

## Use of Facebook Social Media as Product Marketing Media

### Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk

Muhammad Anshari Hutasuhut<sup>1)</sup>; Siti Hazrah<sup>2)</sup>; Vania Sally Nabila<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [manshari004@gmail.com](mailto:manshari004@gmail.com); <sup>2)</sup> [sitihazrah.hatta21@gmail.com](mailto:sitihazrah.hatta21@gmail.com); <sup>2)</sup> [vianasally12@gmail.com](mailto:vianasally12@gmail.com);

<sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Hutasuhut, M. A., Hazrah, S., Nabila, V. S., Nurbaiti. (2021). Use of Facebook Social Media as Product Marketing Media. JURNAL EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

#### KEYWORDS

Social Media, Facebook, Marketing

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



#### ABSTRAK

Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka, sehingga berusaha untuk mengakses informasi secepat mungkin. Untuk memperkenalkan produk barang atau jasa yang akan dijual, perusahaan atau usaha kecil dan menengah membutuhkan promosi, dan pola di bidang bisnis melalui facebook atau melalui toko berbasis web sangat menggembirakan. Pencipta menggunakan pendekatan pemeriksaan subjektif yang mencerahkan di mana informasi yang dikumpulkan sebagian besar berupa kata-kata dan kalimat, atau gambar yang lebih penting daripada angka atau frekuensi. Pelaksanaan pemanfaatan media berbasis web Facebook meliputi membangun metodologi data, merencanakan kemajuan dan membangun jaringan dengan menggunakan gathering dan fanspages.

#### ABSTRACT

Everyone needs information to support their activities, so try to access information as quickly as possible. To introduce products or services that will be sold, companies or small and medium-sized businesses need promotions, and the pattern in the field of business through Facebook or through a web-based shop is very encouraging. The creator utilizes an enlightening subjective examination approach where the information gathered is predominantly as words and sentences, or pictures that have more significance than numbers or frequencies. Execution of the utilization of Facebook web-based media incorporates building data methodologies, planning advancements and building networks by using gatherings and fanspages.

## PENDAHULUAN

Semua orang membutuhkan data untuk membantu latihan mereka, jadi cobalah untuk mendapatkan data secepat yang diharapkan. Inovasi data tercipta dengan munculnya web dan diikuti dengan hadirnya media berbasis web. Media online adalah media yang memungkinkan setiap orang untuk terhubung dan berbaur dan berbagi tanpa dirusak oleh kenyataan. Media berbasis web menyambut setiap individu yang tertarik untuk mengambil bagian dengan berkontribusi dan memberikan masukan secara lugas, memberikan komentar, dan berbagi data dalam waktu yang cepat dan tanpa batas. (Kaplan, Andreas, dan Haenlein, 2010).

Untuk memperkenalkan produk barang atau jasa yang akan dijual, perusahaan atau usaha kecil dan menengah membutuhkan promosi, Media promosi dapat dilakukan melalui media

cetak, video, media online atau pun tatap muka secara langsung bertemu dengan calon konsumen. Kemajuan sebagai kemajuan prosedur yang digunakan untuk mencapai kesepakatan atau mempromosikan tujuan dengan penggunaan praktis, dengan menawarkan manfaat tambahan untuk item atau administrasi baik untuk delegasi dan klien langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu (Freddy, 2009:177).

Facebook adalah situs komunikasi orang ke orang di mana klien dapat bergabung dengan jaringan seperti daerah perkotaan, kantor, sekolah, dan lokal untuk bergaul dan berkolaborasi dengan orang lain. Individu juga dapat menambahkan teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil mereka sendiri sehingga orang lain dapat melihat tentang mereka. Basuki (1993) menjelaskan bahwa inovasi data merupakan perpaduan dua istilah, yaitu inovasi dan data. Inovasi dicirikan sebagai pelaksanaan ilmu atau tidak dapat dipisahkan dari ilmu terapan. Sedangkan data dicirikan sebagai sesuatu yang dikatakan atau diungkapkan atau berita. Jadi dalam data terjadi pertukaran informasi atau semua yang diketahui. Dengan demikian, inovasi data merupakan inovasi yang digunakan untuk menyimpan, memproduksi, mengolah, dan menyebarkan data yang menggabungkan empat kelas, khususnya numerik, suara, teks, dan gambar. Kehadiran TI menjadi bagian penting dalam memahami zaman penduduk setempat yang maju. Hal ini karena kemajuan mekanis yang ekstrim telah membawa kita ke dunia baru "cyberspace" dan secara signifikan mempengaruhi perilaku kita dalam menyampaikan dan berbagi data baik dalam lingkup kecil maupun besar (Autry dan Berge, 2011).

