekan suhu sebelum nasabah memasuki kawasan bank.

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan.

LANDASAN TEORI

Lokasi

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2015:96). Sedangkan menurut (Swastha dan Handoko, 2016:187) mengemukakan bahwa lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen

Kualitas Pelayanan

Stemvelt (2016:210) menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi keputusan nasabah menabung. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Kualitas Produk

Menurut Handoko (2015):142, "Kualitas adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan." Berdasarkan pendapat ini diketahui bahwa kualitas barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas.

Keputusan Menabung

Menurut Kotler (2016:212) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

METODE PENELITIAN

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan sekaligus hipotesa-hipotesa yang diajukan dalam penelitian. Untuk analisis statistiknya menggunakan analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2017:43).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan untuk variabel dependen adalah kepuasan. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2015:77) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan menabung
- a = konstanta
- b₁-b₃ = koefisien regresi
- X₁ = lokasi
- X₂ = Kualitas pelayanan
- X₃ = Kualitas produk
- e = error

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pengujian Hipotesis Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2017: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2017: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.281	3.355		2.468	.015
	Lokasi	.186	.077	.223	2.398	.018
	Kualitas pelayanan	.397	.073	.478	5.428	.000
	Kualitas produk	.235	.070	.250	3.348	.001

a. Dependent Variable: Keputusan menabung

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 maka dapat diperoleh perseamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,281 + 0,186X_1 + 0,397 X_2 + 0,235 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Keputusan nasabah menabung
X ₁	=	Lokasi
X ₂	=	Kualitas pelayanan
X ₃	=	Kualitas produk
e	=	error

1. Nilai konstanta 8,281 mempunyai arti bahwa apabila variabel Lokasi (X₁), Kualitas pelayanan (X₂) dan Kualitas Produk (X₃) dianggap tetap maka variabel Keputusan nasabah menabung (Y) akan tetap sebesar 8,281
2. Pengaruh Lokasi (X₁) terhadap Keputusan nasabah menabung (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X₁ (Lokasi) adalah sebesar 0,186 dengan asumsi apabila X₁ (Lokasi) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Keputusan nasabah menabung) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,186 kali.
3. Pengaruh Kualitas pelayanan (X₂) terhadap Keputusan nasabah menabung (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X₂ (Kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,397 dengan asumsi apabila X₂ (Kualitas pelayanan) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Keputusan nasabah menabung) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,397 kali.
4. Pengaruh Kualitas produk (X₃) terhadap Keputusan nasabah menabung (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X₃ (Kualitas produk) adalah sebesar 0,235 dengan asumsi apabila X₃ (Kualitas produk) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Keputusan nasabah menabung) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,235 kali.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square :

Tabel 1. Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.516	2.044

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Untuk nilai koefesien determinasi menggunakan model adjust R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefesien determinasi dari adjust R square yaitu sebesar 0,516. Hal ini berarti bahwa X1 (lokasi), X2 (kualitas pelayanan) dan X3 (kualitas produk), memiliki kontribusi terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) sebesar 51,6 % sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dari hasil perhitungan pada tabel 1 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Lokasi)

Hasil pengujian untuk variabel X1 (lokasi) menunjukkan thitung = 2,398 kemudian dibandingkan dengan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - 3 = 100 - 3 = 97$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,660. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($2,398 > 1,660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,018. Karena thitung > ttabel dan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X1 (lokasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

2. Variabel X2 (Kualitas pelayanan)

Hasil pengujian untuk variabel X2 (kualitas pelayanan) menunjukkan thitung = 5,428 kemudian dibandingkan dengan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - 3 = 100 - 3 = 97$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,660. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($5,428 > 1,660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena thitung > ttabel dan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X2 (Kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

3. Variabel X3 (Kualitas produk)

Hasil pengujian untuk variabel X3 (kualitas produk) menunjukkan thitung = 3,348 kemudian dibandingkan dengan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan $dk = n - 3 = 100 - 3 = 97$, diketahui nilai ttabel sebesar 1,660. Maka thitung lebih besar dari ttabel ($3,348 > 1,660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena thitung > ttabel dan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X3 (Kualitas produk) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh X1 (lokasi), X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung (Y) maka digunakan uji F. berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F terlihat pada tabel berikut :

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453.744	3	151.248	36.208	.000 ^b
	Residual	401.006	96	4.177		
	Total	854.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 10 diketahui nilai $F_{hitung} = 36,208$ sedangkan F_{tabel} ($df_1=k-1=4-1=3$, sedangkan $df_2= n-k = 100-4=96$, $\alpha = 5\%$) adalah sebesar 2,70, berarti diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,208 > 2,70$) sejalan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (lokasi), X_2 (kualitas pelayanan) dan X_3 (kualitas produk) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, antara Variabel-variabel bebas yaitu X_1 (lokasi), X_2 (kualitas pelayanan) dan X_3 (kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung (Y).

Pembahasan

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan, karena nilai signifikan sebesar 0,018 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin strategis lokasi Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan maka Keputusan nasabah menabung juga akan semakin meningkat..

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Menurut Mariyaningsih dalam Wulandari, (2013:68) Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi. Hal ini menggambarkan bahwa lokasi yang strategis akan mampu menarik perhatian nasabah untuk menabung pada bank tersebut, karena lokasi bank yang mudah dijangkau, dekat dengan pusat keramaian, dekat dengan sekolahan dan perkantoran akan lebih dipilih oleh nasabah untuk menabung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan maka keputusan nasabah menabung juga akan semakin meningkat.

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan dapat dilihat dari ruang tunggu yang nyaman, penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Hal lain juga terlihat dari pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap nasabah selalu tepat waktu. Karyawan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan selalu cepat tanggap dalam memberikan pelayanan dan informasi yang jelas kepada nasabah. Nasabah juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang memiliki pengetahuan yang baik tentang semua produk yang ditawarkan oleh bank serta karyawan tidak pernah membedakan pelayanan terhadap nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Assauri (2014:78) menyatakan para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah perusahaan, persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan nasabah/ dengan memberikan pelayanan terbaik. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi nasabah, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas maka jasa yang diberikan akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata nasabah.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,001 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan akan akan meningkatkan keputusan nasabah menabung. Produk-produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan memiliki keunggulan masing-masing, sehingga nasabah tetap setia untuk menggunakan produk tersebut. Produk Bank Mandiri Taspen

Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan seperti tabunganku, tabungan simantap berjangka, tabungan simantap, tabungan simantap pensiun, deposito simantap dan giro.

Kualitas produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan memiliki tingkat suku bunga yang bersaing sehingga nasabah tertarik untuk menabung sehingga nasabah merasa puas dengan tingkat keuntungan yang diberikan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan. Selain itu, Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan juga memberikan pelayanan ATM yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dan dilengkapi dengan fitur-fitur yang lengkap seperti penarikan uang, transfer, pemeblian dan pembayaran sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kemudahan lain yang diberikan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan adalah dengan biaya administrasi yang rendah sehingga nasabah tertarik untuk menabungkan uangnya di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan dan selalu setia menggunakan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan untuk semua transaksi perbankannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Kotler dan Armstrong (2014:152), kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas produk yang ada di PT. Bank Bengkulu Cabang Mukumuko mampu memenuhi kebutuhan nasabah seperti imbalan yang diberikan oleh bank kepada nasabah dan juga hadiah-hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah..

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil persamaan regresi berganda menunjukkan persamaan $Y = 8,281 + 0,186X_1 + 0,397 X_2 + 0,235 X_3 + e$ dengan arah regresi positif, artinya apabila lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk mengalami peningkatan maka keputusan nasabah menabung juga akan meningkat.
2. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,018 lebih kecil dari 0,05
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05
4. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05
5. Lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05i.

Saran

1. Kepada Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan terus berupaya untuk menambah lahan parkir karena pada saat nasabah ramai berkunjung ke BNI KCP Bintuhan tempat parkir tidak memadai untuk menampung kendaraan nasabah.
2. Diharapkan kepada karyawan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Manna Bengkulu Selatan agar memberikan pelayanan maksimal terhadap nasabah meskipun pada saat ini terjadi pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak. Dan juga menambah fasilitas seperti menambah kursi agar nasabah tidak perlu berdiri pada saat antrian

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Syofyan. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. 2017. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo, 2014, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta

- Hadinoto, Soesanto. 2018. Strategi Pendanaan Bank dan Manajemen Pasiva. Jakarta: PT.Media Elex Komputindo
- Handoko, T. Hani. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer, J. & Render, B. 2015. Operations Management. Tenth Edition. Pearson, New Jersey, USA.
- Kotler dan Keller. 2014. Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2014, Prinsip-prinsip Marketing, Jakarta: Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Lita, Ayu Kumara (2016) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu. Skripsi. Universitas Dehasn Bengkulu
- Lovelock Christoper & Laurent K. Wright, 2017. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Oktaviani, Veni Adita. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank. Jurnal Fokus, Volume 18, Nomor 1,
- Pangestuti, Indah. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Samarinda. Jurnal Ekonomi Mulawarman Vol 4. No. 1
- Sinungan Moch Darsyah. 2015. Manajemen Dana Bank. Jakarta. Rineka Cipta.
- Stemvelt. Robert C.. 2016. (Diterjemahkan oleh Purwoko) Perception of Service Quality. Allyn and Bacon. Massachusetts.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, 2015. Pengantar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1. Yogyakarta : Ust. Press.
- Sunyoto. Danang. 2014. "Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen". Cetakan Ke empat. Andi. Yogyakarta.
- Sutisna, 2014, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Bandung : Rosdakarya
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani, T., 2016, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Tambunan, Monang Ranto. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina). Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No. 3,
- Tjiptono, Fandy, 2015, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Winardi. 2016. Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Penerbit Mandar Maju. Bandung.
- Wulandari, Selvi. 2013. Pengaruh Pembiayaan Bank Sumsel Babel Syariah Kcp Muara Enim Terhadap Pendapatan Nasabah. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu
- Yong. C.Z.. Yun. Y.W.. Loh. L.. 2016. (Diterjemahkan oleh Sutanto). The Quest for Global Q.....uality. Pustaka Delapratasa. Jakarta

The Effect of Workload and Work Environment on Employee Performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency

Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma

Komsatun¹⁾; Suswati Nasution²⁾; Nurzam²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ komsatunmylove@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Workload, Work Environment, Performance

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk pengaruh beban kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma. Sampel dalam penelitian sebanyak 106 pegawai yang telah menjadi ASN pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 8,771 - 0,332X_1 + 0,470X_2 + 3,085$ artinya beban kerja memiliki arah regresi yang negatif, jika beban kerja meningkat maka kinerja akan menurun. Lingkungan kerja memiliki arah yang positif artinya jika semakin baik lingkungan kerja maka kinerja pegawai akan semakin meningkat. Hasil uji determinasi sebesar 0,505 atau (50,5%). Hal ini menunjukkan bahwa beban kerja dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma sebesar 50,5%, sedangkan sisanya ($100 - 50,5\% = 49,5\%$) dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Beban kerja dan lingkungan kerja secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Beban kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa beban kerja yang tinggi pada pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma akan menurunkan kinerja pegawai. Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa lingkungan kerja yang baik mampu meningkatkan kinerja pegawai.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of workload and work environment on employee performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency. Samples in the study were 106 employees as Civil Servants at the Regional Secretariat of Seluma Regency. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression equation that is $Y = 8.771 - 0.332X_1 + 0.470X_2 + 3.085$ means that the workload has a negative regression direction, if the workload increases then the performance will decrease. The work environment has a positive direction, meaning that if the work environment is better, the employee's performance will increase. The result of the determination test is 0.515 or (51.5%). This shows that the workload and work environment affect employee performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency by 51.5%, while the rest ($100 - 51.5\% = 48.5\%$) are explained or influenced by other variables not examined. work and work environment together have an influence on employee performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency with a significant value of 0.000 less than 0.05. Workload has a negative and significant effect on employee performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency, because the significant value of 0.000 is smaller than 0.05. This illustrates that a high workload for employees at the Regional Secretariat of Seluma Regency will reduce employee performance. The work environment has a positive and significant impact on employee performance at the Regional Secretariat of Seluma Regency, with a significant value of 0.000, which is smaller than 0.05. This illustrates that a good work environment can improve employee performance.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dituntut bisa memperlihatkan hasil kerja yang baik dalam perusahaan, sumber daya manusia ialah faktor terutama. Tanpa kedudukan manusia walaupun bermacam aspek yang diperlukan itu sudah ada, instansi/ perusahaan tidak bakal berjalan. Sebab manusia ialah penggerak serta penentu jalannya sesuatu organisasi, oleh sebab itu sebaiknya dari lembaga industri itu sendiri membagikan arahan yang positif demi tercapainya tujuan. Serta yang berfungsi selaku sumber daya manusia disini yakni pegawai, pegawai ialah aset utama organisasi serta memiliki kedudukan yang strategis di dalam organisasi ialah selaku pemikir, perencana, serta pengendali kegiatan organisasi (Hasibuan, 2014: 27).

Usaha buat tingkatan kinerja pegawai, antara lain merupakan dengan memperhatikan beban kerja, baik itu beban kerja fisik ataupun beban kerja mental. Buat menggapai kinerja yang optimal

pentingnya instansi memperhatikan keadaan sumber daya manusianya sebab badan manusia dirancang buat bisa melaksanakan kegiatan pekerjaan tiap hari dengan syarat massa otot yang beratnya hampir lebih dari setengah berat badan, membolehkan manusia guna sanggup menggerakkan badan serta melaksanakan pekerjaan.

Pemberian beban kerja yang efisien, instansi bisa mengenali sejauh mana karyawannya bisa diberikan beban kerja yang optimal serta sejauh mana pengaruhnya terhadap kinerja instansi itu sendiri, sebab beban kerja sangat berarti untuk suatu instansi. Beban kegiatan satuan organisasi ataupun beban kerja tiap- tiap pejabat ataupun pegawai sebaiknya merata sehingga bisa dihindarkan terdapatnya satuan organisasi yang sangat banyak aktivitasnya serta terdapat satuan organisasi sangat sedikit aktivitasnya demikian pula bisa dihindarkan terdapatnya pejabat ataupun pegawai yang sangat bertumpuk- tumpuk tugasnya serta terdapat pejabat ataupun pegawai yang sedikit beban kerjanya sehingga Terlihat sangat banyak menganggur(Sutarto, 2016: 122).

Tidak hanya beban kerja, aspek lain yang pengaruhi kinerja pegawai ialah lingkungan kerja. Lingkungan kerja merupakan salah satu aspek utama yang memicu pegawai bisa bekerja secara maksimal. Lingkungan kerja yang tidak kondusif bakal membuat pegawai gampang jatuh sakit, gampang stress, susah berkonsentrasi serta menyusutkan produktivitas kerja. Bayangkan saja, bila ruangan kerja tidak aman, panas, perputaran hawa tidak mencukupi, ruangan kerja sangat padat, lingkungan kerja kurang bersih, berisik, pasti besar pengaruhnya pada kenyamanan kerja(Tanjung, 2016: 19). Dari penjelasan mengenai beban kerja serta lingkungan kerja, bisa aku simpulkan kalau pengaruh beban kerja serta lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan sangat mempengaruhi, dimana pemberian beban kerja secara efisien bermanfaat buat mengenali sejauh mana pegawai bisa diberikan beban kerja yang optimal serta pengaruhnya terhadap lembaga itu sendiri serta pemberian beban kerja yang dimana sebaiknya mesti merata. Sebaliknya lingkungan kerja merangsang kepada gimana pegawai bisa bekerja secara maksimal yang dimana pemberian sarana yang baik salah satunya hendak menolong para pekerja pada instansi tersebut bisa mengerjakan pekerjaannya dengan baik sebab lingkungan kerja dengan kondisi menunjang akan tingkatan semangat kerja para pegawai. Menurut Sedarmayanti(2016: 13) lingkungan kerja merupakan totalitas perlengkapan perkakas serta bahan yang dialami lingkungan sekitarnya di mana seorang bekerja, tata cara kerjanya, dan pengaturan kerjanya baik selaku perseorangan ataupun selaku kelompok.

Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma ialah suatu lembaga yang bergerak di bidang kepegawaian negara kepunyaan pemerintahan. Fenomena yang terjalin pada saat ini di Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma merupakan tingginya beban kerja yang wajib dilakukan oleh pegawai sebab banyaknya pekerjaan yang wajib dikerjakan pas waktu serta dalam waktu yang dekat. Untuk lingkungan kerja pula masih ada ketidaknyamanan diakibatkan pendingin ruangan yang tidak optimal serta terkadang terasa panas, perihal lain pula nampak dari kebisingan dikala bekerja yang diakibatkan sebab terdapatnya silih adu komentar baik antara sesama Aparatur Sipil Negara(pegawai). Menurut penjelasan di atas, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini, yaitu" Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma".

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Sutrisno(2017: 4) manajemen sumber daya manusia ialah pengakuan tentang bernilainya tenaga kerja organisasi selaku sumber daya manusia yang sangat berarti dalam berikan kontribusi untuk tujuan- tujuan organisasi, serta memakai sebagian peranan serta aktivitas buat membenarkan kalau sumber daya manusia tersebut digunakan secara efektif dan adil untuk kepentingan orang, organisasi serta publik. Sementara itu Ambar serta Rosidah(2017: 13) mengemukakan kalau manajemen sumber daya manusia merupakan pengembangan serta pemanfaatan pegawai dalam rangka tercapainya tujuan serta sasaran orang, organisasi, publik, bangsa serta internasional yang efisien.

Beban Kerja

Menurut Mardiyanto(2018: 43) beban Kerja merupakan besaran pekerjaan yang wajib dipikul oleh sesuatu jabatan/ unit organisasi serta menggambarkan hasil kali antara volume kerja serta norma waktu. Serta pula beban kerja ialah suatu yang wajib dituntaskan oleh sekelompok ataupun seorang dalam waktu tertentu guna bisa dilihat pada sudut pandang obyektif serta subyektif. Secara objektif beban kerja bisa diterjemahkan selaku totalitas waktu yang dipakai ataupun jumlah dari totalitas kegiatan yang digunakan. Menurut Moekijat(2017: 33) beban kerja ialah dimensi/ patokan yang digunakan oleh seorang terhadap statment tentang beban dari pekerjaan yang berlebih, dimensi tekanan pekerjaan, dan kepuasan dari pekerjaan tersebut. Menurut Dessler(2015: 89) beban kerja pula bisa dimaksud selaku

sebuah deskripsi dari tugas dalam himpunan pekerjaan, tanggung jawab, ikatan pelaporan, serta keadaan kerja. Tarwaka(2014: 130) mengemukakan kalau beban kerja merupakan sesuatu yang timbul dari interaksi antara tuntutan tugas tugas, lingkungan kerja dimana digunakan selaku tempat kerja, keahlian, sikap, serta anggapan dari pekerja.

Menurut Munandar(2014: 57), beban kerja merupakan tugas- tugas yang diberikan pada tenaga kerja ataupun karyawan guna dituntaskan pada waktu tertentu dengan memakai keahlian serta kemampuan dari tenaga kerja. Keahlian fisik ataupun psikologis pekerja wajib cocok serta sepadan pada tiap beban kerja yang diterima seorang. Beban kerja meliputi beban kerja fisik serta beban kerja psikologis. Beban kerja fisik semacam mengangkut serta menekan. Sebaliknya beban kerja psikologis berbentuk sejauh mana tingkatan keahlian ataupun kemampuan serta prestasi kerja yang dipunyai orang dengan orang yang lain. Dengan demikian penafsiran dari beban kerja merupakan tuntutan tugas yang diberikan kepada karyawan yang wajib dituntaskan dalam jangka waktu tertentu pada sesuatu industri.

Lingkungan Kerja

Menurut Nitisemito(2016: 77), lingkungan kerja merupakan seluruh yang terdapat disekitar para pekerja yang bisa pengaruhi dirinya dalam melaksanakan tugas yang dibebankan. Nawawi (2013: 112) mengartikan kalau lingkungan kerja merupakan mutu internal organisasi yang relatif berlangsung terus menerus yang dialami oleh anggotanya. Lingkungan kerja merupakan seluruh aspek fisik kerja, psikologis kerja serta peraturan kerja yang bisa pengaruhi kepuasan kerja serta tercapai produktivitas(Mangkunegara: 2015: 88). Menurut Komarudin(2016: 231), melaporkan lingkungan kerja merupakan kehidupan sosial, psikologi, serta fisik dalam industri yang mempengaruhi terhadap pekerja dalam melakukan tugasnya. Kehidupan sosial yang diartikan berkenaan dengan kepercayaan nilai- nilai, perilaku, pemikiran, pola ataupun style hidup di lingkungan sekitar dan interaksi antara orang- orang yang bekerja dalam sesuatu industri baik itu interaksi antara atasan dengan bawahan ataupun dengan rekan kerja. Kehidupan psikologis merupakan interaksi perilaku- perilaku karyawan dalam sesuatu industri dimana mereka bekerja. Tiap orang dalam sesuatu industri bawa sesuatu harapan hendak pemenuhan kebutuhan serta kemauan. Terdapatnya kebutuhan serta kemauan itu mendesak mereka berperilaku guna memuaskan kebutuhan serta keinginannya. Bagi Sedarmayanti(2016: 13) lingkungan kerja merupakan totalitas perlengkapan perkakas serta bahan yang dialami lingkungan sekitarnya di mana seorang bekerja, tata cara kerjanya, dan pengaturan kerjanya baik selaku perseorangan ataupun selaku kelompok". Sebaliknya bagi Nitisemito(2016: 183), lingkungan kerja merupakan seluruh sesuatu yang terdapat disekitar para pekerja yang bisa pengaruhi dirinya dalam melaksanakan tugas- tugas yang dibebankan. Bersumber pada penjelasan definisi- definisi yang dikemukakan oleh para pakar, hingga bisa dilihat kalau lingkungan kerja memiliki peranan nyata dalam sesuatu kehidupan kerja manusia. Peranan lingkungan kerja yang baik merupakan selaku pendorong untuk karyawan sehingga mereka merasa aman dalam melaksanakan pekerjaannya, bisa lebih antusias, serta pada kesimpulannya bisa bekerja secara maksimal, sehingga tidak bisa dipungkiri kalau lingkungan kerja dalam sesuatu industri memperoleh kepedulian yang lebih jauh lagi dibanding pada waktu- waktu terdahulu. Hal ini bisa berlangsung sebab bersamaan meningkatnya standar hidup seorang, hingga dia hendak cenderung menginginkan suasana yang membagikan dorongan dalam melakukan pekerjaannya.