Pola di bidang bisnis melalui Facebook atau melalui toko berbasis web tidak diragukan lagi sangat menggembirakan. Seperti yang ditunjukkan oleh Gemilang (2012) menyatakan bahwa berdasarkan penemuan terakhir oleh ilmuwan ekonomi Morpace, klien Facebook AS menghabiskan rata-rata tiga menit online sekali. Klien berusia 18 hingga 34 tahun menghabiskan rata-rata 8,5 jam berbasis web dan klien berusia 55 tahun ke atas menghabiskan 4,6 jam setiap minggu di Facebook. Konsentrat ini juga menyelidiki tindakan facebook berdasarkan kebangsaan. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil, Asia adalah klien Facebook terbesar, karena mereka menghabiskan 39,6% setiap tujuh hari waktu web mereka di Facebook. Sedangkan Afrika Amerika sebagai klien terbesar kedua dengan 35,1% dan yang terakhir adalah Hispanik yang menginvestasikan energi minimal di Facebook sebesar 31,7%. Organisasi Sosial We Are dalam Nasrullah (2015) mendistribusikan hasil penelitiannya bahwa klien media berbasis web dan web di Indonesia sangat tinggi. Ada sekitar 15% penyusupan web atau 38 juta klien web tambahan. Dari total populasi tersebut, ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar dan memiliki akun melalui media berbasis web Facebook. Pemeriksaan tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna web biasa di Indonesia menjalani sekitar 3 jam bergaul dan menggunakan media online melalui telepon seluler. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media pemasaran produk.

## LANDASAN TEORI

### Media Sosial

"Media online menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012; 568) dalam (Fauzi, Februari 2016), adalah metode bagi pelanggan untuk berbagi data teks, gambar, suara, dan video satu sama lain dan dengan organisasi serta sebaliknya. sekitar.

Pekerjaan media berbasis web semakin dirasakan dalam membantu pelaksanaan bisnis". "Media berbasis web mengizinkan perusahaan independen untuk mengubah cara mereka berbicara dengan klien, memasarkan barang dan manfaat, serta berkomunikasi dengan klien dengan niat penuh untuk membangun koneksi yang hebat. Abdullah (2012:32) menyatakan bahwa dengan asumsi suatu merek/barang akan dikirim, media berbasis web digunakan untuk menyebarkan data yang diminati untuk dijadikan rekan atau peminat.

## Facebook Marketing

Facebook didirikan pada tanggal 4 Februari 2004, telah mencatat lebih dari 37 juta klien dan sejumlah besar organisasi bisnis. Facebook telah mengembangkan berbagai macam kegunaan yang dapat diperkenalkan oleh klien. Aplikasi inilah yang meningkatkan nilai Facebook. Banyak aplikasi telah dikembangkan yang membantu bisnis dan pekerjaan seperti menjual atau membeli barang dagangan (Muklason dan Aljawiy, 2011). Perbanyak organisasi informal, misalnya, Facebook membuka kebebasan yang luar biasa bagi siapa saja untuk berkembang dan dengan harga yang umumnya minimal (Lasmadiarta, 2011). Menampilkan latihan dan proses bisnis lainnya menggunakan organisasi informal Facebook juga dapat disebut sebagai bisnis Internet. Pemasaran Facebook adalah melakukan latihan periklanan dengan menggunakan semua kantor yang diberikan oleh Facebook untuk memperluas (penawaran) dan membangun korespondensi jangka panjang yang serius dengan klien (hubungan klien). Iklan. Facebook melakukan latihan pemasaran menggunakan semua kantor yang disediakan oleh Facebook dengan tujuan penuh untuk memperluas (penawaran) dan membangun korespondensi yang benar-benar langgeng dengan klien (hubungan klien).

## METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan metode studi literatur. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari jurnal citisee.amikompurwokerto.ac.id. Sampel yang diambil yaitu dari study kasus UKM Har's Gordyn. Jalan Raya Desa Rabak Rt.04 Rw.06, Kalimanah, Purbalingga, Jawa Tengah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dari ujian ini adalah UKM Har's Gordyn. Dengan informasi pelaksanaan pemanfaatan Facebook dalam siklus promosi Gordyn kepada klien Facebook.