Kinerja

Menurut Mangkunegara(2017: 67), kinerja ialah hasil kerja secara mutu serta kuantitas yang dicapai oleh seorang dalam melakukan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Tidak jauh berbeda Siagian(2014: 227) mendefinisikan kinerja sebagai suatu keseluruhan kemampuan seseorang untuk bekerja sedemikian rupa sehingga menggapai tujuan kerja secara maksimal serta bermacam sasaran yang sudah diciptakan dengan pengorbanan yang secara rasio lebih kecil dibanding dengan hasil yang dicapai. Prawirosentono(2014: 176) lebih cenderung memakai kata performance dalam menyebut kata kinerja. Baginya performance ataupun kinerja merupakan hasil yang bisa dicapai oleh seorang ataupun sekelompok orang dalam sesuatu organisasi, sesuai dengan tanggung jawab tiap- tiap dalam rangka menggapai tujuan organisasi bersangkutan secara sah, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika. Bermacam komentar diatas bisa menggambarkan kalau kinerja pegawai serta kinerja organisasi mempunyai keterkaitan yang sangat erat, tercapainya tujuan organisasi tidak dapat dilepaskan dari sumber daya yang dipunyai oleh organisasi yang digerakan ataupun dijalankan pegawai yang berfungsi aktif selaku pelaksana dalam upaya menggapai tujuan organisasi. Jadi bisa disimpulkan kalau kinerja pegawai merupakan evaluasi hasil kerja seorang dalam suatu organisasi sesuai dengan tugas serta tanggung jawabnya dalam rangka menggapai tujuan organisasi.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan merupakan analisis *Regresi Linier Berganda*, Metode ini menggunakan:

Uji Ketepatan Data

Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono(2016: 177) membuktikan derajat ketepatan antara informasi yang sebetulnya terjalin pada objek dengan informasi yang dikumpulkan oleh periset guna mencari validitas suatu item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item- item tersebut. Uji validitas merupakan hasil riset yang valid apabila ada kesamaan antara informasi yang terkumpul dengan informasi yang sebetulnya terjalin pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2016: 76). Dalam uji validitas digunakan program SPSS(Statistical Product and Service Solutions) Tipe 21. 0. Uji validitas bisa dicoba dengan memandang korelasi antara skor tiap- tiap item dalam kuesioner dengan total skor yang mau diukur ialah memakai Coefficient Correlation Pearson. Bawah pengambilan keputusan guna menguji validitas merupakan: 1) Bila rhitung positif serta rhitung > rtabel maka variabel tersebut valid. 2) Bila rhitung tidak positif dan rhitung < rtabel maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan memakai objek yang sama akan menciptakan informasi yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen bisa dicoba secara eksternal ataupun internal, secara eksternal pengujian bisa dicoba dengan test retest, equivalent serta gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument bisa diuji dengan menganalisis konsistensi butir- butir yang terdapat pada instrument dengan metode tertentu(Sugiyono, 2016: 87). Guna menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dicoba analisis reliabilitas bersumber pada koefisien Alpha Cronbach. Nilai batasan yang digunakan guna memperhitungkan tingkatan reliabilitas yang bisa diterima merupakan 0, 60(Ghazali, 2015: 90).

Uji Ketepatan Model

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan guna mengukur seberapa jauh keahlian model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara 0 serta 1. Nilai R² yang kecil berarti keahlian variabel– variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen membagikan hampir seluruh data yang diperlukan guna memprediksi alterasi variabel dependen. Tiap tambahan satu variabel independen hingga R² tentu hendak bertambah meski belum pasti variabel yang ditambahkan mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, digunakan nilai adjusted R² sebab nilai adjusted R² bisa naik ataupun turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

PengujianHipotesis

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono(2016: 275) regresi berganda digunakan guna meramalkan gimana kondisi(naik turunnya) variabel dependen(kriterium), apabila 2 ataupun lebih variabel indenpenden selaku aspek prediktor dimanipulasi(dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono(2016: 151) merupakan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Penjelasan:

Y = kinerja, X_1 = beban kerja, X_2 = lingkungan kerja, b_1 , b_2 = koefisien korelasi, a = Nilai konstanta, e = erorr

Uji t

Uji t pada dasarnya menampilkan seberapa jauh pengaruh satu variable bebas secara individual dalam menerangkan alterasi variabel terikat. Formula hipotesis: $H_0: b_i = 0$, maksudnya variabel bebas bukan ialah penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat; $H_a: b_i \neq 0$, maksudnya variabel bebas ialah penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan(Ghazali, 2015: 48) merupakan dengan memakai angka probabilitas signifikansi, ialah:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0. 05, maka H_0 diterima serta H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0. 05, maka H_0 ditolak serta H_a diterima.

Uji F

Uji F dicoba guna mengenali pengaruh variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel terikat. Rumusan hipotesis yang diuji: $H_0: b_1 = b_2 = 0$, berarti secara bersama- sama tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. $H_a: b_1 \neq b_2 \neq 0$, berarti secara bersama- sama terdapat

pengaruh variabel leluasa terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya(Ghozali, 2015: 48) merupakan dengan memakai angka probabilitas signifikansi, yakni:

- a. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05, maka H0 diterima dan Ha ditolak
- b. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05, maka H0 ditolak dan Ha diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berlandaskan hasil uji validitas memakai SPSS Tipe 21 maka bisa dilihat hasil uji validitas seperti pada Lampiran 5. Uji validitas dicoba dengan metode membandingkan rhitung dengan rtabel($n - 2 = 106 - 2 = 104$) sehingga nilai rtabel sebesar 0, 191. Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan memakai program statistik SPSS hingga diperoleh hasil cronbach' s alpha lebih besar dari 0, 60 untuk kesemua variabel ialah: beban kerja, lingkungan kerja serta kinerja. Sebab nilai cronbach' s alpha lebih besar dari 0, 60 maka bisa disimpulkan kalau seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² digunakan guna mengukur seberapa jauh keahlian model dalam menarangkan alterasi variabel dependen. Dalam riset ini koefisien determinasi memakai nilai adjustedR²(R Square).

Tabel 1. Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.505	2.246

a. Predictors: (Constant), LingkunganKerja, Beban Kerja
Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9 di atas diperoleh angka adjustedR² (R Square) sebesar 0,505 atau (50,5%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh beban kerja dan lingkungan kerjaterhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma sebesar 50,5%. Dengan kata lain variabel kinerja dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel beban kerja dan lingkungan kerjasebesar 50,5%, sedangkan sisanya (100 - 50,5% = 49,5%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi variabel kinerjajika variabel beban kerja dan lingkungan kerja mengalami peningkatan atau penurunan. Hasil perhitungan regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 2. Model Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.771	3.085		2.843
	Beban Kerja	-.332	.073	-.351	4.579
	Lingkungan Kerja	.470	.074	.489	6.372

a. Dependent Variable: Kinerja
Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 8,771 - 0,332X_1 + 0,470X_2 + 3,085(e)$, Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :Nilai konstanta 8,771 mempunyai arti bahwa apabila variabel beban kerja(X₁) dan lingkungan kerja (X₂) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kinerja (Y) akan tetap sebesar 8,771. Pengaruh beban kerja(X₁) terhadap kinerja (Y) Nilai koefisien regresi variabel X₁ (pengembangan SDM) adalah sebesar -0,332 dengan asumsi apabila X₁ (beban kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (kinerja) akan mengalami penurunan sebesar 0,332 kali. Pengaruh lingkungan kerja(X₂) terhadap kinerja (Y)Nilai

koefisien regresi variabel X2 (lingkungan kerja) adalah sebesar 0,470 dengan asumsi apabila X2 (lingkungan kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (kinerja) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,470 kali. Nilai error 3,085(e) artinya selisih antara nilai duga (predicted value) dengan nilai pengamatan yang sebenarnya.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial ataupun diketahui dengan uji t digunakan guna membandingkan signifikan ataupun tidak signifikan variabel beban kerja serta lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai secara terpisah ataupun sendiri-sendiri. Berdasarkan Tabel di atas sehingga hasil dari pengujian uji t sebagai berikut: Pengaruh Beban kerja Terhadap Kinerja. Hasil pengujian untuk variabel X1(beban kerja) menampilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan kalau beban kerja mempengaruhi signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan demikian hipotesis mula yang diajukan bisa teruji(Ha diterima). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja. Hasil pengujian untuk variabel X2(lingkungan kerja) menampilkan nilai sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan kalau lingkungan kerja mempengaruhi signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan demikian hipotesis mula yang diajukan bisa teruji(Ha diterima).

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan pengujian hipotesis yang buat mengenali pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut output pengujian hipotesis dengan SPSS:

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan(Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	551.309	2	275.655	54.650	.000 ^b
	Residual	519.530	103	5.044		
	Total	1070.840	105			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), LingkunganKerja, Beban Kerja

Sumber: Hasil penelitian dan diolah, 2021

Hasil perhitungan statistik menampilkan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sebab tingkatan signifikansi di bawah 0,05 bisa disimpulkan kalau variabel beban kerja serta lingkungan kerja berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan demikian hipotesis awal yang diajukan teruji (Ha diterima). Halah terdapatnya pengaruh yang signifikan antara beban kerja serta lingkungan kerja terhadap kinerja secara bersama-sama.

Pembahasan

Berlandaskan hasil riset untuk Pengaruh Beban Kerja serta Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma bisa dijabarkan hasil analisis regresi berganda, uji determinasi serta uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi serta Pengujian Hipotesis

Variabel	Nilai Koef	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 8,771 - 0,332X_1 + 0,470X_2 + 3,085$				
Beban kerja → Kinerja	-0,332		0,000	Signifikan
Lingkungan kerja → Kinerja	0,470		0,000	Signifikan
Uji F			0,000	Signifikan
Determinasi		0,505		50,5%

Sumber: Analisis Output SPSS Versi 21.0, 2021

Bersumber pada Tabel di atas bisa dilihat kalau beban kerja mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap kinerja, maksudnya apabila beban kerja bertambah maka kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma bakal menurun. Lingkungan kerja mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja, maksudnya apabila lingkungan kerja terus menjadi bagus maka kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma akan terus semakin bertambah.

Pengaruh Beban kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil riset menampilkan bahwa beban kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, karna nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05 serta arah regresi mempunyai arah yang negatif. Perihal ini menggambarkan kalau semakin

bertambah beban kerja maka kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma akan semakin menyusut. Hasil riset ini meyakinkan kalau beban kerja yang melampaui batas bisa merendahkan kinerja pegawai, kebalikannya bila semakin rendah beban kerja maka kinerja pegawai bakal bertambah. Beban kerja yang terdapat di Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma nampak dari banyaknya pekerjaan yang mesti dilakukan sehingga terpaksa memakai jam rehat guna menuntaskan tugas tersebut. Perihal lain yang juga menaikkan beban kerja pegawai merupakan mengerjakan pekerjaan pegawai yang lain yang lagi cuti seperti cuti melahirkan, cuti tahunan ataupun cuti karna sakit. Karna pekerjaan mesti dituntaskan tepat waktu hingga akan dilimpahkan kepada pegawai yang terdapat di kantor. Hasil riset menunjang teori yang diinformasikan oleh Manuaba (2016: 64) kalau beban kerja yang kelewatan akan memunculkan dampak berbentuk kelelahan baik fisik ataupun mental serta reaksi-reaksi emosional semacam sakit kepala, gangguan pencernaan serta gampang marah. Sebaliknya pada beban kerja yang sangat sedikit dimana pekerjaan yang terjalin karna pengurangan gerak bakal memunculkan kebosanan serta rasa monoton. Kebosanan dalam kerja rutin tiap hari karna tugas ataupun pekerjaan yang sangat sedikit menyebabkan minimnya kepedulian pada pekerjaan sehingga secara potensial membahayakan serta merendahkan kinerja karyawan.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil riset menampilkan kalau ada pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hasil ini bisa dimaksud kalau terus menjadi baik lingkungan kerja maka kinerja pula semakin bertambah. Apabila pegawai mempunyai lingkungan kerja yang tinggi dalam menuntaskan seluruh pekerjaan serta tanggung jawab yang diberikan kepadanya maka kinerja pegawai bisa semakin bertambah. Lingkungan kerja bisa tingkatkan kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma perihal ini nampak dari lingkungan yang aman serta damai sebab tidak terdapatnya musik yang bisa mengganggu pekerjaan, terdapatnya tata warna serta pendekorasi yang nyaman ditatap mata. Hal ini akan membagikan kenyamanan kepada pegawai sepanjang bekerja. Hasil riset ini sejalan dengan komentar Komarudin (2016: 231), melaporkan kalau: lingkungan kerja merupakan kehidupan sosial, psikologi, serta raga dalam industri yang mempengaruhi terhadap pekerja dalam melakukan tugasnya. Kehidupan sosial yang diartikan berkenaan dengan kepercayaan nilai-nilai, perilaku, pemikiran, pola ataupun gaya hidup di lingkungan dekat dan interaksi antara orang-orang yang bekerja dalam sesuatu industri baik itu interaksi antara atasan dengan bawahan ataupun dengan rekan kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 8,771 - 0,332X_1 + 0,470X_2 + 3,085$ artinya beban kerja memiliki arah regresi yang negatif, jika beban kerja meningkat maka kinerja akan menurun. Lingkungan kerja memiliki arah yang positif artinya jika semakin baik lingkungan kerja maka kinerja pegawai akan semakin meningkat. Hasil uji determinasi sebesar 0,505 atau (50,5%). Hal ini menunjukkan bahwa beban kerja dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma sebesar 50,5%, sedangkan sisanya ($100 - 50,5\% = 49,5\%$) dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Beban kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa beban kerja yang tinggi pada pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma akan menurunkan kinerja pegawai. Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa lingkungan kerja yang baik mampu meningkatkan kinerja pegawai. Beban kerja dan lingkungan kerja secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Saran

Beban kerja yang tidak melampaui batas bisa tingkatkan kinerja pegawai, dengan demikian beban kerja bisa dijadikan bahan pertimbangan supaya pegawai bisa melaksanakan pekerjaannya dengan optimal. Dianjurkan Sekretariat Daerah Kabupaten Seluma supaya memenuhi fasilitas serta prasarana kerja yang menjajaki pertumbuhan teknologi semacam mengubah laptop lama dengan model serta jenis terkini, serta perlengkapan lain yang bisa memudahkan pekerjaan dengan tipe terkini dengan menjajaki pertumbuhan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Teguh Sulistiyani serta Rosidah. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Dessler, G. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kesembilan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Komaruddin. 2016. *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Mangkunegara,. Anwar Prabu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mardianto, Adi. 2018, *Management Recruitmen*. Jakarta, Pinasthika Publisher
- Moekijat. 2017. *Perencanaan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Munandar, Ashar S. 2014. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta
- Nawawi, Ismail. 2013. *Budaya Organisasi Kepemimpinan dan Kinerja*. Jakarta: PT. Fajar Iterpratama Mandiri.
- Nitisemito Alex S, 2016, *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sedarmayanti. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil, Cetakan Kelima*, PT Refika Aditama, Bandung
- Siagian, S.P. 2014. *Teoridan Praktek Kepemimpinan*, Penertbit Rineka Cipta Jakarta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-18 .Bandung Alfabeta.
- Sutarto. 2016. *Buku Ajar Manajemen Pelatihan*, Semarang, Universitas Negeri Semarang.
- Sutrisno, Edy. 2017. *Budaya Organisasi*. Cetakan Kedua. Jakarta : Kencana Pranada Media Group
- Tanjung, Andika Saputra. 2016. Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Medan. *Skripsi. Universitas Sumatera Utara*
- Tarwaka. 2014. *Keselamatan dan Kesehatan Kerja : Manajemen dan Implementasi K3 di Tempat Kerja*. Surakarta : Harapan Press.

Analysis of the Effectiveness of Internal Audit Sales of Receivables at PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu

Analisis Efektivitas Audit Internal Penjualan Piutang di PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu

Deni Saputra ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Rinto Noviantoro ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ dedensap54@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Internal audit, sales and accounts receivable, effectiveness

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Salah satu hal yang dapat mengganggu perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah adanya praktek kecurangan sehingga merugikan perusahaan yang dapat dilakukan baik dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Maka, untuk menunjang keefektifan usaha, dibutuhkan audit internal terhadap penjualan dan piutang di PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Analisis Efektivitas Audit Internal Penjualan Piutang Di PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Persentase jawaban yang diperoleh melalui skoring. Hasil perolehan persentase jawaban responden dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan audit internal didalam penilaian piutang dari semua indikator sangatlah efektif, dan efektivitas audit internal terhadap piutang di PT Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat berperan, karena persentasenya berada diantara 76 – 100 %..

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the extent to which the Effectiveness Analysis of the Internal Audit of Receivables at PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu. The analytical method used in this research is descriptive analysis method. Answer Percentage obtained through scoring. The results of respondents' answers can say that the implementation of internal audit on the occurrence of all indicators is effective, and the effectiveness of internal audit on activities at PT Raflesindo Surya Mandiri is very important, the percentage is between 76- 100%.

PENDAHULUAN

Peran audit internal pada saat ini sangat diperlukan demi memaksimalkan operasional perusahaan. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, audit internal berfungsi melaksanakan tugas pimpinan untuk melakukan penilaian secara independen dan profesional untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi, guna menunjang keefektifan dalam pengendalian internal perusahaan.

Untuk menunjang keefektifan suatu pengendalian internal maka salah satu unsur yang penting adalah adanya suatu bagian dalam perusahaan yang bertugas menilai kelayakan dan keefektifan pengendalian internal yang ada dan menilai kualitas kegiatan yang telah dijalankan perusahaan.

Namun, untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan banyak faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah masalah internal perusahaan yang berhubungan dengan penjualan. Penjualan merupakan unsur utama dalam memperbesar laba disamping unsur-unsur utama dalam memperbesar pendapatan sewa, pendapatan bunga, dan lain sebagainya.

Penjualan yang tidak segera menghasilkan penerimaan kas, akan menimbulkan piutang. Bagi banyak perusahaan, piutang merupakan suatu pos yang penting karena merupakan bagian aktiva lancar perusahaan dan dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan. Piutang timbul karena adanya penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara kredit.

LANDASAN TEORI

Pengertian Audit

Pengertian audit berdasarkan Jusup (2014:11) merupakan suatu proses sistematis buat menerima & mengevaluasi bukti yg herbi asersi mengenai tindakan-tindakan & peristiwa-peristiwa ekonomi secara objektif buat memilih taraf kesesuaian antara asersi tadi menggunakan kriteria yg sudah ditetapkan & mengkomunikasikan hasilnya pada pihak-pihak yg berkepentingan.

Mulyadi (2016:8) audit merupakan proses sistematis buat memperoleh & mengevaluasi bukti secara objektif tentang pernyataan mengenai aktivitas ekonomi, menggunakan tujuan buat tetapkan taraf

kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tadi menggunakan kriteria yg ditetapkan, dan membicarakan output-output pada pemakai yg berkepentingan

Jenis-Jenis Audit

Mulyadi (2014:30-32) berkata bahwa menggolongkan audit sebagai 3 jenis yaitu audit laporan keuangan, audit kepatuhan, & audit operasional, yakni:

- a. Audit laporan keuangan (*Financial Statement Audit*)
- b. Audit Kepatuhan (*Compliance Audit*)
- c. Audit Operasional (*Operational Audit*)

Audit Internal

Sawyers (2015:10) pengertian audit internal merupakan:

- a. Kabar keuangan & operasi sudah seksama & bisa diandalkan.
- b. Risiko yg dihadapi perusahaan sudah diidentifikasi & diminimalisasi.
- c. Peraturan eksternal dan kebijakan & mekanisme internal yg sanggup diterima sudah diikuti
- d. Kriteria operasi yg memuaskan sudah dipenuhi.
- e. Sumber daya sudah dipakai secara efisien & ekonomis
- f. Tujuan organisasi sudah dicapai secara efektif seluruh dilakukan menggunakan tujuan buat konsultan menggunakan manajemen & membantu menjalankan tanggung jawabnya secara efektif.

Sukrisno (2014:221) berkata bahwa audit internal merupakan Internal audit merupakan inspeksi yg dilakukan sang bagian internal audit perusahaan, baik terhadap laporan keuangan & catatan akuntansi perusahaan, baik terhadap laporan keuangan & catatan akuntansi perusahaan, juga ketaatan terhadap kebijakan manajemen zenit yg sudah dipengaruhi & ketaatan terhadap peraturan pemerintah & ketentuan-ketentuan berdasarkan ikatan profesi yg berlaku.

Peranan Audit Internal

Tugiman (pada Pharamitha, 2016:25) kiprah audit internal digolongkan pada 3 (3) jenis, yaitu:

- a. *Watchdog* (penjaga)
- b. Konsultan
- c. Katalis

Hiro Tugiman (2014:53) aplikasi tugas audit internal menjadi berikut:

1. Perencanaan audit.
2. Pengujian & pengevaluasian kabar
3. Menyampaikan output inspeksi.
4. Tindak lanjut output inspeksi.

Pengertian Efektivitas

Bayangkara (2015:14) Efektivitas yaitu taraf keberhasilan suatu perusahaan buat mencapai tujuannya. Efektivitas adalah berukuran berdasarkan outputnya. Menurut Kosasih (pada Agoes (2014:179), efektivitas diartikan menjadi perbandingan masukan-keluaran pada aneka macam aktivitas, hingga menggunakan pencapaian tujuan yg ditetapkan, dipandang berdasarkan kualitas (volume) output kerja, kualitas output kerja juga batas ketika yg ditargetkan.

Beni (2016:69) berkata bahwa efektivitas merupakan interaksi antara hasil & tujuan atau bisa pula dikatakan adalah berukuran seberapa jauh taraf hasil, kebijakan & mekanisme berdasarkan organisasi.

Penjualan

Moekijat (2013:488) menyebutkan penjualan merupakan suatu aktivitas yg bertujuan buat mencari pembeli, menghipnotis dan menaruh petunjuk supaya pembeli bisa menyesuaikan kebutuhannya menggunakan produksi yg ditawarkan dan mengadakan perjanjian tentang harga yg menguntungkan buat ke 2 belah pihak.

Wijaya.T (2012:92) berkata bahwa penjualan merupakan sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yg dikirim pelanggan buat imbalan kas suatu kewajiban buat membayar. Menurut Arens (2015:462) menyatakan bahwa penjualan adalah proses yg dibutuhkan buat mengalihkan kepemilikan atas barang & jasa yg sudah tersedia buat dijual pada pelanggan.

Piutang

Menurut PSAK 55 (2015) Pinjaman yg diberikan & piutang merupakan aset keuangan nonderatif menggunakan pembayaran permanen atau sudah dipengaruhi & nir memiliki kuota pada pasar aktif.

Hery (2017:150) berkata bahwa piutang mengacu dalam sejumlah tagihan yg akan diterima sang perusahaan (biasanya pada bentuk kas) berdasarkan pihak lain, baik menjadi dampak penyerahan barang & jasa secara kredit (buat piutang pelanggan yg terdiri atas piutang bisnis & memungkinkan piutang wesel) menaruh pinjaman (buat piutang karyawan, piutang debitor & piutang bunga), juga menjadi dampak kelebihan pembayaran pada pihak lain (buat piutang pajak).

Kalsifikasi piutang secara generik berdasarkan Hery (2017:203) merupakan menjadi berikut:

- a. Piutang Usaha (*Account Receivable*)
- b. Piutang Wesel (*Notes Receivable*)
- c. Piutang Lain-Lain

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai merupakan naratif Kualitatif. ugiyono (2016:9) metode naratif kualitatif merupakan metode penelitian yang menurut dalam filsafat postpositivisme dipakai buat meneliti dalam syarat objek yang alamiah (menjadi lawannya merupakan eksperimen) dimana peneliti merupakan menjadi instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan output penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Sampel dalam penelitian ini sebesar 30 orang dalam karyawan PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu. Metode analisis yang dipakai pada penelitian ini merupakan metode analisis naratif Kualitatif.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan cara menghitung persentase yang memperlihatkan berapa akbar peranan audit internal pada menunjang efektivitas pengendalian internal penjualan dan penagihan piutang, Akbar et al (pada Yori, 2017:54). Untuk menghitung persentase tadi dipakai perhitungan:

Dari output persentase jawaban yang diperoleh melalui skoring, dideskripsikan menggunakan menurut kriteria evaluasi menjadi berikut :

1. 0,00-0,25 = No association or low association (weak association)
2. 0,26-0,50 = moderately low association (moderately association)
3. 0,51- 0,75 = moderately high association (moderately strong association)
4. 0,76-1,00 =high association (strong association) up to perfect association
5. Penilaian Efektifitas Audit Internal Terhadap Penjualan dan Piutang

Sumber: Akbar Pribowo pada Yori, (2017:54)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari output perolehan persentase jawaban responden Efektifitas Audit Internal pada Penjualan dan Piutang bisa disimpulkan bahwa aplikasi audit internal berdasarkan seluruh indikator sangatlah efektif, dan efektivitas audit internal terhadap piutang pada PT Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat berperan, lantaran persentasenya berada diantara 76 - 100 %. Tingkat keefektifan ini sebanyak 81%.