### Contoh Pesan

Beberapa hal yang seharusnya dimungkinkan dalam sistem penyampaian pesan iklan harus dimungkinkan dengan lebih banyak cara daripada satu, khususnya:

1. Menyampaikan data asli tentang tirai dan pelapis dekoratif yang tersedia untuk dibeli.
2. Tertanam humor baru dalam pemberitahuan.
3. Berikan foto item dari rencana imajinatif terbaru dari gordyn, dan menarik pembeli.
4. Mengatasi pertanyaan pembeli tentang item naungan secara mendalam.
5. Membujuk pembeli bahwa Har's Gordyn dapat dipercaya dengan memberikan nomor kontak dan email atau Facebook untuk korespondensi sederhana.
6. Produk yang rusak selama pengangkutan dipastikan akan diganti dengan barang baru dengan model dan tema yang sama tanpa dikenakan biaya transportasi.
7. Hal-hal seperti yang tercatat di halaman penggemar.

### Media Penyampaian

Facebook memiliki kantor untuk menyampaikan pesan kepada kliennya, yang dapat melalui kotak pesan (message box), status posting, catatan dan label gambar. Har's Gordyn menggunakan kantor-kantor ini di tempat yang biasa dan tertata, misalnya dengan:

1. Seperti jarum jam mengirim data barang melalui kotak pesan atau email.
2. Ketika tujuh hari membuat catatan yang diidentifikasi dengan manfaat item.

3. Secara berkala menghasilkan item terbaru sehingga klien secara konsisten
4. memperbarui atau memajukan item sehingga klien tidak merasa lelah dengan model serupa.
5. Secara konsisten membuka saluran bicara Facebook untuk klien yang perlu mendapatkan beberapa informasi tentang item tirai Har.
6. Memasukkan ukuran dan biaya sebagai bahan.

### **Mengawasi Penyampaian**

Pesan Beberapa cara yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan melalui Facebook agar tersusun dan kadang-kadang adalah sebagai berikut:

1. Berikan Judul atau Subjek pesan yang menarik.
2. Kirimkan pesan sedikit demi sedikit ke klien, tidak massal agar tidak dianggap sebagai spam.
3. Buat pesan sesingkat dan sejelas yang diharapkan.
4. Secara konsisten akhiri dengan kontak.
5. Membuat jadwal dan pengulangan pengiriman pesan secara konsisten.
6. Mentransfer upeti klien yang telah meminta barang di Har's Gordyn sebagai jenis kepercayaan klien.
7. Berikan masukan secepat mungkin agar klien merasa dilayani dengan baik.

### **Merancang Promosi**

Kemajuan Nuansa Har's gordyn memiliki beberapa cara untuk memajukan, antara lain:

1. Periklanan. Memberikan pesan kepada pelanggan sebagai data barang, sebagai gambar dan penggambaran barang.
2. Individual Deals Exposure. Selling Individual atau Individual Selling akan menjual secara lugas kepada pembeli, hal ini diakhiri dengan berdiskusi langsung dengan pelanggan, baik dengan mengirim pesan atau berkunjung.

### **Membangun Kelompok**

Orang Dengan mengkonsolidasikan media online ke dalam kerangka periklanan, banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas hubungan klien di dewan.

1. Memanfaatkan Group Dan Fans Page. Facebook Gathering dan fanspage atau fan page merupakan bantuan yang diberikan oleh Facebook sebagai halaman yang berisikan data-data umum organisasi/kantor yang dapat disukai (dinikmati) oleh klien Facebook pada umumnya, sehingga klien yang menyukai halaman dirangkai menjadi area lokal kipas. Komunikasi yang terjadi adalah saat pemilik halaman mengirimkan data ke halaman tersebut serta salah satu penggemar mengirimkan data komentar pada halaman tersebut, kemudian pada saat itu semua penggemar yang merupakan individu akan mendapatkan data yang dikirim, jadi ini dianggap sangat menarik untuk iklan. Untuk situasi ini, Har's gordyn membuat halaman penggemar.
2. Optimalisasi Facebook Marketing. Facebook memiliki berbagai macam aplikasi yang dapat dimanfaatkan, termasuk mengadakan pool (survey). Dengan aplikasi survei ini, pengusaha/perkantoran akan mendapatkan masukan (kritik) dari klien secara sembarangan, sehingga konsekuensi dari survei tersebut dapat dimanfaatkan untuk menentukan strategi selanjutnya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Melihat dampak dari pengujian yang telah dilakukan, penulis beralasan bahwa UKM Har's Gordyn memanfaatkan media online Facebook untuk mengiklankan barangnya kepada masyarakat luas. Pencipta melibatkan pendekatan pemeriksaan subjektif grafis sebagai teknik eksplorasi yang digunakan. Pelaksanaan penggunaan itu menggabungkan membangun metodologi data yang menggabungkan desain pesan, media penyampaian dan berurusan dengan penyampaian pesan