Hasil perolehan persentase jawaban responden bisa disimpulkan bahwa aplikasi audit internal didalam evaluasi penjualan berdasarkan seluruh indikator sangatlah efektif, dan efektivitas audit internal terhadap penjualan PT Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat berperan, lantaran persentasenya berada diantara 76 - 100%. Tingkat keefektifan ini sebanyak 85%.

Hasil perolehan persentase jawaban responden bisa disimpulkan bahwa aplikasi audit internal didalam evaluasi piutang berdasarkan seluruh indikator sangatlah efektif, dan efektivitas audit internal terhadap piutang pada PT Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat berperan, lantaran persentasenya berada diantara 76- 100 %. Tingkat keefektifan ini sebanyak 85%. Dari output efektifitas audit internal pada pada menunjang keberhasilan penjualan & piutang perusahaan PT Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu telah berhasil pada mencapai tujuan perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil berdasarkan efektivitas audit internal pada penjualan dan piutang pada PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu dalam seluruh indikator sangat efektif, menggunakan presentase 81%, berada dalam score 76-100%.
2. Hasil berdasarkan efektivitas audit internal pada penjualan pada PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat efektif menggunakan presentase 85%, berada dalam score 76-100%.
3. Hasil berdasarkan efektivitas audit internal pada piutang pada PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu sangat efektif menggunakan presentase 85%, berada dalam score 76-100%.

Saran

1. Untuk mempertinggi output yang lebih efektivitas pada audit internal penjualan dan piutang pada PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu wajib berkalaborasi menggunakan sistem kemampuan auditor eksternal guna mempertinggi ilmu akuntansi dan audit, lantaran ilmu tadi selalu berkembang berdasarkan ketika ke ketika.
2. Audit internal dalam PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu wajib memiliki komitmen yang bertenaga pada melakukan tanggung jawabnya menjadi auditor pada mengurangi resiko dan kesalahan yang terjadi berdasarkan output inspeksi.
3. Untuk peneliti selanjutnya tentang efektifitas sistem pengendalian internal pada penjualan dan piutang dalam PT. Raflesindo Surya Mandiri Bengkulu wajib lebih menguasai materi pada mengukur faktor-faktor yang menghipnotis efektivitas pengendalian audit internal, dan mencoba variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar et al. 2017. Relevansi Fraud Triangle dalam Bank Syariah, Syariah Paper Accounting SNA XX, Jember, 2017, UIN Raden Patah Palembang.
- Andree Wijaya., Suhaji. 2012. Pengaruh Kemampuan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan.
- Bayangkara, IBK. 2015. Audit Manajemen: Prosedur dan Implementasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. 2013. Akuntansi Dasar 1 dan 2. Jakarta: PT.Grasindo.
- Al Haryono Jusup. 2014. Auditing (Pengauditan Berbasis ISA). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN.
- Kosasih, E. (2014) Strategi Belajar dan Pembelajaran Implementasi Kurikulum 2013. Bandung: Yrama Widya
- Moekijat. 2012. Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja, Edisi Revisi, CV. Pioner Jaya, Bandung.
- Mulyadi. 2013. Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Sawyer, B.Lawrence, et al. 2015. Internal Auditing Sawyers, 6th edition.Florida Institute of Internal Auditors.
- Sukrisno Agoes. 2014. Akuntansi Perpajakan, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Tugiman, Hiro. 2014. Pandangan Baru Internal Auditing. Yogyakarta: Kanisius.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2015. PSAK 55 (Revisi 2014) : Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran. Jakarta: IAI.

SWOT Analysis In Improving Consumers In Lazada Indonesia E-Commerce

Analisis Swot Dalam Meningkatkan Konsumen Pada E-Commerce Lazada Indonesia

Cici Winda Atila¹, Minta Ito Lubis², Nurbaiti³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹ciciwinda17@gmail.com, ²mintaalubis10@gmail.com, ³nurbaiti@uinsu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2021]

Revised [1 Desember 2021]

Accepted [25 Desember 2021]

KEYWORDS

Lazada Indonesia, e-commerce, SWOT Analysis

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa sistem e-commerce pada marketplace terbesar di Indonesia. Sample dalam penelitian ini adalah lazada Indonesia. Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian yang dilakukan meliputi analisis SWOT pada perusahaan lazada Indonesia. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan lazada Indonesia bisa menjadi sebagai perusahaan belanja online terbesar di Indonesia, dengan kelebihan yang dimiliki seperti lengkapnya produk-produk yang dijual, gratis ongkir yang disediakan dan mudahnya berbelanja di Lazada Indonesia. Tetapi lazada juga masih memiliki kelemahan mengenai keamanan sistem dan banyaknya kasus penipuan yang melibatkan konsumen. Tujuan lazada adalah menjadi perusahaan belanja online yang paling diminati dan terkenal di Indonesia dan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen dalam kebutuhan dengan berbelanja.

ABSTRACT

This study aims to analyze the e-commerce system in the largest marketplace in Indonesia. The sample in this study is Lazada Indonesia. The research used is a qualitative method. The research conducted includes a SWOT analysis on the Lazada Indonesia company. The results of the analysis of this study show that Lazada Indonesia can become the largest online shopping company in Indonesia, with advantages such as complete products sold, free shipping provided and easy shopping at Lazada Indonesia. But lazada also still has weaknesses regarding system security and the many cases of fraud involving consumers. Lazada's goal is to become the most popular and well-known online shopping company in Indonesia and provide the best service for consumers in their shopping needs.

PENDAHULUAN

Internet merupakan sebuah jaringan komunikasi secara global dan terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan computer melalui sambungan telephone umum maupun pribadi (pemerintah maupun swasta) di seluruh dunia. Pengertian lain menyebutkan Internet sebagai jaringan alam yang sangat luas. (Sibero, 2011). Dengan adanya internet yang berkembang pesat saat ini memberikan pengaruh besar dan kemudahan untuk melakukan kegiatan dalam berbagai aspek kehidupan, berbagai manfaat dan kemudahan dengan adanya internet saat ini yang digunakan sebagai sarana sambungan selular, pengiriman dan penerimaan pesan, untuk akses mendapatkan informasi, pengetahuan dan edukasi, bisa mendapatkan tempat dan alamat atau ingin mencari keberadaan lokasi di setiap tempat di dunia, memberi berbagai macam akses hiburan seperti melihat video, nonton film, mendengarkan musik, bermain game online dan memberi kemudahan pada dunia bisnis, melakukan kegiatan jual-beli dan transaksi dikenal dengan istilah eletronic commerce atau e-commerce, internet bisa menjadi tempat mengiklankan dan menjual barang atau jasa.

Penggunaan teknologi dapat membuat semua pekerjaan atau kegiatan berjalan dengan lancar, dapat menimbulkan efek yang jauh lebih mudah dan membuat semua kegiatan atau pekerjaan menjadi lebih mudah, terarah, lebih konsisten, lebih jelas, lebih efektif, lebih efisien dan lebih murah. Peran dan manfaat penggunaan media teknologi informasi terutama dalam hal penggunaan e-commerce dalam setiap kegiatan atau proses bisnis juga menjadi semakin baik. Hal ini ditunjukkan karena adanya keaktifan, produktivitas, serta kepercayaan perusahaan-perusahaan besar untuk menggunakan dan mengoperasikan internet sebagai media dan sarana pemasaran produk-produknya (Magdalena, 2017).

E-commerce adalah segala aktivitas jual beli produk-produk yang dilakukan melalui kecanggihan elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dan dari perusahaan ke perusahaan melalui transaksi elektronik. (Laudon dan laudon, 1998). Pertukaran barang, pelayanan dan informasi dilakukan secara elektronik. Perkembangan bisnis online di Indonesia sangat bagus, dilihat dari banyaknya ketertarikan masyarakat menggunakan internet di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya. Internet sudah menjadi bagian penting bagi kehidupan sebagian besar penduduk di seluruh dunia.

Berdasarkan data internetworldstat, jumlah yang menggunakan internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan jumlah yang telah disebutkan Indonesia berada di posisi ketiga terbanyak di Asia. Bisnis e-commerce di Indonesia semakin menjanjikan, terlihat dari selama pandemi covid-19 para pengguna internet memutuskan untuk belanja melalui online untuk mengurangi kegiatan diluar rumah dan mengurangi bertemu banyak orang sehingga banyak para pengguna internet memutuskan untuk berbelanja online selain menawarkan kemudahan berbelanja, hemat waktu, pilihan produk yang lebih beragam, banyaknya diskon atau potongan harga dan juga kemudahan melakukan pembayaran. Hal ini sangat efektif dilakukan karena cukup praktis, tidak membuang banyak waktu karena bisa memanfaatkan untuk melakukan pekerjaan atau kegiatan yang lebih bermanfaat. Data yang didapat oleh Kementerian Koperasi dan UKM mencatat peningkatan belanja online yang sudah berjalan di Indonesia sebanyak 26 persen atau mencapai jumlah 3,1 juta transaksi selama masa pandemi covid 19. Terlihat dari perubahan pola kehidupan dan perilaku masyarakat yang hobi berbelanja secara online untuk memenuhi selera dan keinginan yang menjadi kebutuhan mereka. "Pertumbuhan e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, tercatat transaksi naik 26 persen atau setara dengan 3,1 juta selama pandemi covid 19" kata Asisten Deputi Kementerian Koperasi dan UKM, Sutarmo dalam virtual press conference yang dilakukan di Youtube HypefastHBBL2021, pada hari Kamis (15/4).

Menurut Sutarmo, memang banyak para pengguna internet atau konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja melalui online kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Berbelanja online sangat diminati banyak pengguna internet saat ini terlihat dari pertumbuhan e-commerce di Indonesia setiap tahunnya, dan tersedia banyak aplikasi e-commerce di Indonesia yang populer salah satunya adalah Lazada Indonesia perusahaan industri e-commerce terkenal di Asia Tenggara terhitung telah berusia 8 tahun di tahun 2020 ini. Lazada memiliki komitmen dari awal berdiri memiliki tujuan membantu dalam membangun pertumbuhan e-commerce bisnis kecil dan menengah. Lazada hadir memberikan kemudahan melakukan transaksi jual beli, melayani konsumen pengguna internet sebanyak lima ratus kota dan kabupaten di Indonesia. Lazada Indonesia didirikan pada tahun 2012 hingga saat ini berkembang pesat di sisi logistik memiliki kapasitas LEL (Lazada eLogistics) dan LEX (LEL Express) merupakan pengiriman muatan besar melalui darat, laut dan udara dengan jarak tempuh antar kota hingga antar provinsi terbaik di Asia Tenggara, gudang utama sebanyak 12, telah bekerja sama dengan kurir dan mitra pengiriman barang logistic berjumlah 8000 lebih kurir yang bertujuan untuk memastikan barang yang menjadi kebutuhan konsumen sampai dengan aman dan tepat waktu, teknologi dan sumber daya manusia.

Untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai segala produk bisa di akses melalui website Lazada Indonesia yaitu Lazada.co.id. Lazada merupakan pelopor e-commerce dengan pertumbuhan tercepat di dunia dari beberapa pengalaman berbelanja online karena lazada merupakan e-commerce yang cepat, aman dan nyaman di beberapa Negara. Lazada memprioritaskan untuk menciptakan kesan yang baik dan menciptakan pengalaman belanja online yang membuat pelanggan merasa puas untuk setiap pelanggan di Indonesia. Perkembangan perusahaan Lazada terlihat dari sejumlah rekor yang diraih lazada sebagai platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara sepanjang tahun 2008, tercatat selama festival 12.12 total penjualan dari gabungan ke enam Negara yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, Philipina, Vietnam dan Indonesia mencatat 30 kali lipat lebih tinggi dari hari biasa yang dihasilkan oleh perusahaan Lazada milik Alibaba Group. Selain itu, jumlah para pengguna aplikasi yang melakukan kunjungan ke situs Lazada mencapai lebih dari 1,3 miliar setiap harinya dan juga melakukan pengiriman pesanan lebih dari satu juta paket setiap harinya. Berdasarkan riset SnapCart 2021 Lazada termasuk ke lima besar e-commerce di tanah air dan persaingan yang cukup besar.

Penelitian yang berjudul "E-commerce Indonesia 2014 Omnibus Popular Brand Index" yang dilakukan oleh Nusa Research, menurut penelitian tersebut lazada merupakan website Alexa.com, lazada saat ini menempati urutan ke 11 sebagai aplikasi yang paling sering dikunjungi. Dari urutan websiter tersebut menjadikan posisi Lazada di urutan pertama sebagai situs toko online yang paling sering dikunjungi (Nasrullah, 2015). Lazada selalu hadir dengan pelayanan yang aman, nyaman dan cepat menggunakan teknik pembayaran terbaik. Kelengkapan dan kenyamanan yang diberikan, adanya jaminan untuk melakukan pengembalian barang jika tidak sesuai atau ada kesalahan dari barang yang dibeli, tersedianya pelayanan untuk konsumen selama 24 jam dan berbagai jenis promo terbaik diberikan kepada pengguna aplikasi e-business Lzada seperti gratis biaya pengiriman atau disebut dengan kata ongkir, cashback, voucher diskon. Sehingga Lazada diminati banyak konsumen sebagai salah satu e-commerce dan aplikasi belanja online yang memuaskan. Tak hanya itu Lazada juga menyediakan berbagai macam bahkan jutaan produk yang selalu mengalami pembaharuan atau update setiap saat.

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah penulis melakukan penelitian pada perusahaan Lazada Indonesia untuk mengetahui bagaimana meningkatkan konsumen melalui faktor eksternal dan faktor internal menggunakan teknik analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

bersumber dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki perusahaan e-commerce Lazada bertujuan mengetahui kedudukan dan peningkatan perusahaan (Rangkuti 2013). Penggunaan teknik analisis SWOT yang dilakukan memiliki dampak yang baik karena kemudahan dalam mencapai visi misi perusahaan, jalan keluar dan penyelesaian saat menemukan masalah, lewat kekuatan (Strengths), mendapatkan dan mengambil keuntungan dari peluang (Opportunities), bagaimana mengatasi masalah kelemahan (Weaknesses) yang dapat menghambat, dan cara bagaimana kekuatan (Strengths) dapat menghadapi sebuah ancaman, dan cara mengatasi kelemahan (Weaknesses) yang mampu memberikan dan menciptakan ancaman (Threats). (Barrella, 2012).

LANDASAN TEORI

E-commerce

E-commerce adalah satu set teknologi, suatu aplikasi dengan proses bisnis yang berhubungan Dengan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu dengan melakukan transaksi elektronik dan jual beli barang, pelayanan dan informasi secara elektronik.

Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) PADA 24 november 2019. Menurut Peraturan Pemerintah tersebut, PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah e-commerce. PP PMSE mengatur pokok-pokok transaksi e-commerce baik dari dalam maupun luar negeri, mencakup pelaku usaha, perizinan, dan pembayaran.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu teknik atau metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats dalam suatu proyek atau bisnis usaha. Melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan tersebut. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500 (Levy, 2016).

SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strateg dalam pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. (Freddy Rangkuti, 2015).

METODE PENELITIAN

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang penelitiannya bersifat deskriptif dan lebih menggunakan analisis. Kualitatif menggambarkan fakta atau fenomena penelitian sebagaimana adanya. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pada e-commerce lazada, selain itu analisis SWOT juga digunakan dalam penelitian untuk memberikan analisa-analisa secara mendalam dari e-commerce lazada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

lazada merupakan salah satu marketplace belanja online yang paling terkenal di Indonesia dengan memberikan pelayanan terbaik kepada customer. Lazada juga memberikan inspirasi berbelanja dan memberikan pengalaman yang baik kepada customer dalam memilih-milih produk.

Analisis SWOT dalam e-commerce Lazada Indonesia yaitu :

Kekurangan (Weaknesses)

karena banyak marketplace yang lain bersaing menggunakan iklan produk sebagai promo dan jasa yang sama, sehingga muncul persaingan. Disamping itu ada banyak kekurangan lain, diantara yaitu:

- Banyak terjadi penipuan produk yang dijual
Penipuan yang sering terjadi adalah produk yang dikirim berbeda dengan yang di gambar. Terkadang barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Dengan begitu konsumen merasa kecewa dan tidak berbelanja lagi di Lazada.
- Konfirmasi pembayaran yang lama
Pembeli tentu ingin mendapatkan kepastian dalam berbelanja. Konfirmasi pembayaran yang diterima lazada , sehingga membuat khawatir konsumen karna ketidakpastian dikarenakan konsumen sudah

melakukan pembayaran.

- Transaksi COD yang terbatas

Lazada memberikan fasilitas cash on delivery (COD) dengan begitu memudahkan bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Namun COD yang diberikan tidak bisa digunakan di beberapa kota di Indonesia.

Kekuatan (Strengths)

- Banyak produk yang tersedia
Lazada merupakan salah satu marketplace yang memiliki fitur sehingga kita bisa belanja dengan banyak berbagai pilihan produk. Dengan adanya lazada konsumen bisa memenuhi kebutuhan dengan berbelanja melalui lazada.
- Transaksi pembayaran dilakukan dengan cepat dan gampang.
Lazada memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran ada berbagai pilihan pembayaran yang bisa dipilih konsumen. Lazada juga menyediakan cash on delivery (COD) untuk memudahkan konsumen dengan begitu dapat berbelanja dengan mudah dan cepat.
- Bebas Biaya Kirim
Namun, tentu ada syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum kamu bisa menerapkan sistem satu ongkir ini. Lazada memberikan servis terintegrasi untuk menggratiskan biaya kirim dengan ketentuan daerah yang ditentukan. Namun, tentu ada syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum customer bisa menerapkan sistem satu ongkir ini.
- Banyak Potongan Harga
Lazada memahami apa keinginan konsumen karena sering memberikan diskon-diskon menarik pada produk. Potongan harga yang diberikan dimulai dari 5% sampai dengan 70%. Dengan begitu customer sangat bersemangat untuk berbelanja di lazada.
- Pengangkutan Barang Cepat
konsumen sangat berharap barang yang telah dibeli cepat dikirimkan, tanpa kerusakan atau cacat. Karena itu, Lazada mengetahui benar keperluan customer, hingga mengirimkan barang secara cepat setelah pembayaran diterima.

Peluang (Opportunities)

Lazada memiliki kesempatan yang sangat bagus, karena lazada memiliki kesempatan peluang yang begitu besar dalam bisnis di e commerce.

Adapun kesempatan yang lain ialah :

- Lazada mempunyai banyak konsumen setia, rerata saat yang dihabiskan pengunjung untuk berkunjung web ini ialah sekitaran 7 menit, benar-benar SEO (Search Engine Optimization) yang lumayan tinggi, bahkan juga bukan mustahil lazada akan sekeras amazon.
- Semakin berkembangnya sosial media seperti facebook, twitter, instagram, line, dan lain-lain. Sehingga ini menjadi peluang bagi lazada dalam memperkenalkan situs belanja agar semakin banyak konsumen untuk berbelanja di Lazada..
- Pemakaian website makin banyak digunakan sehingga semakin banyak masyarakat menggunakan situs berbelanja untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan begitu lazada berkesempatan mendapatkan konsumen dari situs website lazada.

Ancaman (Threats)

Lazada tentunya mempunyai ancaman yang bakal ditemui nantinya terhitung usaha online ini. Ancaman menjalankan bisnis online diantaranya :

- Banyaknya persaingan kompetitor yang sediakan service yang sama.
- Makin maraknya penipuan.
- Kompetisi harga, kualitas, kompetisi secara global.
- Ada pihak yang berkemungkinan melakukan plagiat dengan menggunakan e-commerce dari sisi wujud, pengembangan, atau langkah menjualnya.
- Persaingan e-commerce di dunia global makin luas.
- Penipuan (siber crime) yang mengatas namakan LAZADA.
- Banyak kasus perampokan data konsumen Lazada.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Memiliki beberapa kelebihan yang menjadikannya sebagai e-commerce terbesar di Indonesia. Kelebihan yang dimiliki juga meningkatkan daya tarik konsumen dengan banyaknya pilihan berbagai produk maupun pelayanan yang diberikan.

2. Perusahaan lazada Indonesia juga memiliki kelemahan dari keamanan sistem yang masih rentan terhadap penipuan online. Terkadang barang yang dikirimkan tidak sama dengan yang digambar atau ditampilkan.
3. Dengan peluang yang ada lazada Indonesia dapat menghasilkan produk yang baru yang banyak diminati konsumen, sehingga produk yang dijual bagus dan konsumen senang dan puas setelah berbelanja di Lazada dan akan banyak yang membeli produk tersebut.
4. Kekhawatiran terhadap kejadian yang sangat merugikan seperti pembuatan website palsu, terjadinya persaingan-persaingan antara lain seperti persaingan harga, kualitas, persaingan secara besar/global, tidak adanya jaminan terhadap transaksi e-commerce yang dikatakan terbebas dari upaya perusakan/pemanipulasian data dan tentu akan merugikan dan berdampak pada berkembangnya aktivitas ekonomi..