yang diberikan. Kemudian, pada saat itu, merencanakan kemajuan termasuk membuat promosi dan ekspos kepada orang-orang. Kemudian, pada saat itu, kumpulkan area lokal dengan menggunakan pertemuan dan halaman penggemar melalui Facebook dan meningkatkan tampilan Facebook melalui aplikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Triyono (2011). Pengaruh situs jejaring sosial facebook sebagai media alternatif untuk promosi. Jurnal Dian Vol 11. 1-11
- Autry, Alex J dan Berge Zane. 2011. Digital Natives and Digital Immigrants: getting to know each other. USA: Emerald Group Publishing Limited.
- Gemilang, Dian Ayu. 2012. Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Bisnis Online). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Kaplan, Andreas M and Michael Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, 2010.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Febriyanti. E; Rifai. Z; Hasanah. S. N; Wijayanti. D. F; Suhening. L;Frastika. L. (2017).Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk. ISBN: 978-602-60280-1-3..

# Analysis of The Feasibility Study for The Culinary Business of Culinary Tourism in Kali Mojo, Tegalwaton, Semarang Regency

## Analisis Studi Kelayakan Usaha Wisata Kuliner di Kali Mojo, Tegalwaton, Kabupaten Semarang

Nur Ifa Maulida<sup>1)</sup>; Rahayu Ambarwati<sup>2)</sup>; Astri Dian Utami<sup>3)</sup>; Komala Inggarwati<sup>4)</sup>

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: <sup>1)</sup>[iffamaulida12@gmail.com](mailto:iffamaulida12@gmail.com) ; <sup>2)</sup>[rahayuambarwati5@gmail.com](mailto:rahayuambarwati5@gmail.com) ; <sup>3)</sup>[astridian99@gmail.com](mailto:astridian99@gmail.com) ;  
<sup>4)</sup>[komala@uksw.edu](mailto:komala@uksw.edu)

### How to Cite :

Maulida, N.I., Ambarwati, R., Utami, A.D., Inggarwati, K. (2021). Analysis of The Feasibility Study for The Culinary Business of Culinary Tourism in Kali Mojo, Tegalwaton, Semarang Regency. JURNAL EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [17 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

### KEYWORDS

Feasibility Study, Marketing Aspect, Financial Aspect, Culinary Business

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



### ABSTRAK

Desa Tegalwaton memiliki potensi yang bisa dikembangkan untuk menjadi objek wisata. Salah satunya yaitu area Kali Mojo yang terletak di dekat exit tol Tingkir. Untuk saat ini Kali Mojo dikelola oleh karang taruna Kingstone yang ada di daerah tersebut. Potensi yang dimiliki Kali Mojo memiliki peluang yang baik untuk dijadikan pusat wisata kuliner. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kelayakan pengembangan wisata kuliner di Kali Mojo dari aspek pasar dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rencana pengembangan wisata kuliner di Kali Mojo memiliki potensi pasar yang besar dan secara finansial menguntungkan sehingga layak untuk dijalankan.

### ABSTRACT

Tegalwaton Village has potential that can be developed to become a tourist attraction. One of them is the Kali Mojo area which is located near the Tingkir toll exit. For now, Kali Mojo is managed by the Kingstone youth organization in the area. The potential of Kali Mojo has a good opportunity to become a culinary tourism center. This study was conducted to assess the development of culinary tourism in Kali Mojo from the market and financial aspects. The results show that the culinary tourism development plan in Kali Mojo has a large market potential and is financially profitable so it is possible to run.