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra & Dadang Hermawan. (2013). E-Business & E-commerce. Yogyakarta : Andi Offset
- Ariesekaputra. (2017). Tugas E-Commerce 5 Analisis SWOT Perusahaan yang Menerapkan E-Commerce. <https://arisekaputra.wordpress.com>. (Diakses Tanggal 8 November 2021)
- Budhi, Galih Setiyo. (2016). Analisis sistem E-commerce pada Perusahaan jual-beli Online Lazada Indonesia. Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO). pp. 78-82
- Reza, Faisal. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id. jurnal Kajian Komunikasi. pp 64-74
- Ront, Grant. (2021). Strategi Lazada Dalam Memenangkan Persaingan E-commerce. <http://barteritononline.com>. (Diakses Tanggal 10 November 2021)
- Setyaningsih, Eny. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-commerce) Lazada Di Mojokerto. <http://ejurnal.unim.ac.id/> (Diakses Tanggal 10 November 2021)
- Shabrina, Nurul. (2020). Analisis SWOT untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen di Lazada Express Padang. Jurnal Matua. 2(4), 393-410
- Zaini, Muhammad (2017). Analisis Strategi Pemasaran Melalui E-commerce. <http://elibrary.almaata.ac.id/1684/> (Diakses Tanggal 8.November)

The Relationship between Promotion and Purchase Decision at the Juragan Mode Shop Bengkulu

Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Pada Toko Juragan Mode Bengkulu

Amrullah

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: amrulbkl@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [27 Desember 2021]

KEYWORDS

Promotions, Purchasing
Decisions

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Dari analisis distribusi rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa promosi berada pada interval kelas / range 3,41 – 4,20 (baik), sedangkan keputusan pembelian berada pada interval kelas / range 3,41 – 4,20 (baik). Nilai koefisien korelasi $\rho(p) = 0,69$ menunjukkan adanya hubungan yang kuat (erat) antara variabel X (promosi) dengan variabel Y (keputusan pembelian). Untuk pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} = 0,69$ dan $t_{tabel} = 0,648$. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,69 > 0,648$), ini berarti menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan (kuat/erat) antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between promotions and purchasing decisions at juragan mode shop Bengkulu. The analytical methods used in this research are Qualitative analysis and quantitative analysis. From the analysis of the distribution of the average respondents' answers, it shows that the promotion is in the class interval / range 3.41 - 4.20 (good), while purchasing decisions are in the class interval / range 3.41 - 4.20 (good). The value of the correlation coefficient $\rho(p) = 0.69$ indicates a strong (close) relationship between the X variable (promotion) and the Y variable (purchase decision). For hypothesis testing, the value of count = 0.69 and table = 0.648. The value of count is greater than table ($0.69 > 0.648$), this means that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that there is a positive and significant relationship (strong/close) between promotions and purchasing decisions at juragan mode shop Bengkulu.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang diantaranya yaitu perkembangan dibidang pakaian. Perkembangan di bidang pakaian inilah yang mengakibatkan munculnya toko-toko yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam dalam bidang fashion. Setiap perusahaan, apakah itu perusahaan jasa atau perusahaan manufaktur selalu ingin mempertahankan bahkan mengembangkan perusahaannya dengan berbagai cara. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan. Sebuah perusahaan dikatakan akan berhasil menjalankan fungsinya apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin.

Perubahan dan perkembangan dari kemajuan teknologi terutama teknologi informasi menjadikan dunia usaha pada saat ini semakin tajam. Perubahan dan perkembangan teknologi informasi tersebut membawa dampak pada minat dan keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Sebelum membeli suatu produk, umumnya konsumen melakukan evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan sendiri merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian konsumen, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian. Berbagai alternatif pilihan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, membuat masyarakat lebih bijak dan leluasa dalam menentukan pilihan pada produk dan jasa yang dianggapnya lebih bermutu dan berkualitas. Dengan demikian terjadi pula persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa yang sama.

Promosi merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh toko untuk berkomunikasi dengan calon konsumen, yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa yang dihasilkan. Promosi mempunyai peranan penting dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada masyarakat (konsumen).

Ketatnya situasi persaingan usaha, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen membuat pemasar harus menerapkan komunikasi pemasaran terpadu. Kondisi tersebut menyebabkan pemasar harus selektif di dalam memilih strategi promosi agar perusahaan dapat menentukan tindakan yang strategis sehingga perusahaan dapat memaksimalkan volume penjualan agar tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal dapat tercapai.

Juragan Mode Bengkulu tetap berusaha untuk meningkatkan eksistensinya dengan melakukan berbagai macam strategi untuk mempromosikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan, baik melalui media massa maupun media elektronik demi untuk menarik minat konsumen (toko atau retail) agar mereka dapat membeli dan memakai produk yang ditawarkan. Beberapa promosi yang telah dilakukan oleh Juragan Mode Bengkulu adalah: melalui iklan, pemberian potongan harga dan lain sebagainya. Dari promosi yang ditawarkan oleh perusahaan ini, nantinya diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi pemilik toko untuk dapat melakukan keputusan pembelian terhadap produk Juragan Mode Bengkulu.

LANDASAN TEORI

Promosi

Banyak orang menganggap bahwa promosi dan pemasaran mempunyai pengertian yang sama, dimana sebenarnya promosi hanya merupakan salah satu bagian dari kegiatan pemasaran. Walaupun promosi sering dihubungkan dengan penjualan tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang lebih luas dari penjualan karena penjualan hanya berhubungan dengan pertukaran hak milik yang dilakukan oleh tenaga penjual, sedangkan promosi adalah setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Pengertian promosi yang dikemukakan oleh Philip Kotler adalah sebagai berikut :

"Promotion encompasses all the tools in the marketing mix whose mayor is persuasive communication"(Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016).

Promotion Mix

Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promo yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Menurut Buchari Alma (2016:182), mengatakan bauran promosi (promotion mix) terdiri dari lima perangkat utama, yaitu:

Advertising

Merupakan semua penyajian nonpersonal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar. Advertising menyampaikan pesan-pesan penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara yang persuasif yang bertujuan menjual barang, jasa atau ide.

Sebagai media dari advertising ialah surat kabar, majalah, surat (direct mail), TV, radio, bioskop, papan reklame, car cards, lampu-lampu, katalog buku, telepon dan sebagainya. Pemilihan media advertising yang akan digunakan, akan tergantung kepada:

- a. Daerah yang akan dituju
- b. Konsumen yang diharapkan
- c. Appeal (daya tarik) yang digunakan oleh media-media tersebut
- d. Fasilitas yang diberikan oleh media-media tersebut dalam hal biaya.

Tipe advertising terdiri dari:

1. Price advertising, yaitu yang menonjolkan harga menarik.
2. Brand advertising yang memberikan impressi tentang nama brand kepada pembaca atau pendengarannya.
3. Quality advertising yang mencoba menciptakan impressi bahwa produk yang direklamekan mempunyai mutu yang tinggi.
4. Product advertising berusaha mempengaruhi konsumen dengan faedah-faedah dari pemakaian suatu produk.
5. Institutional advertising yaitu menonjolkan nama perusahaan dengan harapan agar konsumen mempunyai kesan mendalam tentang nama perusahaan tersebut, sehingga ini merupakan jaminan mutu seperti: Bayer jaminan mutu.
6. Prestige advertising yang berusaha memberikan fashion pada suatu produk atau mendorong masyarakat mengasosiasikan produk tersebut dengan kekayaan atau kedudukan. Seperti orang-orang penting dunia memakai arloji Rolex.

Perilaku Pembeli

Perilaku pembeli adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang (Buchari Alma, 2016:96).

Dalam keseharian kehidupannya konsumen selalu berbelanja apa saja yang ia butuhkan, mulai dari komoditi yang sangat diperlukan sampai ke barang yang sebetulnya kurang diperlukan tapi di beli juga. Semua perilaku ini tentu ada yang mempengaruhinya, baik secara rasional ataupun emosional.

Para pembeli memiliki motif-motif pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Menurut Buchari Alma (2016:97) buying motives ada 3 macam :

1. Primary buying motive, yaitu motif untuk membeli yang sebenarnya misalnya, kalau orang mau makan ia akan mencari nasi.
2. Selective buying motive, yaitu pemilihan terhadap barang, ini berdasarkan ratio misalnya, apakah ada keuntungan bila membeli karcis. Seperti seseorang ingin pergi ke Jakarta cukup dengan membeli karcis kereta api kelas ekonomi, tidak perlu kelas eksekutif. Berdasarkan waktu misalnya membeli makanan dalam kaleng yang mudah di buka, agar lebih cepat. Berdasarkan emosi, seperti membeli sesuatu karena meniru orang lain. Jadi Selective dapat berbentuk Rational Buying Motive, Emotional Buying Motive atau Impulse (dorongan seketika)
3. Patronage buying motive. Ini adalah selective buying motive yang ditujukan kepada tempat atau toko tertentu. Pemilihan ini bisa timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, ada halaman parkir, orang-orang besar suka berbelanja ke situ dan sebagainya.

Kebiasaan membeli (*Buying habits*) maksudnya ialah waktu kapan seseorang suka membelanjakan uangnya. Orang Indonesia biasanya banyak berbelanja pada awal bulan karena selesai gaji. Juga pada akhir minggu bagi buruh mingguan. Dan pada saat-saat menghadapi lebaran, paling ramai orang berbelanja, akibatnya harga-harga naik. Gejala *Buying habits* berulang setiap tahun. Oleh sebab itu para pedagang sudah bersiap-siap jauh sebelumnya menghadapi saat *Buying habits* datang (Buchari Alma, 2016:97).

Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Buchari Alma (2016:97) keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen, dipengaruhi oleh banyak hal. Demikian pola konsumen-konsumen, terbentuk karena pengaruh lingkungan seperti:

1. Kebudayaan (*Culture*)
Kebudayaan sangat berpengaruh terhadap nilai- nilai dan pola perilaku seseorang anggota kebudayaan tertentu. Kebudayaan ini diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian selera seseorang individu akan mengikuti pola selera yang dilakukan oleh nenek moyangnya, misalnya terhadap perbedaan dalam makanan khas suku-suku bangsa di Indonesia.
2. Kelas sosial (*Social Class*)
Ini merupakan kelompok masyarakat yang mempunyai tingkat tertentu, yang memiliki nilai dan sikap yang berbeda dari kelompok tingkatan lain. Orang-orang dalam kelas sosial tertentu cenderung memiliki perilaku, kebiasaan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.
3. Keluarga (*Family*)
Keluarga adalah lingkungan terdekat dengan individu dan sangat mempengaruhi nilai-nilai serta perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang tertentu.
4. Klub-klub (Referensi group)
Klub-klub seperti ini adalah klub arisan ibu-ibu, klub olah raga, klub rekreasi, klub profesi, dan sebagainya. Individu ini sering menerima advice, pengarahan, pemikiran dari anggota kelompok ini yang mempengaruhi pola konsumsi mereka. Referensi group ini bisa merupakan group primer, sekunder atau pemberi aspirasi. Group primer adalah para anggota yang saling berkomunikasi satu sama lain. Group sekunder adalah organisasi yang tidak terlalu banyak berinteraksi tatap muka dengan individu, seperti organisasi serikat pekerja, organisasi keagamaan sebagainya yang membuat aturan atau kebiasaan tertentu. Group aspirasi adalah seseorang yang memberi aspirasi pada individu untuk membeli sesuatu.

Menurut Buchari Alma (2016:99) pola konsumsi akan mempunyai variasi yang berbeda diantara banyak keluarga, karena pola konsumsi keluarga ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

a. Umur

Sebuah keluarga baru yang belum mempunyai anak, mereka hanya memerlukan sedikit perabot rumah tangga. Kemudian mereka mempunyai 1 atau 2 anak kecil, kebutuhan mereka ialah pakaian

anak-anak dan mainan anak. meningkat umur anak maka meningkat pula kebutuhan akan pakaian lebih banyak, keperluan sekolah, apalagi bila anak-anaknya menginjak usia remaja.

b. Jenis kelamin

Dalam hal ini konsumen dibagi 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Tapi kenyataan jumlah wanita yang berbelanja jauh lebih banyak dari pria.

c. Jabatan pekerjaan

Mata pencaharian atau pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang akan sangat mempengaruhi pola konsumsinya. Misalnya seorang pegawai negeri rendah akan berbeda polanya dengan seorang pilot.

d. Suku dan kebangsaan

Jika kita perhatikan pada suatu negara dimana banyak hidup orang dari berbagai suku, maka apa yang diinginkan oleh masing-masing kelompok tidak sama. Polanya sangat dipengaruhi oleh kebiasaan nenek moyangnya. Seseorang keturunan Arab sangat berbeda pola makannya dengan seorang keturunan Cina.

e. Agama

Masing-masing agama mempunyai kebiasaan pola konsumsi dalam hal-hal tertentu. Agama Islam melarang makan babi, agama lain boleh. Agama Islam menghalalkan makan daging sapi, pada agama Hindu dilarang.

f. Jumlah pendapatan

Pendapatan yang berbeda akan membawa perbedaan pula dalam pola konsumsinya.

g. Pendidikan

Sebagai akibat adanya lembaga pendidikan tinggi, maka akan menghasilkan kelompok khusus dalam masyarakat seperti ada kelompok profesi ahli hukum, ahli ekonomi, Dokter dan sebagainya. Kelompok ini mempunyai kebiasaan membeli dan selera yang berbeda dengan orang yang tidak mengenyam pendidikan tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, maka faktor yang mempengaruhi pembelian dapat dikelompokkan berupa :

1. Social Factors, yaitu berupa grup-grup yang turut mempengaruhi, dimana seseorang masuk sebagai anggota, misalnya kelompok famili, teman, tetangga, teman sekerja, klub olahraga dan sebagainya.
2. Cultural Factors, yaitu faktor budaya yang begitu banyak kelompoknya, mulai dari kelompok negara, sampai kelompok etnis / suku memiliki budaya dan kebiasaan dan adat sendiri. Di negara kita ada budaya Sunda, Jawa, Minang, Batak, dan sebagainya masing-masing memiliki pola konsumsi dan barang kesenangan masing-masing.
3. Personal Factors, yang menyangkut masalah usia, pekerjaan, jabatan, keadaan ekonomi pribadi, gaya hidup, kepribadian.
4. Psychological Factors, yaitu menyangkut motivasi seseorang untuk membeli apakah mengikuti teori motivasi Maslow atau karena dorongan lainnya. Juga menyangkut masalah persepsi seseorang terhadap sesuatu.

Jika kita lihat pengambilan keputusan dan perilaku yang mempengaruhinya, maka ini merupakan suatu sistem. Apa yang dikatakan sistem dalam bahasa ilmiah ialah suatu totalitas atau suatu keseluruhan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam diri individu, ada masukan yang mendorong ia mau membeli. Menurut Buchari Alma (2016:102) masukan itu ialah:

- a. Adanya uang tunai, atau kemampuan membayar bila akan membeli secara kredit.
- b. Adanya pengaruh dari teman sejawat, atau keinginan dari dalam diri sendiri.
- c. Adanya pengaruh dari reklame atau alat promosi lainnya.
- d. Dan pengaruh dari lingkungan lainnya.

Kemudian individu mengadakan proses dalam dirinya, akhirnya melakukan pembelian dengan tujuan ingin memperoleh kepuasan dari barang yang dibelinya itu. Dari hasil kepuasan atau ketidak puasan terhadap yang di beli, akan menjadi balikan (Feedback) terhadap masukan-masukan untuk periode yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metode

Sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui hubungan promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu, maka jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional (correlational research). Suryabrata (2009:82) menjelaskan bahwa penelitian korelasional adalah Untuk

mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif.

a. Analisis Kualitatif

Analisa ini dilakukan dengan mendeskripsikan atau menjelaskan fakta penelitian berdasarkan ilmu pengetahuan yang bersumber dari literatur yang berlaku, karya ilmiah, dokumen-dokumen dan sumber data lainnya guna mendapatkan teori yang relevan dan mendukung analisa data.

b. Analisa Kuantitatif

Analisa kuantitatif adalah metode analisa yang didasarkan pada perhitungan dengan menggunakan metode statistik berikut ini :

1. Distribusi rata-rata

Analisis ini digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata variabel yang diteliti atas skor jawaban responden dengan range sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Bobot Tertinggi} - \text{Bobot Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga diperoleh interval masing-masing kelas adalah sebesar 0,80 (Sugiyono, 2008:70)

- a. 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik
 - b. 1,81 – 2,60 = Tidak Baik
 - c. 2,61 – 3,40 = Cukup Baik
 - d. 3,41 – 4,20 = Baik
 - e. 4,21 – 5,00 = Sangat Baik
2. Korelasi Spearman Rank (*Corelation Rank Spearman*)

Korelasi Spearman Rank digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel promosi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Adapun rumus Korelasi Spearman Rank (Sugiyono, 2008:356) yaitu :

$$\rho = 1 - \frac{6(\sum bi^2)}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

ρ = koefisien Korelasi Spearman Rank
 bi = beda urutan dalam suatu pasangan
 n = banyaknya pasangan

Jika $\rho = 1$ atau mendekati 1 berarti hubungan kedua variabel kuat/erat. Jika $\rho = 0$ atau mendekati 0 berarti kedua variabel tidak terdapat hubungan sama sekali atau hubungan kedua variabel rendah.

3. Uji Hipotesis

Untuk menginterpretasikan angka yang dihasilkan dari perhitungan Korelasi Spearman Rank maka nilai tersebut dibandingkan dengan tabel nilai-nilai ρ (Sugiyono, 2008:361). Pada penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% (pada *level of significantnya* 95%) dengan hipotesis yang digunakan yaitu :

Ho : Tidak terdapat hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

Ha : Terdapat hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

Dengan kriteria pengujian yaitu :

- Ho diterima dan Ha ditolak, apabila nilai harga ρ (hitung) $<$ ρ (tabel) berarti tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.
- Ho ditolak dan Ha diterima, apabila nilai harga ρ (hitung) $>$ ρ (tabel) berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu maka digunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Setelah data perbedaan antara nilai variabel X dan variabel Y masing-masing dihitung perbedaannya dan telah dikuadratkan maka dapat dihitung nilai ρ (koefisien korelasi sperman) sebagai berikut:

$$\text{Diketahui : } \sum bi^2 = 51,5$$

$$n = 10$$

Sehingga nilai ρ (koefisien korelasi sperman) dapat di hitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\rho = 1 - \frac{6(\sum bi^2)}{n(n^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{6(51,5)}{10(10^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{309}{309}$$

$$\rho = 1 - \frac{10(99)}{309}$$

$$\rho = 1 - \frac{990}{990}$$

$$\rho = 1 - 0,31$$

$$\rho = 0,69$$

Jadi nilai ρ (koefisien korelasi sperman) = 0,69

Hal ini dapat diberi arti dengan nilai interpretasi korelasi menurut tabel berikut ini :

Tabel 1. Interpretasi korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008:250)

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, nilai $\rho = 0,69$ artinya hubungan antara variabel promosi dengan keputusan pembelian adalah positif dan kuat, karena nilai ρ berada diantara interval 0,60 – 0,799.

1. Uji Hipotesis

Penentuan uji hipotesis dengan menginterpretasikan angka yang dihasilkan dari perhitungan Korelasi Spearman Rank maka nilai tersebut dibandingkan dengan tabel nilai-nilai ρ (Sugiyono, 2013:361). Pada penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% (pada level of significannya 95%) dengan hipotesis yang digunakan yaitu :

Ho : Tidak terdapat hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

Ha : Terdapat hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

Dengan kriteria pengujian yaitu :

- Ho diterima dan Ha ditolak, apabila nilai harga ρ (p) hitung < ρ (p) tabel berarti tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.
- Ho ditolak dan Ha diterima, apabila nilai harga ρ (p) hitung > ρ (p) tabel berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.

Dari hasil penelitian diketahui : $\rho_{\text{hitung}} = 0,69$

$$\rho_{\text{tabel}} = 0,648$$

$$n = 10$$

Karena nilai ρ (p) hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai ρ (p) tabel (terlampir) atau 0,69 >

0,648 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu, dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan (kuat atau erat) antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu, yaitu semakin tinggi promosi maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari analisis distribusi rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa promosi berada pada nilai rata-rata 4,14 atau pada interval kelas atau range 3,41 – 4,20 (Baik) dan keputusan pembelian berada pada nilai rata-rata 3,45 atau pada interval kelas atau range 3,41 – 4,20 (Baik).
2. Dari nilai koefisien korelasi diketahui bahwa variabel promosi mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi (ρ) sebesar 0,69 artinya promosi mempunyai hubungan yang kuat atau erat dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu.
3. Dari uji hipotesis diperoleh nilai ρ (ρ) hitung = 0,69 dan ρ (ρ) tabel = 0,648 jadi nilai ρ (ρ) hitung lebih besar dari ρ (ρ) tabel atau $0,69 > 0,648$. Ini berarti menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan (kuat atau erat) antara promosi dengan keputusan pembelian pada Juragan Mode Bengkulu..

Saran

1. Juragan Mode Bengkulu diharapkan dapat lebih meningkatkan kegiatan promosi sehingga keputusan pembelian toko terhadap produk yang ditawarkan dapat menjadi lebih baik lagi.
2. Sebelum menetapkan berbagai macam promosi yang akan ditawarkan hendaklah Juragan Mode Bengkulu terlebih dahulu mencari informasi tentang keinginan konsumen, sehingga apabila promosi yang ditawarkan sesuai dengan keinginan atau kemauan konsumen maka keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Cetakan ke 1*. Bandung : Satu Nusa
- Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat
- Irawan, J., & Susena, K. C. (2020). The Relationship Of Product Completeness And Price With Purchase Decision On Manna's New Hope Shop South Bengkulu. *Jurnal Emak*, 1(3), 91-99.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Restu Sukri, Karona Cahya Susena, & Eska Prima M. D. (2021). The Relationship Of Services And Promotion With Purchase Decisions At Dewi Cell Counter, Kaur District. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 199–205.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Swasta, Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Dua*. Yogyakarta : Liberty

Service Relationship With Customer Satisfaction PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Bengkulu Branch

Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu

Herman¹⁾, Salehan²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: ¹⁾ hermanginting2109@gmail.com; ²⁾ drs.salehanbadi@gmail.com;

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

KEYWORDS

Service, Satisfaction, Bank

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu. Desain yang digunakan adalah Korelasi Spearman Rank. Populasi adalah jumlah rata-rata nasabah simpanan giro PT. Bank Rakyat Bengkulu (Persero) Tbk Cabang Bengkulu yang bertransaksi dalam kurun waktu satu minggu yang berjumlah 60 orang, sedangkan sampel penelitian terdiri dari 30 orang yang dihitung dengan menggunakan rumus Notoatmojo dan dipilih dengan teknik simple purposive. Menggunakan data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah tabungan giro yang sedang bertransaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu, dianalisis dengan menggunakan Korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan nilai rho hitung lebih besar dari pada nilai rho tabel ($0,520 > 0,478$) pada taraf kesalahan 1 % dan $n = 30$. Kesimpulan penelitian adalah mempunyai hubungan positif dan signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between service and customer satisfaction of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Bengkulu Branch. The design used is Spearman Rank Correlation. The population is the average number of current account customers of PT. Bank Rakyat Bengkulu (Persero) Tbk Bengkulu Branch who transacted within one week amounted to 60 people, while the research sample consisted of 30 people calculated using the Notoatmojo formula and selected using a simple purposive technique. Using primary data by distributing questionnaires to current account customers who are transacting at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Bengkulu Branch, analyzed using Spearman Rank Correlation. The results showed that the calculated rho value was greater than the table rho value ($0.520 > 0.478$) at an error level of 1% and $n = 30$. The conclusion of the study was that there was a positive and significant relationship between service and customer satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Bengkulu Branch.

PENDAHULUAN

Bank di Indonesia banyak bermunculan bank baru yang siap bersaing di dalam mencari keuntungan. Persaingan ini mengharuskan setiap bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah baik dari segi kualitas dengan memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah maupun secara kuantitas yaitu dengan menambah jenis produk yang dianggap akan memenuhi keinginan nasabah. Usaha pelayanan jasa akan mampu bersaing di pasar jika produk dan jasa yang ditawarkan memang sudah memenuhi tuntutan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, seorang manajer/pimpinan dalam usaha untuk mencapai tujuan perusahaan haruslah mampu menentukan strategi bersaing yang tepat dan melaksanakan fungsi manajemen dengan baik.

Usaha yang dilakukan bank untuk memuaskan dan mempertahankan para nasabah salah satunya adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Pelayanan yang memuaskan pelanggan akan meningkatkan kesetiaan nasabah. Perusahaan yang mampu memberikan semua elemen pelayanan yang baik, seperti pelayanan kepada nasabah yang serius, penjualan secara personal, memberikan produk dengan mutu yang baik, harga yang murah akan menjaga kesetiaan pada nasabah selama perusahaan mempertahankan standar pelayanan yang baik. Produk dengan mutu yang jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat, pelayanan yang kurang baik dibandingkan dengan pesaingnya, membuat nasabah tidak puas dan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan menyebabkan kerugian.

Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik atau tidaknya bank tersebut. Banyak riset yang menunjukkan bahwa persentase jumlah nasabah yang tetap memakai jasa tertentu, dikarenakan pelayanan yang mereka terima dirasakan ada kepuasan dan mereka akan tetap setia bahkan mereka akan memberikan informasi yang positif kepada orang lain, sehingga orang yang mendengar informasi itu akan menggunakan jasa bank tersebut.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan salah satu bank komersial milik negara Indonesia yang merupakan salah satu bisnis dalam bidang pelayanan jasa keuangan yang berusaha secara terus menerus untuk memberikan pelayanan bagi para nasabahnya. Begitu juga pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu terus berupaya meningkatkan pelayanan. Usaha peningkatan pelayanan dilakukan dengan harapan kepuasan konsumen/nasabah akan dapat terpenuhi, sehingga meningkatkan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Charles dalam Buchari (2013:1) adalah segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri. Pengertian tersebut didukung oleh juga Basu (2007:5) yang juga mengartikan pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran dan William dalam Buchari (2013:11) yang mengartikan pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Begitu juga Sofyan (2010:5) yang menyatakan pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran, pada pemasaran ini dapat berbentuk pemasaran produk barang maupun pemasaran jasa, perbedaannya adalah barang berwujud sedangkan jasa tidak berwujud.

Pelayanan

Pengertian dari produk tidak hanya dapat diartikan sebagai barang yang terlihat secara fisik saja, tetapi perumusan produk secara luas di nyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, dikonsumsi. Istilah produk mencakup benda fisik, jasa, kepribadian, tempat, ide serta organisasi. Suatu jasa pelayanan adalah segala kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara essential tidak nampak (*intangible*) atau tidak menimbulkan kepemilikan, sesuatu pelayanan merupakan produk jasa yang diberikan produsen pada konsumen. Suatu jasa pelayan atau service adalah setiap kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara essential tidak nampak (*intangible*) atau tidak menimbulkan kepemilikan sesuatupun (Irine, 2009:46).

Adapun faktor-faktor utama yang menentukan kualitas jasa dapat dilihat dari 5 (lima) dimensi (Buchari, 2013:338) diantaranya :

- 1) Bukti fisik (*Tangible*)
Yaitu merupakan hal-hal yang berwujud yang tampak oleh konsumen termasuk letak kantor yang strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapian kantor, keindahan kantor, seragam karyawan, penampilan formil, desain brosur, iklan, penampilan buku tabungan, giro, buku cek dan lain-lain
- 2) Keandalan (*Reliability*)
Yaitu kemudahan produsen membuka tabungan, giro, mengirim uang, mengambil tabungan menyelesaikan keluhan dan jam layanan.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Yaitu kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penanganannya, ada marketing officer, customer service yang cekatan, segera menjawab telepon dan lain-lain
- 4) Jaminan (*Assurance*)
Yaitu perilaku petugas yang ramah penuh senyum, kepercayaan terhadap perusahaan, jaminan dan perasaan aman di bank.
- 5) Empati (*Empathy*)
Yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas, Menurut Philip (2013:70) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Hal tersebut didukung oleh Richard dalam Arief (2007:167) yang menyatakan tingkat kepuasan pelanggan adalah harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelanggan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkan, pelayanan diharapkan membuat pelanggan puas (customer satisfaction) dengan memberikan kepada pelanggan apa yang kita pikirkan dibutuhkan oleh mereka. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingan. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan (Oliver dalam Suprpto, 2006:61).

a. Cara Untuk Mengetahui Pelanggan Puas Atau Tidak

Pengukuran terhadap kepuasan nasabah telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan sebagai dasar untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan. Kegiatan pengukuran nasabah dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan (Kotler dalam Buchari, 2013:285).

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Fandy, 2016:148) antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan berorientasi pada pelanggan (Customer orientasi) perlu memeberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang diisi langsung ataupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (customer hot lines), dan lain-lain.

Meskipun demikian karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasuk dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan. upaya mendapatkan saran (terutama saran berkualitas/bagus) dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini, terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah 'berpikir (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi, melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantara lain :

a) Penyampaian Tingkat Kepuasan (*Directly reported satisfaction*)

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”.

b) Laporan Ketidak Puasan (*Derived Dissatisfaction*)

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c) Analisis Masalah (*Problem Analysis*)

Pelanggan yang dijadikan respon diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) Pentingnya Kemampuan Analisis (*Importance - performance Analysis*)

Cara ini diungkapkan oleh Martilla dan James dalam artikel mereka yang dimuat di Journal of Marketing bulan Januari 1977 yang berjudul “Importance - Performance Analysis”. Pada teknik ini respon diminta untuk rangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

3. Pembelian Bayangan (*Ghost Shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (gost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu gost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan

kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pelanggan mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

Selain itu para *gost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi *gost shopper* untuk mengetahui langsung, bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya.

4. Analisis Pelanggan Yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan memperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Harapan dan Kepuasan Pelanggan

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing (Kotler dalam Fandy, 2016:150). Faktor-faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa-biasa saja atau sangat kompleks, ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan. Diantara beberapa faktor penyebab tersebut ada yang bisa dikendalikan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa bertanggung jawab untuk meminimumkan miskomunikasi dan misinterpretasi yang mungkin terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang jasa yang mudah dipahami dengan jelas. Dalam hal ini penyedia jasa harus mengambil inisiatif agar ia dapat memahami dengan jelas intruksi dari klien dan klien memengerti benar apa yang akan diberikan (Fandy, 2016:150).

Sebelum menggunakan suatu jasa, pelanggan sering memiliki empat skenario jasa yang berbeda (dalam benaknya) mengenai apa yang bakal dialaminya (Fandy, 2016:151), yaitu :

1. Jasa ideal
2. Jasa yang diantisipasi/diharapkan
3. Jasa yang selayaknya diterima (*deserved*)
4. Jasa minimum yang dapat ditoleransi (*minimum tolerable*)

Pelanggan bisa berharap dari keempat skenario tersebut. Sebagaimana telah dijelaskan dibagian awal, harapan membentuk kepuasan. Karena itu apabila “Jasa minimum yang dapat ditoleransi” yang diharapkan, lalu yang terjadi sama dengan atau bahkan melampaui harapan tersebut, maka akan timbul kepuasan. Sebaliknya bila yang diharapkan ‘jasa edial’, maka bila yang terjadi kurang dari harapan tersebut, maka yang terjadi adalah ketidak puasan. Menurut (Fandy, 2016:152) Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini :

- c. Indikator Timbulnya Kepuasan
- d. Sebab-sebab Timbulnya Ketidakpuasan
- e. Cara mempertahankan Pelanggan
- f. Manfaat Kepuasan Konsumen
- g. Konsep Kepuasan Pelanggan

METODE PENELITIAN

Distribusi Frekuensi

Hal ini dilakukan untuk melihat distribusi frekuensi dimasing-masing variabel baik itu independen maupun dependen, sehingga dapat diketahui dari masing-masing variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$P = F/N \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Jumlah persentase yang ingin dicapai

N = Jumlah seluruh populasi

F = Jumlah frekuensi responden

Korelasi Spearman Rank (*Corelation Rank Spearman*)

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis yang digunakan menyangkut pengolahan data dengan rumus Korelasi Spearman Rank. Menurut Sugiyono (2017:356) Korelasi Spearman Rank digunakan mencari hubungan atau untuk menguji signifikan hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antara variabel tidak harus sama. Korelasi Spearman Rank digunakan untuk mengetahui hubungan pelayanan (X) dengan Kepuasan (Y) dengan menggunakan rumus :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum [bi]^2}{(n(n^2 - 1))}$$

Keterangan :

- ρ = Koefisien Korelasi Spearman Rank
 b_i = Beda urutan dalam suatu pasangan
 n = Banyaknya pasangan

Untuk menginterpretasikan angka yang dihasilkan dari perhitungan Korelasi Spearman Rank maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai-nilai ρ (Sugiyono, 2010:356). Pada penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan adalah 1% (pada level of significantnya 99%) dengan hipotesis yang digunakan yaitu:

H_o : Tidak terdapat hubungan antara kepuasan dengan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu

H_a : Terdapat hubungan antara kepuasan dengan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

H_o diterima dan H_a ditolak

Apabila nilai harga ρ hitung < ρ tabel berarti tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan dengan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

H_o ditolak dan H_a diterima

Apabila nilai harga ρ hitung > ρ tabel berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan dengan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Pada variabel X (pelayanan), nilai rata-rata yang tertinggi (3,6) terdapat pada bukti fisik (tangible) yaitu pada seragam yang dipakai oleh karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dan nilai rata-rata yang terendah (3,3) terdapat pada daya tanggap (responsiveness) yaitu kemampuan pegawai PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dalam menangani keluhan nasabah.

Pada variabel kepuasan nilai rata-rata yang tertinggi (3,7) terdapat pada empati (empathy) yaitu kepuasan nasabah dengan pelayanan yang telah diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu yang sesuai dengan standar dan nilai rata-rata terkecil (3,27) terdapat pada kepuasan nasabah dengan prosedur penarikan uang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa ρ hitung = 0,520. Nilai tersebut dihitung dengan menggunakan rumus Korelasi Spearman Rank pada taraf kesalahan 1 % dan $n = 30$. Dimana nilai ρ tabel = 0,478 pada taraf kesalahan 1 % dan $n = 30$, maka diketahui nilai ρ hitung lebih besar dari pada nilai ρ tabel ($0,520 > 0,478$). Hal tersebut menunjukkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

Pembahasan

Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu

Analisis Korelasi Spearman Rank dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen/variabel X dan variabel dependen/variabel Y. Pada penelitian ini penulis menggunakan Korelasi Spearman Rank untuk mengetahui hubungan pelayanan dengan kepuasan nasabah tabungan giro PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu, dengan menggunakan uji statistik.

Pada variabel X (pelayanan), nilai rata-rata yang tertinggi (3,6) terdapat pada bukti fisik (tangible) yaitu pada seragam yang dipakai oleh karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu. Hal ini disebabkan karena PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu memberikan seragam yang memadai dan menuntun agar karyawan berpenampilan rapi sepanjang hari dan nilai rata-rata yang terendah (3,3) terdapat pada daya tanggap (responsiveness) yaitu kemampuan pegawai PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dalam menangani keluhan nasabah. Hal ini disebabkan tingkat kepuasan seseorang tidak ada batasnya, walaupun karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dituntut untuk memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin pada setiap nasabah, tetapi mereka belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Pada variabel kepuasan (Y) nilai rata-rata yang tertinggi (3,7) terdapat pada empati (empathy)

yaitu kepuasan nasabah dengan pelayanan yang telah diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu yang sesuai dengan standar dan nilai rata-rata terkecil (3,27) terdapat pada kepuasan nasabah dengan prosedur penarikan uang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa sarat yang membuat nasabah merasa berat melakukannya misalnya jika penarikan uang dialihkan dengan orang lain, nasabah tersebut harus membuat surat kuasa yang ditandatangani dengan materai, menyertakan fotocopy KTP dan lain-lain.

Berdasarkan tabel 7 dapat diperoleh jumlah beda urut dalam satu pasangan yaitu 2158,5. Dimana nilai tersebut akan dimasukkan kedalam rumus Korelasi Sperman Rank sehingga didapat nilai rho hitung seperti dibawah ini :

$$\begin{aligned}\rho &= 1 - \frac{6 \sum [b_i]^2}{n(n^2 - 1)} \\ &= 1 - \frac{6(2158,5)}{30(30^2 - 1)} \\ &= 1 - \frac{12951}{8990} \\ &= 1 - 1,4405 \\ &= -0,4405\end{aligned}$$

Berdasarkan data yang didapat dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa rho hitung = 0,520. Nilai tersebut dihitung dengan menggunakan rumus Korelasi Spearman Rank pada taraf kesalahan 1 % dan n = 30. Dimana nilai rho tabel = 0,478 pada taraf kesalahan 1 % dan n = 30, maka diketahui nilai rho hitung lebih besar dari pada nilai rho tabel (0,520 > 0,478). Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah tabungan giro PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Ratih Hardiyati (2007), dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.

Akan tetapi ada penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Herni Januari (2007) dengan judul pengaruh sistem antrian dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu. Dimana pada penelitian ini didapat hasil penelitian bahwa kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu cukup dipengaruhi oleh sistem antrian.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Richard dalam Arief (2007:167) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelanggan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkan, pelayanan diharapkan membuat pelanggan puas (customer satisfaction) dengan memberikan kepada pelanggan apa yang kita pikirkan dibutuhkan oleh mereka.

Jadi kepuasan merupakan fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingan. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan (Oliver dalam Suprpto, 2001:61).

Oleh karena itu, perusahaan harus selalu menjaga indikator yang menimbulkan rasa puas (Suprpto, 2001:38) diantaranya :

1. Kenyaman yang dirasakan pada saat mendapatkan pelayanan
2. Keyakinan pelanggan atas apa yang diberikan
3. Minat selalu menggunakan jasa
4. Perasaan puas atas perhatian pelayanan yang diberikan oleh karyawan

Dari penelitian ini dapat penulis simpulkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu sudah memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabah tabungan giro. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelayanan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah tabungan giro pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dengan kata lain bahwa pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah tabungan giro pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu. Jika pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu bagus maka akan meningkatkan kepuasan nasabah tabungan giro pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu begitu juga sebaliknya.
2. Nasabah tabungan giro PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu sudah merasa puas dengan pelayanan maksimal yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu terutama dari seragam rapi yang digunakan oleh karyawan pada saat melayani nasabah atau pada waktu jam kerja.
3. Nasabah beranggapan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu sudah memberikan kepuasan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar

Saran

1. Hendaknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu terus meningkatkan pelayanan terutama pada prosedur penarikan uang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa Universitas Dehasen dalam mengenal jenis-jenis pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bengkulu dan tanggapan nasabah dengan pelayanan yang diberikan.
3. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, peneliti lain dapat menentukan variabel penelitian lain yang lebih spesifik dengan melihat kemungkinan adanya pengaruh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alman, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabet. Bandung
- Arief. 2007. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Bayumedia Publishing. Malang
- Assauri, Sofyan. 2010. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta
- Kasmir. 2013. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. PT. Raja Grafinda Persada. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Indeks. Jakarta
- Lovelock and Wirtz. 2007. Service Marketing: People, Technology, Strategy. Amerika: Pearson International.
- Mursid. 2006. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Bumi Aksara
- Nela Puspita Sari, Karona Cahya Susena, & Nia Indriasari. (2020). Measuring the Level of Community Satisfaction with Government Services in Pino Raya District, South Bengkulu Regency. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 1(4), 259–271.
- Notoatmodjo. 2005. Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi. Rineka Cipta. Jakarta
- Partina, Ana dkk. 2007. Bank dan Lembaga Keuangan Nonbank. Universitas Terbuka. Jakarta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung
- Suprpto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rineka Kencana. Jakarta
- Supriyono, Maryanto. 2011. Buku Pintar Perbankan. Andi Yogyakarta. Yogyakarta
- Swastha, Basu. 2007. Azas-azas Marketing. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2016. Manajemen Jasa. Andi Yogyakarta. Yogyakarta
- Umar, Husein. 2003. Study Kelayakan Dalam Bisnis Jasa. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Use of E-Wallet in the Covid 19 Era As A Measure Of The Advancement Of Digital Industry Technology In Indonesia

Penggunaan E-Wallet Di Era Covid 19 Sebagai Pengukur Kemajuan Teknologi Industri Digital Di Indonesia

Ahmad Rezeki, Rio Ariangga, Nurbaiti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: ¹⁾ syahid1225@gmail.com; ²⁾ rio.ariangga13@gmail.com; ²⁾ nurbaiti@uinsu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

KEYWORDS

E-WALLET, globalization, BI, investments, financial, E-PAYMENT

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin tinggi menyebabkan terjadinya inovasi. serta terobosan terbaru yang terus naik berjalan dengan perkembangan zaman. serta era yang terus berevolusi, begitu pula korelasi antara manusia yang selalu terkoneksi satu sama lain, tapi bagaimana jika hubungan antar transaksi serta kebutuhan manusia juga bisa. didapatkan dalam satu sentuhan pasti juga sangat memudahkan kita dalam melakukan payment serta saving ataupun investment di masa depan. E-WALLET yang merupakan inovasi yang andil di kehidupan sehari-hari, bahkan dalam statistik data Bank Indonesia (BI) tercatat adanya 5 miliar lebih transaksi dalam kurun waktu periode 2019 pertahunnya, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi seperti E-WALLET menjadi bisnis baru dalam fintech E-PAYMENT ataupun dalam era keuangan digital yang dapat berkompetisi di globalisasi saat ini.

ABSTRACT

Growing technological developments have led to more and more innovations and breakthroughs as the ages and eras continue to evolve, as well as human relationships that are constantly connected to one another, but what if for us to make payments, storage, or future investments E-WALLET is a breakthrough We will take a lead in our daily lives, even in Indonesia's bank data, which recorded more than 5 billion transactions over a period of 2019 a year, which proves that technological growth such as E-WALLET will be a new business in the E-PAYMENT aspect or in the digital financial age that can compete in today's globalization.

PENDAHULUAN

E-WALLET atau biasa disebut dompet digital. sangat antusias dan diminati oleh di sebagian kalangan masyarakat di Indonesia serta lebih dan sangat praktis dan efisiensi serta kenyamanan dan keamanan menjadi faktor penentu mengapa fintech .E-WALLET semakin diminati, mengingat kembali bahwa saat ini aktivitas masyarakat... lebih banyak dihabiskan di rumah dikarenakan faktor covid 19, sehingga tidak menutup. kemungkinan bahwa E-WALLET menjadi opsional utama di setiap transaksi yang nantinya dilakukan. Dompet terkomputerisasi (e-Wallet) adalah jenis eksekusi kredit saja, di mana Indonesia saat ini memiliki lebih dari 10 dompet canggih. Pada dasarnya, dompet canggih. kemampuan untuk melakukan penukaran cicilan yang berbeda, baik melalui pemindahan atau sapuan kode QR, nanti klien telah mengisi belum ditentukan di dompet lanjutan (Aulia Dinda, 2021).

LANDASAN TEORI

Dompet Digital

Dalam setiap hari, cicilan elektronik didorong oleh pertukaran online. yang d melalui web. Cicilan elektronik dapat dilakukan tanpa menggunakan media cetak paper charge. Kerangka angsuran online. Terdiri dari kartu kredit online, framework... saldo disimpan di server berbasis cloud, dan yang saat ini marak adalah e-wallet atau bisa juga disebut dompet elektronik (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

Dompet elektronik adalah jenis lanjutan dari dompet sebenarnya. Sama seperti dompet bekerja pada umumnya, klien dapat mengisi sejumlah uang tertentu, terhubung dengan Visa, dan kartu cek pada aplikasi yang telah diperkenalkan dan kemudian dapat digunakan untuk melakukan transaksi dengan pembeli individu, pelanggan ke pedagang bisnis, dan bahkan pembeli ke mesin (Shin, 2009).

Adapun disaat seperti ini banyak sekali berbagai aplikasi.. ataupun fitur yang ditawarkan oleh para developer ..dalam menciptakan bisnis dompet digital ini, diantaranya yang kita kenal yaitu : OVO, DANA, LINK AJA, GOPAY, SHOPPEPAY, serta merta dan masih banyak lagi yang lainnya yang kemungkinan masih dalam tahap promosi ataupun.. uji coba, dan tidak menutup kemungkinan nantinya e-wallet ataupun dompet digital akan menjadi hal yang wajib yang dipegang.. oleh setiap individu.

Dampak covid 19 terhadap perekonomian indonesia

Menurut situs Layanan Kesejahteraan Indonesia.. Penyakit Covid (Coronavirus) adalah penyakit yang tak tertahankan yang disebabkan oleh infeksi SARS-CoV-2. Beberapa daerah yang tercemar virus

corona akan menimbulkan gejala ringan hingga langsung, dan akan sembuh tanpa perawatan khusus. Namun, orang-orang tertentu akan menjadi benar-benar sakit dan membutuhkan bantuan medis. Dan yang mengejutkan, situs kesehatan resmi Indonesia telah mencatat bahwa sekitar 5 juta orang telah terinfeksi dengan infeksi ini (sumber <https://github.com/CSSEGISandData>)

Infeksi virus Corona yang sudah ada di Indonesia sejak musim semi hingga akhir-akhir ini sangat berdampak pada berbagai bidang kehidupan, khususnya di bidang moneter dan moneter. Pendeta Uang (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati mengatakan dampak dari pandemi virus corona telah mengganggu ketergantungan kerangka moneter. Hal ini didukung oleh.. pengaturan yang berbeda dilaksanakan untuk membatasi.. penyebaran infeksi ini. Seperti pembatasan sosial (social removal), pembatasan perjalanan, penutupan perbatasan antar negara, pelaksanaan PSBB, penutupan sekolah, tempat kerja bahkan pengasingan di wilayah tertentu (lockdown).

Kemajuan yang berbeda, terjadi di .. tindakan moneter berkurang secara radikal. Selain itu, aksi keuangan ini langsung dikecam dari berbagai pihak, baik dari sisi kepentingan maupun dari sisi persediaan. Dampak virus Corona di bidang keuangan salah satunya... salah satunya adalah penurunan upah per kapita provinsi karena... ruang lingkup pencegahan yang sangat besar, membuat pertukaran menjadi terganggu, proses pertukaran dan lintas industri melambat untuk jangka waktu yang lama. waktu yang cukup lama.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Pemeriksaan yang kami lakukan dikenang untuk jenis eksplorasi kualitatif. Mengingat Modul Rencana Eksplorasi (2019) yang didistribusikan oleh Ristekdikti, penelitian kualitatif dapat dianggap sebagai metodologi eksplorasi yang memanfaatkan informasi memukau, kalimat tersusun atau lisan. dari individu dan penghibur yang dapat dideteksi. Penelitian kualitatif diarahkan untuk menggambarkan dan menyelidiki keanehan, peristiwa, elemen sosial, mentalitas, keyakinan, dan kesan seseorang atau kelompok terhadap sesuatu. Dengan demikian, jalannya eksplorasi subjektif dimulai dengan menyusun praduga mendasar dan memutuskan pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian. Informasi yang dikumpulkan dalam eksplorasi kemudian diuraikan. Sementara itu, metodologi yang ditempuh dengan memanfaatkan penulisan berkonsentrasi pada teknik, menurut M. Nazir dalam bukunya yang berjudul Strategi Eksplorasi mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan: Studi menulis adalah metode pengumpulan informasi dengan memimpin penyelidikan audit buku, karya sastra, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang sedang ditangani.