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 7,3 persen (bisnis.com, 2021). Negara Indonesia memiliki kondisi wilayah yang mendukung untuk dikembangkan sebagai pariwisata. Pembangunan di daerah pantai, dataran rendah, serta dataran tinggi terus diupayakan untuk peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Banyaknya pedesaan di Indonesia dengan potensi alam, sosial budaya, hingga situs budaya yang dimiliki menjadikan beberapa desa layak menjadi Desa Wisata. Wilayah Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Bali, dan beberapa pulau lainnya memajukan desa-desa yang berpotensi sebagai desa wisata dengan bantuan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Jawa Tengah adalah salah satu pulau yang sedang gencar melakukan pembangunan pada wilayah pedesaan yang memiliki potensi pariwisata.

Salah satu daerah di Jawa Tengah yang sedang memajukan potensi wisatanya yaitu Desa Wisata Tegalwaton, desa tersebut dekat dengan Kota Salatiga, tepatnya di Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang.

Desa Tegalwaton memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak yaitu 4.716 jiwa per Oktober 2020. Memiliki luas wilayah sekitar 364,30 Ha, beberapa objek wisata yang ada pada Desa Tegalwaton antara lain, Wisata Air Senjoyo, Bumi Perkemahan Senjoyo, Havana Horse (Sekolah Kuda), Taman Soka Kadilobo, Lapangan Pacuan Kuda Tegalwaton, Wisata Air Kali Mojo. Di samping objek wisata yang telah maju, Desa Tegalwaton juga memiliki sektor UMKM, *event* kearifan lokal, makanan dan minuman khas yang terus dikembangkan. Meskipun pariwisata di desa tersebut semakin maju, peran serta dari masyarakat atau warga desa tersebut masih kurang, sehingga perlu adanya penambahan objek wisata dengan harapan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi warga desa Tegalwaton.

Desa Tegalwaton masih memiliki potensi yang bisa dikembangkan untuk menjadi objek wisata. Salah satunya yaitu area Kali Mojo yang terletak di dekat *exit* tol Tingkir. Untuk saat ini Kali Mojo dikelola oleh karang taruna Kingstone yang ada di daerah tersebut. Keindahan Kali Mojo dengan pemandangan kanal dan sawah yang indah dengan suasana yang nyaman sangat disayangkan apabila tidak dikelola dengan baik. Saat ini sudah tersedia sekitar 20 gubuk bambu (*gazebo*) sepanjang jalan di area Kali Mojo akan tetapi hanya sekitar 12 *gazebo* yang masih layak pakai. Selain itu hanya terdapat dua warung yang tersedia di area tersebut yang mana dirasa belum memadai.

Peneliti ingin melakukan analisis kelayakan usaha pada area Kali Mojo karena melihat besarnya potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadikan Kali Mojo sebagai objek wisata kuliner yang ada di wilayah Tegal Waton. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis layak atau tidaknya sebuah usaha pada area Kali Mojo jika ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide bagi Karang Taruna Kingstone dalam mengembangkan Kali Mojo.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pemanfaatan Kali Mojo Sebagai Wisata Kuliner

Desa Tegalwaton dikenal sebagai daerah wisata yang memiliki berbagai objek menarik seperti wisata air Senjoyo, Pacuan Kuda, maupun keindahan alam yang dimiliki desa tersebut. Akan tetapi, daerah ini belum memiliki pusat wisata kuliner baik makanan tradisional maupun modern, sehingga hal ini bisa menjadi potensi bagi Desa Tegalwaton untuk mengembangkannya. Salah satu daerah yang bernama Kali Mojo cukup menarik untuk dijadikan tempat wisata kuliner karena daerah ini dikelilingi persawahan serta irigasi yang saling terhubung dari beberapa kali. Wisata kuliner sendiri yaitu perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek wisata.

Potensi yang dimiliki Kali Mojo memiliki peluang yang baik untuk dijadikan pusat wisata kuliner, dengan mengembangkan fasilitas yang tersedia di area tersebut, seperti perbaikan jalan dan menambah penerangan sepanjang Kali Mojo. Menambah fasilitas yang ada seperti membuat lahan parkir, menambah *gazebo* dan warung di area tersebut. Membuat spot foto berbayar, mengadakan acara pengenalan budaya di hari - hari tertentu, seperti Merti Desa, dan lain-lain. Konsep penelitian ini memiliki beberapa manfaat dan tujuan yaitu mengenalkan wisata kuliner Kali Mojo, menambah pendapatan desa, menambah lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