Kemudian, pada saat itu, seperti yang ditunjukkan oleh Nazir (1998: 112) menulis studi adalah kemajuan yang signifikan dimana kemudian ... seorang analis memutuskan subjek pemeriksaan, tahap selanjutnya adalah mengarahkan tinjauan yang diidentifikasi dengan hipotesis yang diidentifikasi dengan titik eksplorasi. Dalam pencarian hipotesis, spesialis akan mengumpulkan data sebanyak mungkin dari tulisan yang bersangkutan. Sumber perpustakaan dapat diperoleh dari: buku, catatan harian, majalah, hasil penelitian (postulasi dan tesis), dan sumber lain yang layak (web, makalah, dan lain sebagainya)

Jenis Beserta Sumber Data

Peneliti mengumpulkan sumber.. data sekunder yang berarti data yang digunakan berasal dari pihak kedua ataupun bersumber dari peneliti lain yang telah memperbaiki.. penelitian terlebih dahulu, pengambilan data dapat dilakukan lewat Koran, majalah, jurnal, artikel, media, berita dan berbagai website yang terpercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Covid 19 juga mematikan perkenomian masyarakat, tetapi struktur dalam keuangan ataupun industri teknologi juga dapat dampaknya, untuk itulah para developer memiliki inovasi ataupun memutar ide untuk memanfaatkan kesempatan dimasa pandemic ini dengan menciptakan produk digital yang dapat diakses oleh siapapun tanpa harus berkontak fisik dalam melakukan transaksi, dan yang pastinya ini lebih efisien dan mudah.

Dirinci oleh Nextren.com, Selasa (2/3/2021), organisasi investigasi NeuroSensum mengumpulkan bahwa jumlah pembeli dompet canggih di Indonesia telah meningkat sebesar 44%. Kenaikan apalagi dipengaruhi oleh kondisi pandemi virus corona. Untuk menghindari kontak yang sebenarnya, individu memutuskan untuk mengurangi pertukaran menggunakan uang tunai. Konsekuensi dari uji coba yang diambil dari 1.000 responden bahkan ini menyatakan bahwa pemanfaatan e-wallet untuk pertukaran belanja internet lebih dari strategi cicilan lainnya. Tinjauan lain.. dipimpin oleh organisasi survei statistik, Ipsos Indonesia, mencatat bahwa 8.. persen klien dompet tingkat lanjut adalah.. usia milenial.

Beserta berdasarkan hasil dari penelitian bahwa penggunaan dompet digital sangat berpengaruh besar dalam transaksi apalagi selama covid 19 ini masyarakat yang harus dibatasi dan untuk dilarang beraktivitas di luar rumah menyebabkan e-wallet ini menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi, baik itu yang bersifat pribadi ataupun public,

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil penelitian
1	User Aplikasi Wallet Digital di Masa Pandemi Covid-19	User dompet digital mengalami kenaikan sebesar 65% sehingga memberikan bukti bahwa menjadi pilihan bagi masyarakat untuk bertransaksi
2	Wallet Digital Serta Masa Depan Ekonomi di Indonesia	Dompet lanjutan merupakan salah satu tahapan di bidang inovasi moneter (<i>fintech</i>) yang dapat dimanfaatkan untuk mengawasi dana. Secara umum, mereka memiliki sorotan, seperti pembayaran, cicilan kebutuhan dan tagihan, dan penggunaan kredit.
3	Interest User E-Wallet Terhadap Generasi Milenial Terhadap Pendekatan Utat (Unified Theory Of Acceptance Use Of Technology)	Hasil review menunjukkan bahwa faktor antisipasi presentasi tidak berpengaruh pasti dan kritis terhadap ekspektasi perilaku, sedangkan harapan kerja, dampak sosial dan kondisi kerja mempengaruhi tujuan atau minat generasi milenial kota Bengkulu dalam memanfaatkan e-wallet.

hesa Dwi Prabowo, Head of Very Progressed, Property and Customer Items Industry Mark Plus, Inc. menemukan kecenderungan untuk membangun bursa secara otomatis, karena orang suka memenuhi kebutuhan mereka secara online. "Dari titik itu, kita perlu melihat merek mana yang memiliki porsi paling tinggi dalam jumlah atau volume pertukaran selama tiga bulan terakhir. ShopeePay mendominasi dengan porsi industri secara keseluruhan sebesar 26% dari semua e-wallet. volume pertukaran di Indonesia, disusul oleh OVO (24% dari full scale), GoPay (23% dari outright), kemudian, pada saat itu, DANA (19% dari agregat) dan LinkAja (8% dari hard and fast)," ujarnya. kata lebih lanjut dalam wawancara publik virtual Rabu, 2 September 2020.



ini membuktikan sangat masif persaingan yang terus menerus yang menyebabkan terjadinya perkembangan e-wallet terus meningkat dan berkembang pesat, untuk data terbaru menunjukkan bahwa aplikasi shoppeepay unggul dengan rate 53%, seperti yang kita tahu shoppeepay merupakan e-wallet terbaru yang sebelumnya ada ovo, dana link aja dll.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan adanya perkembangan teknologi fintech atau digital seperti e-wallet ini penulis berharap.. untuk masyarakat bisa senantiasa.. menggunakan teknologi.. secara bijak, melihat dari sisi positif dari pandemic yang diakibatkan oleh virus corona minat dan kemajuan kompetisi digital dapat menjadi alternatif untuk pembatasan interaksi sebagai pemutus rantai perkembangan covid 19, dan juga industri digital di negara Indonesia bisa berkompetisi kepada industri di Negara maju yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Purwanto edi, (2020). Innovation reception: A Reasonable System. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia
- A Mulyana and H Wijaya. (2018). E-Installment Framework Plan in E-Wallet Utilizing Android-Dependent on QR Codes. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, p-ISSN: 2252-9039, e-ISSN: 2655-3198 DOI: 10.34010/komputika.v7i2.1511 Anjelina. (2018).
- Persepsi konsumen pada penggunaan emoney. *Diary of Applied Administrative Bookkeeping*, Vol. 2, No. 2, September 2018, Page 219-231 - ISSN: 2548-9917
- Cooper, D. R., and Schindler, P. S. (2006). Metode riset bisnis. Jakarta: Media Worldwide Edukasi
- Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan innovation acknowledgment model (Hat). Konferensi Nasional Sistem Informasi.

Analysis of the Effect of Compensation and Motivation on Performance of Employees in the Department of Women's Empowerment Children Protection Population and Family Control of Seluma District

Analisis Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma

Sudriyanti Putri

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: psudriyanti@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

KEYWORDS

Compensation, Work
Motivation and Employee
Performance

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Permasalahan kependudukan terkait dengan jumlah penduduk yang besar menjadi sebuah masalah yang tidak dapat dihindarkan. Indonesia memiliki berbagai potensi terjadinya konflik. Benturan antara berbagai kepentingan dengan berbagai organisasi masa lainnya membuat masalah besarnya populasi menjadi hambatan. Usaha pencapaian tujuan organisasi pemerintah tidak terlepas dari kinerja pegawainya, hal ini sangat penting karena Pegawai Negeri Sipil adalah pemikir, perencana sekaligus pelaksana dan dalam paradigma baru adalah sebagai pelayan masyarakat. Salah satu Pendekatan untuk dapat mengetahui keberhasilan dari suatu organisasi pemerintahan adalah dengan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai dalam suatu organisasi. Dari beberapa faktor tersebut Kompensasi dan Motivasi memegang peranan yang diduga sangat penting mengingat faktor ini yang berhubungan langsung dengan pegawai dalam suatu organisasi dalam menjalankan roda pemerintahan. Dalam mendukung tercapainya tujuan organisasi, maka organisasi harus mendayagunakan sumber daya manusia secara lebih efektif dan efisien dengan lebih kearah peningkatan kinerja pegawai. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma, (2) menganalisis pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma, (3) Menganalisis pengaruh kompensasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the effect of compensation and motivation to the performance of The women empowerment service, child protection, population control and family planning Board Officer Seluma District. The population in this study is which consists of 65 government apparatus in the The women empowerment service, child protection, population control and family planning Board Officer Seluma District. This survey research takes samples from a population using questionnaire. The data analysis method was used is multiple regression analysis. The results of this research are: (1) the compensation has an effect toward the performance and (2) the work motivation has an effect toward the officer performance as well. The result showed that : (1) The perceived compensation has a positive and significant influence on employee performance in The women empowerment service, child protection, population control and family planning Board Officer Seluma District, (1) The perceived motivation has a positive and significant influence on employee performance in The women empowerment service, child protection, population control and family planning Board Officer Seluma District.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai populasi pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi. Menurut data Survei Penduduk Badan Pusat Statistik tahun 2019, Indonesia berada pada posisi ke empat jumlah penduduk terbanyak di dunia, dengan jumlah penduduknya sebanyak 269 juta jiwa (Dikutip dilaman <https://bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1267>). Jumlah penduduk yang semakin besar ini tentu membawa tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat, menciptakan kesempatan kerja, menghilangkan kemiskinan, meningkatkan mutu pendidikan dan kesehatan, meningkatkan infrastruktur dan pelayanan publik.

Kabupaten Seluma merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Bengkulu. Penduduk di Kabupaten Seluma juga terus meningkat setiap tahunnya. Data tahun 2018 - 2019 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kabupaten Seluma terus mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Penduduk di Kabupaten Seluma

No	Tahun	Total (Jiwa)
1.	2018	111.318
2.	2019	113.147

Dari tabel 1. menunjukan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Seluma terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 tercatat jumlah penduduk Kabupaten Seluma sebanyak 111.318 jiwa, sedangkan pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kabupaten Seluma meningkat menjadi 113.147 jiwa.

Laju pertumbuhan penduduk menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional atau BKKBN (2012) dipengaruhi oleh 3 komponen yaitu migrasi atau mobilitas penduduk, fertilitas (kelahiran), dan mortalitas (kematian). Migrasi atau mobilitas penduduk menjadi salah satu faktor meningkatnya jumlah penduduk di Kabupaten Seluma. Tumbuhnya Kabupaten Seluma sebagai pusat perekonomian dan administrasi pemerintahan, menyebabkan banyak penduduk dari kota atau kabupaten lain datang ke kota tersebut.

Angka kematian secara umum berhubungan erat dengan tingkat kesehatan. Indikator yang paling sensitif untuk menilai suatu program kesehatan adalah dengan melihat angka kematian Bayi dan angka kematian ibu. Kematian bayi merupakan kematian yang terjadi pada bayi sebelum mencapai usia satu tahun, sedangkan kematian ibu merupakan kematian yang terjadi pada ibu karena peristiwa kehamilan, persalinan dan masa nifas. Angka ini mencerminkan tingkat permasalahan kesehatan yang langsung berkaitan dengan kematian bayi, tingkat kesehatan ibu dan anak, tingkat pelayanan kesehatan ibu dan anak dan tingkat perkembangan social ekonomi keluarga.

Tabel 2. Tabel Angka Kematian Bayi dan Ibu di Kabupaten Seluma

No	Tahun	Angka Kematian Bayi	Angka Kematian Ibu
1	2018	3	4
2	2019	15	9

Dari tabel diatas dapat dilihat terjadi peningkatan dan tingginya angka kematian bayi dimana ditahun 2018 sebanyak 3 orang meningkat menjadi 15 ditahun 2019 dan juga terjadi peningkatan kematian ibu di Kabupaten Seluma dimana pada tahun 2018 sebanyak 4 orang meningkat menjadi 9 orang ditahun 2019 .Dilihat dari data-data tersebut dapat menjelaskan bahwa peranan Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma memiliki peranan penting dalam mengatasi masalah tersebut karena masalah kependudukan serta kesehatan ibu dan bayi merupakan salah satu urusan yang Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.

Usaha pencapaian tujuan organisasi pemerintah tidak terlepas dari kinerja pegawainya, hal ini sangat penting karena Pegawai Negeri Sipil adalah pemikir, perencana sekaligus pelaksana dan dalam paradigma baru adalah sebagai pelayan masyarakat. Salah satu Pendekatan untuk dapat mengetahui keberhasilan dari suatu organisasi pemerintahan adalah dengan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai dalam suatu organisasi. Dari beberapa faktor kompensasi dan motivasi memegang peranan yang diduga sangat penting mengingat faktor ini yang berhubungan langsung dengan pegawai dalam suatu organisasi dalam menjalankan roda pemerintahan.

Organisasi harus mampu mengelola aset-aset yang ada dalam organisasi tersebut salah satunya pegawai-pegawai yang bekerja dengan memberikan kompensasi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab pegawai tersebut serta memberikan motivasi kerja sehingga pegawai mampu memberikan kinerja yang optimal untuk tempat dimana dia bekerja.

LANDASAN TEORI

Kinerja

Rivai (dalam Muhammad Sandy, 2015) memberikan pengertian bahwa kinerja atau prestasi kerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama. Pengertian kinerja menurut Stephen Robbins yang diterjemahkan oleh Harbani Pasolong " Kinerja adalah hasil evaluasi terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan dibandingkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, " (Pasolong, 2007). Kinerja adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan keberhasilan organisasi dalam menjalankan misi yang dimilikinya yang dapat diukur dari tingkat produktivitas, kualitas layanan, responsivitas, responsibilitas, dan akuntabilitas (Tangkilisan, 2005). Pengertian kinerja menurut Moehariono (2012) yaitu "Kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian

pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi." (Abdullah, 2013).

Dimensi Pengukuran Kinerja

Gomes (2002) menyatakan bahwa kriteria pengukuran kinerja berdasarkan perilaku yang spesifik adalah sebagai berikut :

- a. Quantity of work, yaitu jumlah tenaga kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu tertentu.
- b. Quality of work, yaitu kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesiapannya.
- c. Job knowledge, yaitu luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.
- d. Creativveness, yaitu keaslian gagasan yang di munculkan dan tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul. Cooperation, yaitu kesediaan untuk bekerja sama dengan orang lain (sesama anggota organisasi).
- e. Dependability, yaitu kesadaran berdisiplin dan dapat dipercaya dalam kehadiran dan penyelesaian pekerjaan
- f. Initiative, yaitu semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung jawab.
- g. Personal qualities, yaitu menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramahan dan integritas pribadi.

Melakukan pengukuran kinerja adalah menetapkan kriteria, kemudian langkah berikutnya adalah pengumpulan informasi yang berhubungan dengan hal tersebut baik secara data primer maupun berupa data sekunder selama periode tertentu. Kemudian membandingkan hasil tersebut dengan target yang dibuat untuk periode yang sama sehingga diperoleh suatu tingkat kinerja seseorang yang sedang diukur. Untuk mengetahui tinggi rendahnya kinerja seseorang perlu suatu pengukuran kinerja dan penilaian kinerja.

Kompensasi

Dalam setiap perusahaan terdapat banyak karyawan. Antar karyawan memiliki banyak perbedaan diantaranya jenis kelamin, keahlian, kemampuan dan kebutuhan. Perusahaan harus menghargai kontribusi yang telah diberikan oleh karyawan. Maka dari itu untuk menghargai semua kerja keras yang telah dilakukan oleh karyawannya perusahaan memberikan penghargaan, salah satu bentuk penghargaan tersebut adalah benefit/kompensasi.

Dengan perusahaan memberikan penghargaan, karyawan juga akan terus bekerja keras dan berprestasi sebagai timbal balik atas penghargaan yang diberikan oleh perusahaan. Aamir et al (2012) mengatakan bahwa: Reward management has an intense direct positive relationship with employee motivation level also the intrinsic factors played important role in the motivation process. Artinya kompensasi (penghargaan) mengarah pada hubungan positif dengan tingkat motivasi karyawan faktor intrinsik juga berperan penting dalam proses motivasi.

Menurut Sedarmayanti (2010), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa kerja mereka. Sistem imbalan yang baik atau kompensasi adalah sistem yang mampu menjamin kepuasan para anggota organisasi yang pada gilirannya memungkinkan organisasi memperoleh, memelihara dan mempekerjakan sejumlah orang yang dengan berbagai sikap dan perilaku positif bekerja dengan produktif bagi kepentingan organisasi.

Motivasi

Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi agar bekerja mencapai tujuan yang ditentukan. Pada dasarnya seorang bekerja karena keinginan memenuhi kebutuhan hidupnya. Dorongan keinginan pada diri seseorang dengan orang yang lain berbeda sehingga perilaku manusia cenderung beragam di dalam bekerja. Motivasi mengacu kepada suatu proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu terhadap bermacam-macam bentuk kegiatan yang dikehendaki. Pada dasarnya manusia selalu menginginkan hal yang baik-baik saja, sehingga daya pendorong atau penggerak yang memotivasi semangat kerjanya tergantung dari harapan yang akan diperoleh mendatang, jika harapan itu menjadi kenyataan maka seseorang akan cenderung meningkatkan motivasi kerjanya.

Setiap organisasi tentu ingin mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, peranan manusia yang terlibat didalamnya sangat penting. Untuk menggerakkan manusia agar sesuai dengan yang dikehendaki organisasi, maka haruslah dipahami motivasi manusia yang bekerja dalam organisasi tersebut, karena motivasi inilah yang menentukan perilaku orang-orang untuk bekerja, atau dengan kata lain perilaku cerminan yang paling sederhana dari motivasi. Motivasi dapat dikembangkan apabila timbul kebutuhan maupun tujuan baru. Apabila pemenuhan kebutuhan merupakan kepentingan manusia, maka tujuan dapat menjadi kepentingan manusia maupun organisasi.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2012) teknik penelitian kuantitatif juga dapat diartikan juga sebagai suatu metode penelitian dengan landasan sebagai filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel. Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak, teknik pengumpulan data menggunakan instrument metode penelitian kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Regresi Berganda

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Regresi Berganda, digunakan untuk mengetahui pengaruh Kompensasi (X1), Motivasi (X2) Terhadap Kinerja (Y) dengan rumus

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

β_1 = koefisien Variabel X1

β_2 = koefisien Variabel X2

X1 = Variabel Kompensasi

X2 = Variabel motivasi

Y = Variabel Kinerja

a = Konstanta

Untuk mengukur besarnya persentase pengaruh Kompensasi (X1), Motivasi (X2) terhadap kinerja (Y) digunakan alat analisis Koefisien determinasi.

Uji Persial (Uji T)

Untuk menentukan koefisien spesifik yang mana tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menguji uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent secara persial dalam menerangkan variasi variabel dependent (Ghozali, 2005). Signifikan koefisien persial ini memiliki signifikan $\alpha = 0,05$. Untuk menguji hipotesis apakah kompensasi dan motivasi secara persial berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma, digunakan Uji t. Cara pengujiannya adalah membandingkan nilai sig dengan nilai $\alpha = 0,05$.

Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis apakah kompensasi dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma, digunakan Uji F. Cara pengujiannya adalah membandingkan nilai sig dengan nilai $\alpha = 0,05$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Berganda

Untuk menjawab tujuan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh variabel kompensasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai digunakan regresi linier berganda. Hasil pengolahan data menggunakan spss versi 16, diperoleh hasil sebagaimana ditampilkan pada tabel 1. berikut ini :

Tabel 1. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	16.600	6.383			2.601	.012
KOMPENSASI(X1)	.273	.079	.392		3.448	.001
MOTIVASI(X2)	.321	.127	.287		2.530	.014

a. Dependent Variable: KINERJA(Y)

Berdasarkan tabel 1. diatas diketahuibahwa nilai konstan yaitu $\alpha = 16,600$ sedangkan koefisien variabel kompensasi sebesar 0,273 dan koefisien motivasi sebesar 0,321. Berdasarkan nilai yang diperoleh dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 16,600 + 0,273 X_1 + 0,321 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 16,600 menunjukkan bahwa apabila variabel bebas (kompensasi dan motivasi) sama dengan nol atau konstan maka variabel terikat (kinerja pegawai) bernilai 16,600.
- Nilai koefisien regresi kompensasi adalah 0,273 menunjukkan arah positif, artinya apabila kompensasi ditingkatkan maka kinerja pegawai pada Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana juga akan mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang diberikan berkontribusi positif terhadap kinerja pegawai.
- Nilai koefisien regresi motivasi adalah 0,321 menunjukkan arah positif, artinya apabila motivasi ditingkatkan maka kinerja pegawai pada Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana juga akan mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi yang diberikan berkontribusi positif terhadap kinerja pegawai.

Koefisien Korelasi Dan Determinasi

Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari besaran nilai koefisien korelasi (R) dan koefisien Determinasi (R²) bagaimana tersaji pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Koefisien korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.303	3.663

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI(X2), KOMPENSASI(X1)

Dari hasil regresi diketahui bahwa nilai R=0,570 yang artinya koefisien korelasi yang sebesar nilai tersebut menunjukkan derajat korelasi atau hubungan antara variabel kompensasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai, sedangkan nilai Adjusted Rsquare(R²) = 0,303 menunjukkan angka koefisien determinasi. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 30,3 % sisanya 69,7% dijelaskan oleh variabel lain. Dan *standard error of the estimate* = 3,663 yang menunjukkan bahwa ukuran tingkat kesalahan dalam melakukan prediksi terhadap variabel terikat (Variabel Kinerja).

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dilakukan signifikansi pengaruh kompensasi dan motivasi secara simultan dan persial terhadap kinerja. Penguji hopotesis secara simultan dilakukan untuk melihat pengaruh kompensasi dan motivasi secara bersama sama terhadap kinerja. Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F sedangkan pengujian hipotesis secara persial dengan menggunakan uji T. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dan persial sebagai berikut :

a. Uji T

Uji T dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kompensasi dan variabel motivasi secara persial atau sendiri sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja, nilai thitung dan signifikan dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 3. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.600	6.383		2.601	.012
	KOMPENSASI(X1)	.273	.079	.392	3.448	.001
	MOTIVASI(X2)	.321	.127	.287	2.530	.014

a. Dependent Variable: KINERJA(Y)

Dasar pengambilan keputusan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Pengaruh Variabel Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai (H1)

Variabel kompensasi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma. Hal ini dari signifikan kompensasi (X1) $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 65-2-1) = (0,025; 63) = 1,99834$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,448 > 1,99834$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai secara persial diterima.

2. Pengaruh Variabel Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai (H2)

Variabel motivasi (X2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma. Hal ini dari signifikan motivasi (X2) $0,008 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 65-2-1) = (0,025; 63) = 1,99834$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,530 > 1,99834$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai secara persial diterima.

Uji F

Menurut Perdede dan Manurung (2014), uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat, artinya berpengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k; n-k), F = (2; 65-2), F_{tabel} = (2; 63) = 3,14$ dengan tingkat kesalahan 5% uji F yang dilakukan dapat melihat dari tabel 4.18, sebagai berikut :

**Tabel 4. Uji F
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	400.363	2	200.181	14.916	.000 ^a
	Residual	832.099	62	13.421		
	Total	1232.462	64			

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI(X2), KOMPENSASI(X1)

b. Dependent Variable: KINERJA(Y)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 14,916 dengan nilai F_{tabel} adalah 3,14 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $14,916 > 3,14$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel kompensasi dan motivasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.

Pembahasan

Pengaruh kompensasi dan motivasi secara persial terhadap kinerja

Pengujian regresi secara statistik dengan regresi linear berganda secara persial antara variabel dependen terhadap variabel independen dalam penelitian ini sebagai berikut :

Pengaruh kompensasi terhadap kinerja

Pengaruh kompensasi secara persial terhadap kinerja pegawai dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh pengaruh sebesar 0,234 atau 23%. nilai tersebut berarti bahwa kompensasi yang semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka kinerja pegawai akan mengalami peningkatan.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel kompensasi terhadap kinerja yaitu t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} 3,461 > t_{tabel} 1,99834$) dengan nilai signifikan yaitu 0,001. Dengan demikian H_0 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian statistik membuktikan bahwa kompensasi secara persial memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana.

Pengaruh kompensasi terhadap kinerja memperlihatkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana. Kompensasi yang dimaksud adalah kompensasi

yang diberikan kepada pegawai baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini dipahami bahwa untuk meningkatkan kinerja pegawai sangat bergantung terhadap kompensasi yang diberikan instansi kepada pegawai, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kompensasi yang diberikan kepada pegawai maka semakin baik juga kinerja pegawai yang ada di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilian Diah Pratiwi (2014) yang menyimpulkan bahwa kompensasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal serupa juga disampaikan hasil penelitian Anoki Herdian Dito (2010) bahwa kompensasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja

Pengaruh motivasi secara persial terhadap kinerja pegawai dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh pengaruh sebesar 0,341 atau 34% nilai tersebut berarti bahwa motivasi yang semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka kinerja pegawai akan mengalami peningkatan.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel motivasi terhadap kinerja yaitu thitung lebih besar dari t tabel (thitung 2,726 > ttabel 1,99834) dengan nilai signifikan yaitu 0,008. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Pengujian statistik membuktikan bahwa motivasi secara persial memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana.

Motivasi merupakan dorongan pegawai untuk mencapai sesuatu. Usaha pegawai dalam bekerja dengan alasan adalah memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, biaya anak sekolah dan sebagainya. Karena kebutuhan selalu meningkat, pegawai selalu berupaya menambah tingkat pendapatan mereka dengan jalan mengambil jam lembur. Namun, dari hasil pendapatan tersebut, tidaklah mencukupi semua kebutuhan hidup keluarganya, artinya, ada kebutuhan yang masih dapat ditunda untuk dipenuhi, maka pelaksanaannya akan ditunda.

Pada dasarnya, suatu usaha yang didasari motivasi yang tinggi akan mengarahkan tingkah laku seseorang agar tergerak hatinya untuk melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu. Makna dari penjelasan ini adalah keterkaitan antara motif dan motivasi sangatlah erat. Motif akan berubah menjadi motivasi apabila motif sebagai daya penggerak benar-benar telah diaktifkan dalam wujud perbuatan atau tingkah laku, atau dengan kata lain motivasi adalah wujud aktif dari motif yang terpendam dalam diri seseorang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Robbins (2015) bahwa motivasi dapat dipahami sebagai suatu variabel penyalur yang dapat menimbulkan faktor-faktor tertentu dalam organisasi, yang membangkitkan, mengelola, mempertahankan dan menyalurkan tingkah laku menuju sasaran.

Pegawai sebagai pegawai dan individu tentu saja memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Bermacam motif dapat mendasari pegawai tersebut menerima penempatan sebagai pengelola keuangan. Motif-motif tersebut di antaranya adalah menginginkan tambahan penghasilan di luar gaji pokok yang akan diterima tiap periode, pemenuhan keinginan mengembangkan kompetensi dan potensi yang ada di dalam diri pegawai, ingin memiliki keterlibatan yang tinggi dengan organisasi dan motif-motif lainnya yang berbeda-beda.

Berkaitan dengan hal tersebut Bangun (2012) menjelaskan bahwa motif berprestasi dan motif berafiliasi merupakan dua hal yang mendasari seseorang bekerja. Semakin tinggi motif-motif tersebut, seseorang akan semakin terdorong untuk memenuhinya, sehingga dapat melaksanakan tugas sesuai dengan yang diinginkannya.

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa motivasi kerja pegawai adalah keadaan kejiwaan yang mendorong, mengaktifkan atau menggerakkan, mengarahkan, menyalurkan perilaku, sikap dan tindakan pegawai untuk mencapai tujuan dan pekerjaannya. Jika pegawai memiliki motivasi kerja yang tinggi dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya, maka pegawai akan merasa puas sehingga kinerjanya semakin meningkat.

Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Secara Simultan

Berdasarkan hasil penelitian secara statistik diketahui bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh positif terhadap pengaruh dependen. Dari hasil pengujian hipotesis nilai Fhitung sebesar 16,112 dengan nilai Ftabel adalah 3,14 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $16,112 > 3,14$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel kompensasi dan motivasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, diketahui bahwa kompensasi dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma. Berkaitan dengan peranan kompensasi dan motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai, berikut beberapa implikasi strategis pada setiap dimensi :

1. Kompensasi finansial merupakan bentuk balas jasa secara langsung yang terdiri dari bayaran yang diperoleh seseorang dalam bentuk gaji, upah, dan insentif. Kompensasi yang merupakan hak bagi para pegawaidan menjadi kewajiban organisasi untuk membayarnya. Dengan kompensasi finansial yang tepat diberikan organisasi pegawai akan merasa puas atas balas jasa yang diberikan sehingga semua aspek yang diberikan organisasi untuk mempertahankan pegawai yang ada, memastikan keadilan, mengawasi biaya, dan mengefesiensi administratif selanjutnya, dapat dikendalikan melalui sistem kompensasi secara finansial. Dengan terciptanya output yang maksimal atas hasil kerja pegawai di organisasi tersebut, maka akan menimbulkan kinerja organisasi yang baik dan akan meningkatkan nilai organisasi tersebut.
2. Kompensasi non finansial yang merupakan penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas kemampuan atau kecakapannya dalam bekerja. Dengan kompensasi non finansial yang tepat diberikan organisasi seperti pengembangan diri akan menimbulkan pegawai itu sendiri dapat berkembang tanpa harus melakukan recruitment, karena organisasi melakukan pengembangan untuk pegawainya dapat menciptakan keterampilan bagi pegawai itu sendiri dan memperoleh personel yang berkualitas. Dan dari aspek lingkungan kerja yang nyaman harus diberikan organisasi akan menimbulkan kenyamanan untuk pegawai itu sendiri dan dapat saling berkomunikasi ketika ada masalah yang terjadi di organisasi. Hal ini dapat membantu organisasi untuk mengawasi biaya, menghargai perilaku yang diinginkan, memfasilitasi pegawai tersebut dan organisasi dapat melihat kinerja pegawai dengan sistem kompensasi ini yang berguna untuk kelangsungan dari kinerja organisasi itu sendiri.
3. Meningkatkan motivasi kerja pegawai untuk mencapai prestasi kerja yang tinggi dengan mendorong pegawai untuk dapat bekerja secara maksimal dengan cara menempatkan pegawai atau memberikan tugas kepada pegawai sesuai dengan keinginannya, memberikan kewenangan penuh pada tugas yang telah diberikan dan memberikan pengembangan kepada pegawai sesuai dengan tanggungjawab dan prestasinya.
4. Motivasi kerja adalah faktor yang sangat penting artinya bagi pegawai. Dengan motivasi kerja tersebut pegawai akan bersemangat melaksanakan aktivitas atau pekerjaan sehari-hari. Tanpa motivasi kerja, orang cenderung malas dan hanya pasrah pada kondisi yang ada. Upaya meningkatkan motivasi kerja pegawai terutama berkaitan dengan pelayanan kepada pegawai seperti pemberian informasi mengenai regulasi (aturan) baru, mendukung pegawai untuk meningkatkan kreativitas dalam pekerjaan dan adanya saling keterbukaan antara sesama anggota organisasi.

Meningkatkan kinerja pegawai terutama berkaitan dengan standar dan prosedur tugas, memotivasi pegawai untuk terus masuk kerja dan mendorong pegawai untuk memanfaatkan waktu sebaik-baiknya, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Bengkulu Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang semakin tinggi maka akan menjadi semakin tinggi juga pada kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.
2. Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi yang semakin tinggi maka menjadi semakin tinggi juga pada kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.
3. Secara simultan Kompensasi dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian kompensasi dan motivasi yang tinggi maka akan menjadi tinggi juga pada kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan

Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Seluma.

Saran

1. Meningkatkan motivasi kerja dari segi kompensasi finansial yang masih sangat rendah yaitu ganti rugi dan Pengobatan gratis. Ganti rugi merupakan suatu bentuk ganti rugi atas pengeluaran yang pegawai lakukan demi memenuhi kebutuhan pekerjaan, hal ini bisa meliputi semua resiko kesehatan, keselamatan maupun asset pribadi yang digunakan untuk mencapai target kerja. sedangkan pengobatan gratis merupakan kompensasi yang pasti diterima oleh pegawai tetapi karena proses dan tingkatan fasilitas yang didapatkan biasanya rendah maka banyak yang tidak dimanfaatkan pegawai secara maksimal.
2. Meningkatkan motivasi kerja pegawai terutama berkaitan dengan Waktu kerja yang Fleksibel, waktu kerja yang fleksibel membuat pegawai dapat menekan stress serta memberikan keleluasaan lingkungan sehingga dapat mendukung pegawai untuk dapat bekerja secara semangat dan maksimal.
3. Meningkatkan kinerja pegawai terutama berkaitan dengan Pemimpin yang berkemampuan baik karena seorang pemimpin berperan besar dalam menentukan setiap kebijakan sebuah organisasi. Tujuan organisasi bisa tercapai ketika seorang pemimpin mampu menjalankan tugas dan fungsi dengan baik, oleh karena itu setiap organisasi membutuhkan seorang pemimpin yang mengerti tentang fungsi kepemimpinan.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Prabu Mankunegara. (2013), Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Abdullah, M. (2014). Manajemen Dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta : Penerbit Aswaja Pressindo.
- Aamir, et. Al, (2012). Dynamic Pricing In Social Network: The Word Of Mouth Effect. Departement of Economics. Massachusetts Institute of Technology (MIT). University of Pennsylvania.
- Asnawi, T. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT. Remaja Roesda Karya
- Bangun, Wilson. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. Erlangga.
- Benardin, W. dan W. Russel, (2007). Examining the organizational culture and organizational performance link. Leadership & Organization Development Journal, Vol. 16 Iss: 5, pp.16 – 21
- Buble, et al. (2014). The Relationship Between Managers' Leadership Styles And Motivation. Management, Vol. 19
- Chairunnisa. (2016). Manajemen Pendidikan dalam Multi Perspektif. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cotterman. (2005). Compensation Plans For law Firms. Chicago, America Bar Association.
- Creswell, John W. (2014). Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daft, Richard L (2015). Era Baru Manajemen. Jilid 2. Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta
- Dessler (2003). Manajemen Sumber Daya Manusia. Buku 1. Jakarta.
- Dwipayana, M. A. (2014). Pengaruh Dislipin Kerja, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada Percetakan Sadha Jaya di Denpasar. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Vol 3. No 1. Hal 44 - 63.
- Ghozali, Imam. (2011). Model Persamaan Struktural konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 19.0. Semarang
- Goleman, J.H. (2005). Sources of Conflict between Work dan Family Roles, The Academy of Management Review, Vol. 10, No 1, Hal. 76-88
- Gomes. F. C. (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hakim (2016). Implementasi Kebijakan Remunisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) Di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Vol.2 No.3 Hal.64-67
- Handoko, Hani. (2012). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Cetakan Kedua Puluh. Yogyakarta
- Hasibuan, Melayu. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Heidjrachman, Ranupandojo. (2000). Manajemen Personalia. Edisi Keempat, BPFE, Jogjakarta.

- Husein, Umar. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Latief (2012).Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi. Volume 1.Nomor 2.
- Mangkuprawira, S. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia. Ghalia Indonesia.Edisi Kedua .Bogor.
- Marwansyah.(2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Kedua. Cetakan Keempat. Bandung : Alfabetha,CV.
- Mathis, R.L & Jackson J. H. (2006).Human Resource Management : Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Sepuluh, Jakarta. Salemba Empat.
- Mavhungu, D. & M.H.R. Bussin (2017).The Mediation Role of Motivation between Leadership and Public Sector Performance. SA Journal of Human Resources Management, Online 2071-078X: 1683-7584
- McKenna.(2006). Business and Psychology: Organizational Behavior, New York: Psychology Press.
- Melisa (2014). Pengaruh pelatihan dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai dinas perizinan kota jambi.
- Moeheriono.(2012). Pengukuran kinerja berbasis kompetensi. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Moleong.(2013). Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondy, R. W & Noe, R. M (2013).Human Resource Management, Internasional Edition, 9 th Edition, Pra1tice Hall
- Nathania.(2016). Analisis Pengaruh Kompensasi Terhadap kinerja karyawan PD Damai Motor Bandar Lampung.
- Nawawi. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia : Untuk Bisnis Yang Kompetitif, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nilema & Nyaro (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Ghalia Indonesia.Edisi Kedua .Jakarta.
- Nitasari.(2012). Analisis Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai.
- Nurfitri, T dan Lestari, S, (2009). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Komparasi RSUD Banyumas, RS. Sinar Kasih, PT. PLN. Dan PDAM Kabupaten Banyumas) Jurnal Performance. Vol. 10 No. 1 (P.38-55)
- Oie I (2010). Riset Sumber Daya Manusia.Cara Praktis Mengukur Stress,Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja Dan Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya.Cetakan Kelima.PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Pariaribo. (2013). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Motivasi kerja serta Dampaknya terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah di Kabupaten Supiori, Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol1. No.4:57.
- Pasolong.(2014). Kepemimpinan Birokrasi. Edisi Keempat. Bandung : Alfabeta.
- Peraturan Pemerintah RI No 46 Tahun 2011 Tentang Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil
- Pratiwi (2010).Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai PT Bank Muamalat Cabang Palembang.
- Priansa, Donni Juni. (2014). Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.Bandung : Alfabetha.
- Raden A. (2016). Pengaruh motivasi dan disiplin terhadap kinerja karyawan PT. Greenfields Indonesia
- Rachmawati (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta
- Robbin,S.P dan T.A Judge. (2008).Perilaku Organisasi,Edisi 12. Jilid 1 Dan 2.Terjemahan. Salemba Empat.Jakarta.
- Rivai, Veithzal & Ella Jauvani Sagala.(2014). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sahadiria (2012).Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Buri Sonikijaya Padang.
- Schuller, R.S. & S. Jackson (2003). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Prenhalindo
- Sedarmayanti (2011).Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil,PT Refika Aditama,Bandung.
- Sekaran (2006).Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba 4.
- Siagian, Sondang, P. (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Pertama). Jakarta : Binapura Aksara.
- Simamora, Henry. (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia.Yogyakarta : STIE YKPN.
- Simamora, H. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Siswanto (2015). Manajemen Tenaga Kerja Manusia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono.(2005). Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke- 15. Bandung: CV. Alfabeta
- Supryadi (2014).SPSS + Amos Statistik Analisis, In Media.Jakarta.
- Sutrisno, Edi.(2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Suwatno dan Priansa.(2011). Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syekh, Sayid (2011). Pengantar Statistik Sosial Dan Ekonomi. Gaung Persada (GP),Jakarta
- Talib, N.Z., N.B. Ramli, Z.B. Husin, S.B. Jamaluddin & J. Saputra (2019). Transformational Leadership and Teachers Performance: The Mediating Role of Motivation and Commitment. Especial, 35 (21): 306-322.
- Viani (2014).Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan BMT Bina Insani Pringapus.
- Wibowo.(2014). Manajemen Kinerja.Jakart.PT Rajagrafindo Prasada.
- Winardi.(2015). Manajemen Prilaku Organisasi. Edisi Revisi. Prenada Media Grup. Jakarta.
- Umar, Husein (2008). Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.

Perception Analysis of the Use of Digital Wallets in East Kalimantan Province Students

Analisis Persepsi Penggunaan Dompet Digital Pada Mahasiswa Provinsi Kalimantan Timur

Dewi Atriani¹⁾; Elijah A. M. Sampetoding²⁾; Avi Sunani³⁾; Sabrina W. J. Husain⁴⁾; Arini A. Purba⁵⁾

¹⁾Department of Civil Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada

²⁾Department of Informatics Engineering, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Rajawali

³⁾Department of Accounting, Universitas Narotama

⁴⁾Department of English Language Teaching, Universitas Negeri Gorontalo

⁵⁾Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Universitas Primagraha Serang

Email: ¹⁾dewi.atriani@mail.ugm.ac.id; ²⁾eacantha@gmail.com; ³⁾avisunani.as@gmail.com;

⁴⁾sabrinawardhatuljannahusain@gmail.com; ⁵⁾arini.anestesia@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

KEYWORDS

*E-wallet, Students
Perception, Perceived
Convenience, Perceived
Risk*

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji persepsi kemudahan dan persepsi risiko dalam penggunaan e-wallet pada mahasiswa di provinsi Kalimantan Timur. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan survei pada 113 responden mahasiswa Kalimantan Timur yang menggunakan e-wallet. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa lebih dari setengah jumlah responden setuju pada aspek persepsi kemudahan dan aspek persepsi risiko. Responden merasa e-wallet mudah digunakan dan merasa aman menggunakannya. Hasil penelitian ini diharapkan membuka penelitian lanjutan dan bermanfaat untuk kepentingan akademisi maupun perkembangan teknologi dan perekonomian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyse the perceived convenience and perceived risk in the use of e-wallet among students in the province of East Kalimantan. This research is based on primary data in the form of a online survey of 113 East Kalimantan's student who using e-wallet. The results of this study were found that more than half of the respondents agreed on the aspect of perceived convenience and the aspect of perceived risk. Respondents felt that the e-wallet was easy to use and felt safe using it. The results of this study are expected to open up further and useful research for the benefit of academics as well as technological and economic developments.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi membuat manusia harus selalu beradaptasi pada perubahan-perubahan di dunia yang dinamis ini. Pemanfaatan teknologi banyak membantu mempermudah kehidupan, tak terkecuali di bidang keuangan. Hadir sebuah inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan yaitu Financial Technology atau fintech. Fintech bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru berupa jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara fintech untuk membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa memiliki rekening seperti yang ada pada perbankan pada umumnya (Rahma, 2018)

Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran. Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo, pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta secara resmi mencanangkan "Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)" dalam rangka mewujudkan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan andal dengan tetap menjunjung tinggi aspek perlindungan konsumen, memperhatikan perluasan akses, dan kepentingan nasional, Bank Indonesia akan meningkatkan elektronifikasi transaksi pembayaran dan peningkatan infrastruktur sistem pembayaran. Umumnya sistem pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien.

Bank Indonesia sendiri bekerjasama dengan beberapa instansi terkait menggalakkan transaksi non-tunai yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai (*less cash society*), karena penggunaan transaksi non tunai menurut gubernur Bank Indonesia dapat mengurangi peredaran uang tunai di Indonesia serta mendorong terciptanya *less cash society* (Bank Indonesia, 2014).

Seiring dengan dikenalnya uang elektronik yang berbasis *chip* secara luas di tengah-tengah masyarakat, maka banyak perusahaan *start up* membangun bisnis *fintech* sehingga tercipta yang disebut *e-wallet* atau dompet digital. *E-wallet* sebenarnya juga termasuk dalam uang elektronik, perbedaannya pada media penyimpanannya. *E-wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone*

yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi (Widiyanti, 2020).

Di zaman sekarang *e-wallet* telah banyak digunakan untuk kemudahan bertransaksi di masyarakat terutama di kalangan generasi muda yang terbiasa dengan gaya hidup cepat dan serba praktis, namun minat pengguna *e-wallet* tetap dipengaruhi rasa kepercayaan konsumen atas akses kemudahan transaksi dan risiko penggunaannya terutama terkait keamanan. Menurut Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan di mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut, maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

Persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor atau indikator. Indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dari Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mudah dipelajari (*easy to learn*), mudah dikontrol (*controllable*), jelas dan mudah dipahami (*clear & understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah menjadi terampil (*easy to become skillful*), dan mudah digunakan (*easy to use*).

Selain adanya persepsi kemudahan, penelitian juga mengangkat persepsi risiko penggunaan *e-wallet*. Persepsi risiko diperkenalkan oleh Bauer (1960) yang diartikan sebagai sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat keputusan pembelian. Persepsi risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi (Yogananda & Dirgantara, 2017).

Menurut Pavlou (2003) mengungkapkan bahwa persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko yaitu berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko.

Provinsi Kalimantan Timur (atau disingkat Kaltim) sebagai calon ibu kota negara Indonesia yang baru sejak diumumkan oleh Presiden Joko Widodo pada Agustus 2019 lalu, kini telah banyak berubah dan berkembang pesat. Aspek teknologi, wisata, sosial, lingkungan, pendidikan hingga perputaran perekonomian di Kalimantan Timur telah menjadi sorotan publik. Secara geostrategis, posisi Kalimantan Timur memiliki potensi dalam perdagangan internasional karena berada di tengah-tengah wilayah Indonesia.

Provinsi yang berada di peringkat ke empat sebagai provinsi terluas di Indonesia ini sebentar lagi akan menciptakan sejarah dunia sebab Indonesia lah satu-satunya negara yang memindahkan ibu kotanya dari satu pulau ke pulau lainnya. Tentu hal ini menarik minat investor asing dan lokal yang akan turut berperan penting dalam perkembangan perekonomian Kaltim, maka menjadi wajar bila teknologi di bidang keuangan juga meningkat. Saat ini sudah banyak transaksi keuangan dengan metode *cashless* seperti penggunaan kartu debit, kartu kredit, *mobile banking* hingga *E-Wallet*.

Penelitian ini secara spesifik membahas mengenai penggunaan *E-Wallet* di wilayah Kalimantan Timur khususnya pada mahasiswa sebagai generasi muda yang lebih aktif pada perkembangan zaman dan pemanfaatan teknologi (Manapa et. al., 2020), selain itu 71% penduduk Kalimantan timur merupakan penduduk usia produktif. Oleh karena itu, mahasiswa di provinsi Kalimantan Timur menjadi objek dalam penelitian ini (Kompas, 2021).

LANDASAN TEORI

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik. Hal tersebut dikarenakan kemudahan berupa mudah untuk dipelajari dan mudah dipahami, layanan uang elektronik juga mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai merchant (pedagang atau toko) yang telah mendukung transaksi uang elektronik, serta kemudahan untuk melakukan isi ulang atau top-up pada uang elektroniknya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qulub (2019) bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-money* pada masyarakat di Kota Cirebon. Hal ini

disebabkan e-money tergolong alat pembayaran yang masih baru dibandingkan alat pembayaran lainnya sehingga pengguna e-money membutuhkan banyak informasi mengenai cara penggunaan e-money.

Siti Rodiah (2020) meneliti terkait pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-wallet. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet.

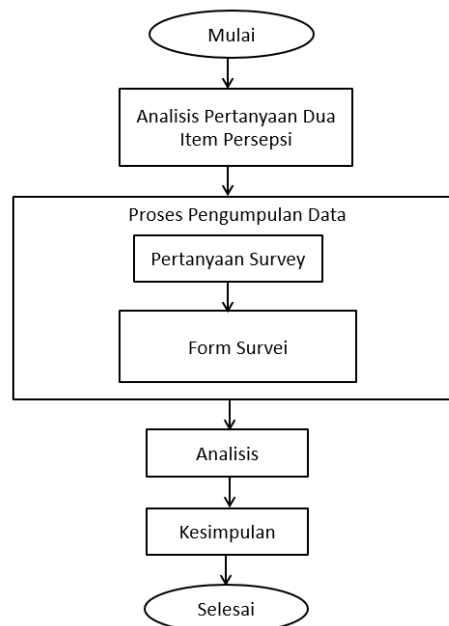
Chrysilla Zada dan Yunita Sopiana (2021), meneliti terkait Penggunaan E- Wallet atau Dompet Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah, hasilnya membuktikan bahwa UMKM mendorong perkembangan E-wallet atau Dompet Digital. Data menunjukkan bahwa penggunaan Dompet Digital mengalami peningkatan. Penemuan lain dalam penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan Dompet Digital sebagai alat pembayaran non-tunai bagi UMKM membantu mereka untuk tidak perlu menyediakan uang kembalian.

Muhammad Sulthon Alif & Ahmad R. Pratama (2020), Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia, hasilnya secara umum tingkat kesadaran keamanan pengguna E-Wallet di Indonesia dapat dikatakan sudah cukup baik dengan beberapa peluang peningkatan di sisi pengetahuan, sikap, dan perilaku, utamanya yang terkait dengan area fokus PIN/Password, software, dan internet yang masih lebih rendah jika dibandingkan area fokus hardware, selain itu penelitian ini juga menemukan penghasilan dan pendidikan sebagai dua faktor utama yang berpengaruh pada perbedaan tingkat kesadaran keamanan di kalangan pengguna E-Wallet di Indonesia

METODE PENELITIAN

Metode Kuantitatif

Metode penelitian adalah teknik untuk mencari, memperoleh, menyimpulkan atau mencatat data. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika. Berikut adalah gambar model penelitian ini.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber data penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner daring yaitu Google Forms yang disebar melalui media sosial WhatsApp, Telegram dan Instagram. Populasi dari penelitian adalah seluruh mahasiswa pengguna E-Wallet di Provinsi Kalimantan Timur, sedangkan sampel dalam penelitian yaitu 113 orang responden mahasiswa di provinsi Kalimantan Timur yang terdiri dari mahasiswa di wilayah Kota Samarinda, Balikpapan, Berau, Kutai Kartanegara, Kutai Timur, Paser, Kutai Barat, dan Bontang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode

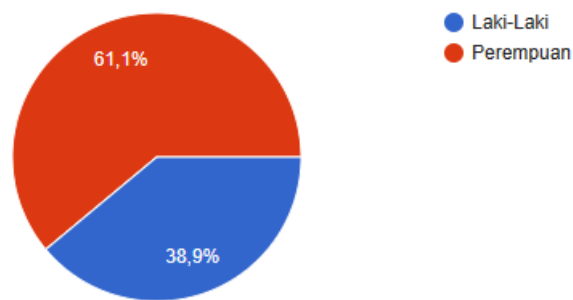
convenience sampling. Alasan menggunakan metode tersebut adalah karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Peneliti memanfaatkan *personal contact* untuk memberi kemudahan akses terhadap responden. Pemilihan metode *convenience sampling* ini bertujuan untuk meningkatkan response rate. Kriteria responden yang mengisi adalah mahasiswa aktif dengan Angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021 yang menggunakan E-Wallet dalam kehidupan sehari-hari. Sumber data sekunder diperoleh melalui literatur berupa jurnal ilmiah, artikel maupun situs internet yang berkaitan dengan topik E-Wallet.

Pengalaman Responden dalam menggunakan E-Wallet dengan memilih kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

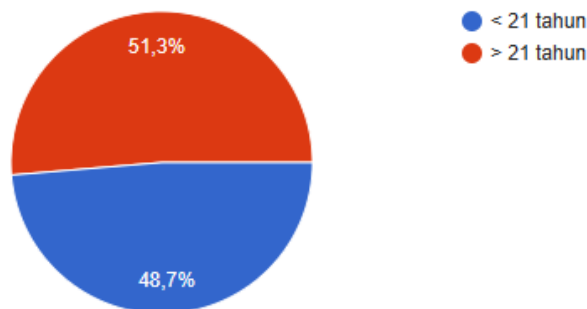
- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Biasa
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner selanjutnya dianalisis dan dibagi dalam dua persepsi yakni Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko yang masing-masing memiliki lima pertanyaan. Total 113 orang responden mahasiswa dengan komposisi Jenis kelamin Laki-Laki berjumlah 38,9% dan Perempuan sebesar 61,1% (Gambar 2) dengan rentang Usia diatas 21 tahun sebesar 51,3% dan usia dibawah 21 tahun sebanyak 48,7% (Gambar 3).



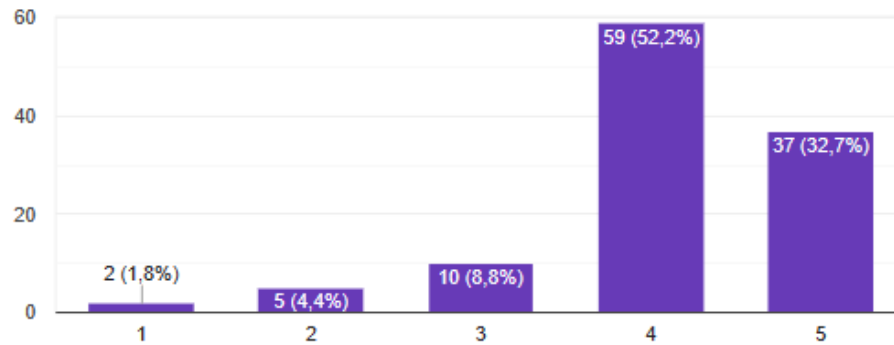
Gambar 2. Jenis Kelamin Responden



Gambar 3. Usia Responden

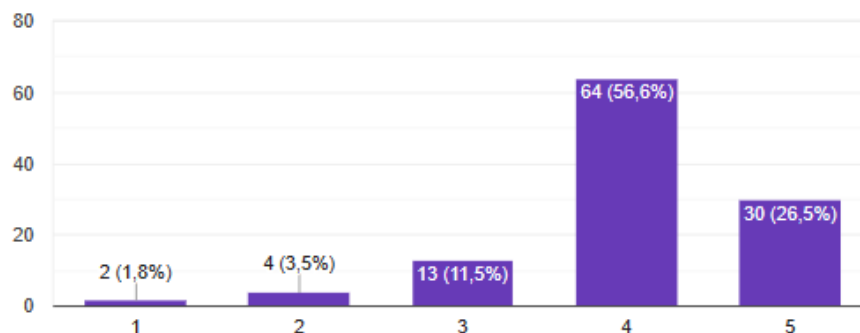
Persepsi Kemudahan

Pada Persepsi Kemudahan, terdapat lima buah pertanyaan yakni (1) E-Wallet bisa digunakan kapanpun dan dimanapun; (2) Terdapat kemudahan mempelajari dan menggunakan E-Wallet; (3) Transaksi menggunakan E-Wallet dapat digunakan di berbagai merchant; (4) E-Wallet lebih praktis dan efisien penggunaannya dibandingkan penggunaan uang tunai; (5) E-Wallet dapat mengurangi kerumitan dalam mencari uang tunai dengan nominal yang dibutuhkan saat bertransaksi.



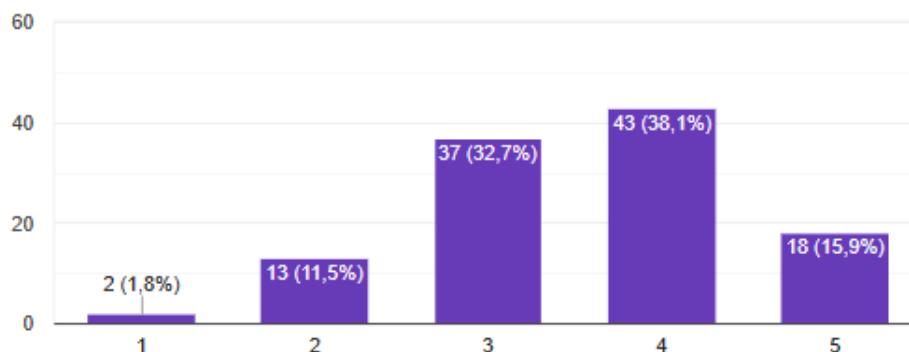
Grafik 1. E-Wallet bisa digunakan kapanpun dan dimanapun

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (52,2%) dan Sangat Setuju (32,7%) bahwa E-Wallet bisa digunakan kapanpun dan dimanapun. Sedangkan yang memilih Biasa (8,8%), Tidak Setuju (4,4%) dan Sangat Tidak Setuju (1,8%).



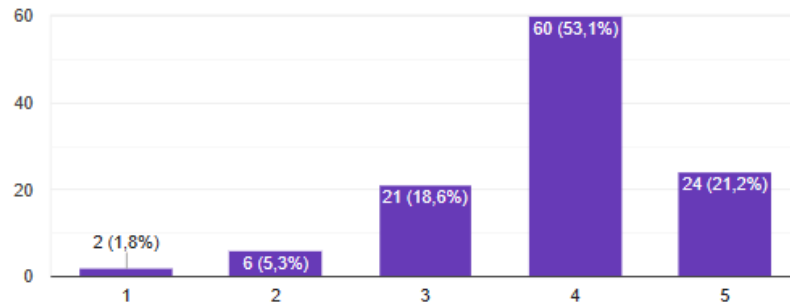
Grafik 2. Terdapat kemudahan mempelajari dan menggunakan E-Wallet

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa memilih Setuju sebesar (56,6%) dan Sangat Setuju sebanyak (26,5%) bahwa E-Wallet mudah digunakan dan dipelajari. Sedangkan yang memilih Biasa (11,5%), Tidak Setuju (3,5%) dan Sangat Tidak Setuju (1,8%).



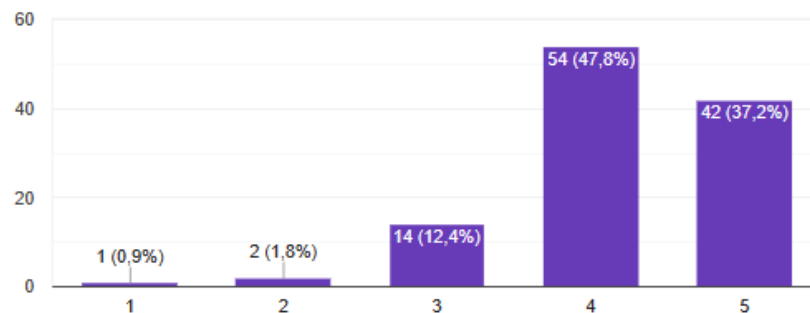
Grafik 3. Transaksi menggunakan E-Wallet dapat digunakan di berbagai merchant (toko)

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (38,1%) dan Biasa/Netral (32,7%) bahwa Transaksi menggunakan E-Wallet dapat digunakan di berbagai merchant. Selanjutnya secara berturut-turut hasilnya Sangat Setuju (15,9%), Tidak Setuju (11,5%) dan Sangat Tidak Setuju (1,8%).



Grafik 4. E-Wallet Lebih Praktis dan Efisien Penggunaannya dibandingkan penggunaan uang tunai

Berdasarkan Grafik di atas secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (53,1%) bahwa E-Wallet Lebih Praktis dan Efisien Penggunaannya dibandingkan penggunaan uang tunai. Selanjutnya secara berturut-turut hasilnya Sangat Setuju (21,2%), Biasa/Netral (18,6%), Tidak Setuju (5,3%) dan Sangat Tidak Setuju (1,8%).



Grafik 5. E-Wallet Mengurangi Kerumitan dalam Mencari Uang Tunai

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (47,8%) dan Sangat Setuju (37,2%) bahwa E-Wallet mengurangi Kerumitan dalam Mencari Uang Tunai. Sedangkan yang memilih Biasa (12,4%), Tidak Setuju (1,8%) dan Sangat Tidak Setuju (0,9%).

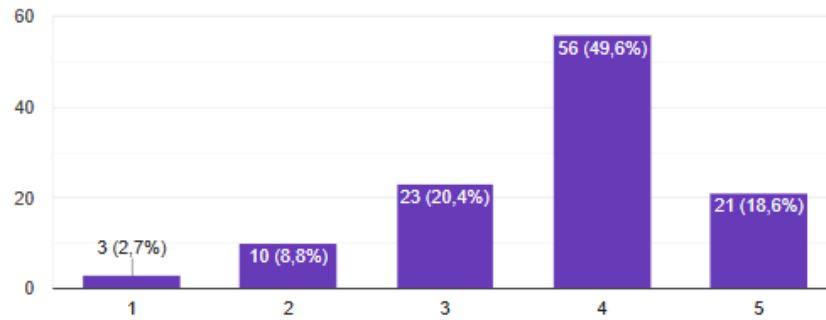
Tabel 1. Analisis Persepsi Kemudahan

	Keterangan				
	1	2	3	4	5
PK1 (%)	1,8	4,4	8,8	52,2	32,7
PK2 (%)	1,8	3,5	11,5	56,6	26,5
PK3 (%)	1,8	11,5	32,7	38,1	15,9
PK4 (%)	1,8	5,3	18,6	53,1	21,2
PK5 (%)	0,9	1,8	12,4	47,8	37,2
Avg (%)	1,62	5,3	16,8	49,56	26,7

Dari hasil diketahui bahwa Persepsi Kemudahan pada E-Wallet menurut Mahasiswa Kalimantan Timur yakni Setuju (49,56%), Sangat Setuju (26,7%), Biasa/Netral (16,8%), Tidak Setuju (5,3%) dan Sangat tidak setuju (1,62%). Artinya bahwa mayoritas mahasiswa berpersepsi bahwa penggunaan e-wallet adalah mudah.

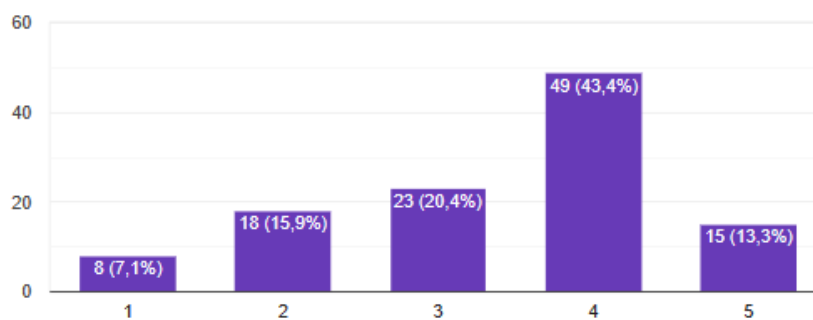
Persepsi Resiko

Pada Persepsi Resiko, terdapat lima buah topik yakni (1) Mengisi ulang saldo E-Wallet hanya saat dibutuhkan; (2) Tidak Khawatir informasi diberikan akan dimanipulasi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab; (3) Responden yakin Perusahaan penyelenggara E-Wallet melindungi informasi pengguna (data diri); (4) Responden yakin saldo E-Wallet tidak akan dicuri atau dihilangkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab; (5) Responden merasa aman menggunakan E-Wallet saat bertransaksi.



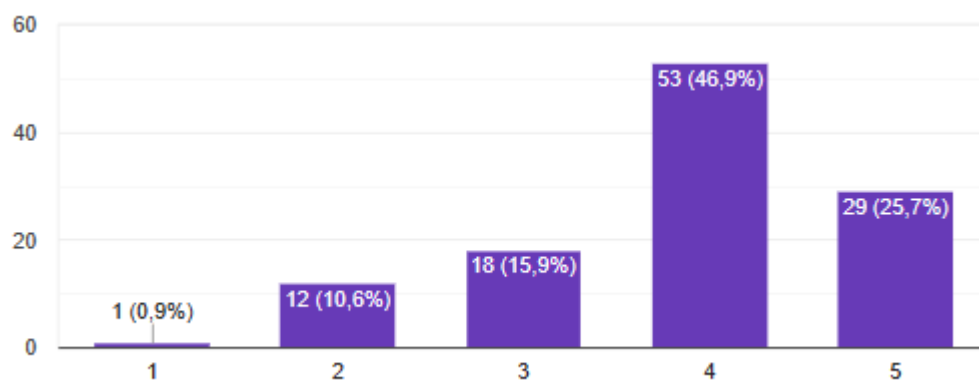
Grafik 6. Isi Ulang Saldo E-Wallet saat dibutuhkan

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (49,6%) bahwa Isi Ulang Saldo E-Wallet saat dibutuhkan saja. Sedangkan yang memilih Sangat Setuju (18,6%), Biasa (20,4%), Tidak Setuju (8,8%) dan Sangat Tidak Setuju (2,7%).



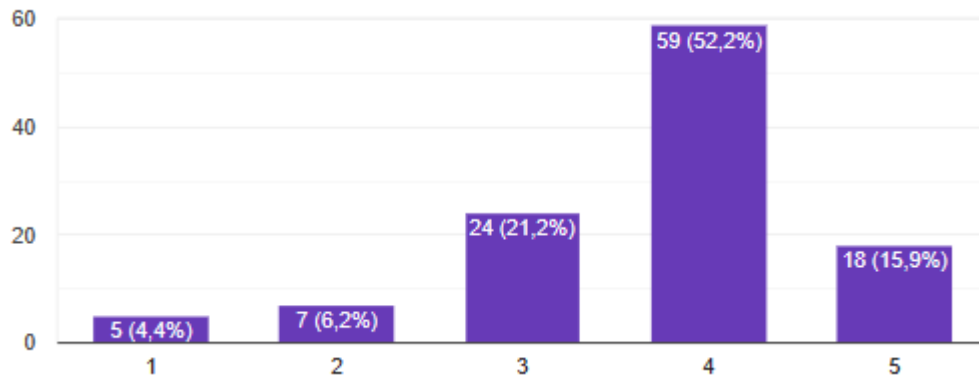
Grafik 7. Tidak Khawatir Informasi dimanipulasi pihak yang tidak bertanggung jawab

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (43,4%) bahwa Tidak Khawatir Informasi dimanipulasi pihak yang tidak bertanggung jawab. Sedangkan yang memilih Sangat Setuju (13,3%), Biasa (20,4%), Tidak Setuju (15,9%) dan Sangat Tidak Setuju (7,1%).



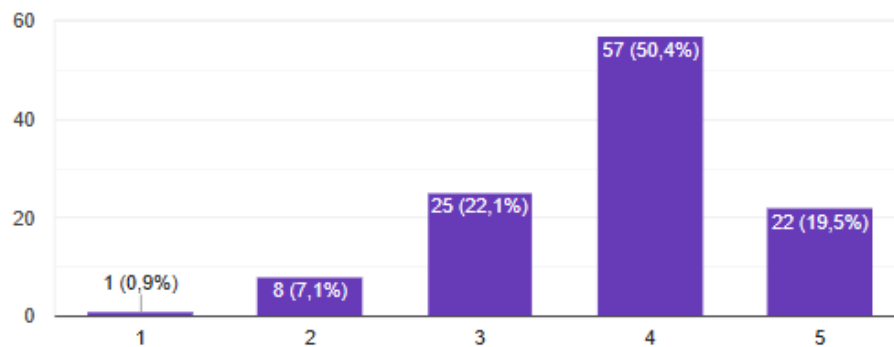
Grafik 8. Perusahaan E-Wallet Melindungi Informasi Pengguna (data diri)

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mahasiswa mayoritas Memilih Setuju (46,9%) bahwa Responden yakin Perusahaan Penyelenggara E-Wallet akan melindungi Informasi Pengguna (data diri). Sedangkan yang memilih Sangat Setuju (25,7%), Biasa (15,9%), Tidak Setuju (10,6%) dan Sangat Tidak Setuju (0,9%).



Grafik 9. Responden yakin saldo E-Wallet tidak akan dicuri

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (52,2%) bahwa Responden yakin saldo E-Wallet tidak akan dicuri. Sedangkan yang memilih Sangat Setuju (15,9%), Biasa (21,2%), Tidak Setuju (6,2%) dan Sangat Tidak Setuju (4,4%).



Grafik 8. Responden merasa aman menggunakan E-Wallet saat bertransaksi

Berdasarkan Grafik di atas, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa Memilih Setuju (50,4%) bahwa Responden merasa aman menggunakan E-Wallet saat bertransaksi. Sedangkan yang memilih Sangat Setuju (19,5%), Biasa (22,1%), Tidak Setuju (7,1%) dan Sangat Tidak Setuju (0,9%)

Tabel 2. Analisis Persepsi Resiko

	Keterangan				
	1	2	3	4	5
PR1 (%)	2,7	8,8	20,4	49,6	18,6
PR2 (%)	7,1	15,9	20,4	43,4	13,3
PR3 (%)	0,9	10,6	15,9	46,9	25,7
PR4 (%)	4,4	6,2	21,2	52,2	15,9
PR5 (%)	0,9	7,1	22,1	50,4	19,5
Avg (%)	3,2	9,72	20	48,5	18,6

Dari hasil analisis Persepsi Resiko diketahui bahwa E-Wallet Aman (tidak beresiko) menurut Mahasiswa Kalimantan Timur yakni Setuju (48,5%), Sangat Setuju (18,6%), Biasa/Netral (20%), Tidak Setuju (9,72%) dan Sangat tidak setuju (3,2%). Dengan kata lain, mahasiswa berpersepsi bahwa penggunaan e-wallet adalah aman (tidak berisiko).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menguji persepsi kemudahan dan risiko dalam menggunakan e-wallet. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa Kalimantan Timur berpersepsi bahwa menggunakan e-wallet adalah mudah dan aman (tidak berisiko). Hal ini terbukti dari respon mahasiswa lebih dari lima puluh persen setuju dan sangat setuju bahwa mudah dan aman dalam bertransaksi menggunakan e-

wallet. Hasil penelitian ini bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini mengembangkan teori keperilakuan terutama dari segi persepsi. Secara praktik, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan baik oleh *merchant* maupun perusahaan penyedia e-wallet.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan seperti hanya menggunakan responden mahasiswa di Kalimantan Timur dan menggunakan teknik penyampelan *convenience sampling*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian topik ini dengan menambah berbagai aspek yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti persepsi aspek kemanfaatan dan kepercayaan dan melakukan penelitian di provinsi lain di Indonesia. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan teori keperilakuan, terutama persepsi penggunaan e-wallet dari aspek persepsi, sikap, perilaku hingga minat penggunaan e-wallet.

Pelaku usaha dapat mengembangkan penggunaan e-wallet dalam bertransaksi sehingga mendapat customer lebih banyak. Selain itu, pihak perusahaan e-wallet dapat terus mengembangkan produknya ke arah yang lebih baik. Pihak pemerintah agar dapat memaksimalkan potensi E-Wallet untuk perkembangan perekonomian daerah maupun nasional. Pengguna e-wallet akan terus meningkat seiring bertambahnya waktu dan pengetahuan masyarakat, sehingga harapannya penelitian ini dapat membuka pintu perkembangan teknologi dan wawasan baru bagi banyak pihak agar penelitian ini dapat dikembangkan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Chrysilla Zada & Yunita Sopiana, 2021. Penggunaan E- Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Vol. 4 No.1, 2021, hal 251-268
- Jogiyanto. (2007) Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset
- Manapa, E.S., *et al.*, (2020). Analisis Terhadap Metode Kuliah Daring dan Biaya Transporstasi Mahasiswa Indonesia Dalam Masa Pandemi COVID-19. Journal Dynamic Saint, Universitas Kristen Indonesia Toraja. Vol. 5 No. 2, hal 985-991
- Muhammad Sulthon Alif & Ahmad R. Pratama (2020), Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia. Jurnal AUTOMATA, Universitas Islam Indonesia, Vol. 2 No. 1
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik. "Profil Daerah Provinsi Kalimantan Timur". <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/provinsi-kalimantan-timur> diakses 31 Okt 2021 pukul 16.55 wita
- Qulub, A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
- Rahma, T. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). Jurnal At-Tawassuth, Vol. III, No. 1, 642 – 661
- Rodiah, Siti. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang
- Utami, S., & Kusumawati. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-money. Jurnal Balance Vol. XIV No.2 2017
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7 No. 1
- Yogananda, A., & Dirgantara, I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik. Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7