### Studi Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha merupakan suatu aktivitas yang mempelajari tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dibangun tersebut layak atau tidak untuk dijalankan kedepannya (Hidayat, Chumaidiyah, & Sagita, 2020). Studi kelayakan usaha juga untuk mengetahui sebuah usaha saat dioperasionalkan secara rutin apakah mencapai keuntungan yang maksimal dalam jangka waktu yang telah ditentukan (Carlina & Pandoyo, 2020). Beberapa tujuan analisis kelayakan suatu usaha, yaitu: 1) menghindari risiko kerugian, 2) mempermudah perencanaan, 3) memudahkan pelaksanaan pekerjaan, 4) memudahkan pengawasan, 5) memudahkan pengendalian. Kelayakan usaha bagi

perusahaan yang berorientasi profit akan berbeda hasil dengan perusahaan yang berorientasi non profit. Keberhasilan bagi perusahaan profit lebih terbatas karena hanya sebatas pada profit. Sedangkan pada perusahaan non profit suatu keberhasilan proyek dilihat dari beberapa faktor, seperti tingkat penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya, dan tentunya bermanfaat bagi masyarakat (Gede, Ketut, & Putu, 2021).

Kelayakan usaha dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti aspek teknis dan teknologi, aspek pasar, aspek manajemen dan organisasi, aspek hukum, aspek keuangan, aspek lingkungan, dan sebagainya. Studi ini menilai kelayakan rencana pengembangan objek wisata Tegalwaton dari dua aspek, yaitu aspek pasar dan aspek keuangan.

### Aspek Pasar

Aspek pasar membahas tentang skala permintaan pasar dan pasar yang dapat digunakan untuk merencanakan volume penjualan serta menganalisis persaingan untuk merencanakan strategi yang akan digunakan untuk memasarkan barang atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan (Fauzi, Chumaidiyah, & Suryana, 2019). Analisis aspek pasar memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa luas pasar, pertumbuhan permintaan dan pangsa pasar (market share) dari produk bersangkutan dan mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar agar tidak terjadi kelebihan produksi yang dapat menurunkan harga. Aspek pasar penting dilakukan karena tidak ada proyek bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang dan atau jasa yang dihasilkan proyek bisnis tersebut. Analisis pasar sangat penting karena jika pasar yang akan dituju jelas, prospek bisnis kedepan pun akan jelas, sehingga risiko kegagalan bisnis menjadi kecil (Yunus, Suryana & Aryani 2018).

### Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan adalah aktivitas penilaian serta penentuan besaran rupiah pada aspek-aspek yang dianggap layak, disebut juga sebagai ilmu pembiayaan investasi proyek dari keputusan yang dibuat dalam analisis usaha (Hidayat *et al.*, 2020). Aspek keuangan digunakan untuk penentuan rencana bisnis kedepannya yang ditinjau dari rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat, ketersediaan dana, kemampuan proyek membayar kembali dana yang telah dikeluarkan dengan batasan waktu yang ada, menilai proyek tersebut akan berkembang terus atau tidak.

Menilai kelayakan keuangan sebuah usaha atau investasi dapat dilakukan dengan beberapa kriteria, antara lain :

1) *Net Present Value (NPV)*

*Net Present Value* merupakan selisih antara nilai sekarang dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Yanuar, 2016). Jika hasil NPV positif, maka investasi akan memberikan hasil yang lebih tinggi dibandingkan tingkat pengembalian minimum yang diinginkan sehingga investasi dinyatakan layak untuk dijalankan. Sedangkan, jika nilai NPV negatif, maka investasi memberikan hasil yang lebih rendah dibandingkan tingkat pengembalian minimum yang diinginkan dan dengan demikian layak untuk dijalankan.

2) *Payback Period (PP)*

*Payback Period* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan dana yang telah diinvestasikan dari aliran kas tahunan yang dihasilkan proyek investasi (Fauzi *et al.*, 2019). Sebuah investasi akan diterima jika nilai PP lebih pendek dibandingkan payback maksimum, sebaliknya investasi tidak layak jika nilai PP lebih panjang dari periode maksimum (Nauli, Yusmini, & Edwina, 2018).

3) *Internal Rate of Return (IRR)*

*Internal Rate of Return* merupakan metode untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa depan, atau penerimaan kas dengan mengeluarkan investasi awal (Agung *et al.*, 2018). Ketika nilai IRR sama dengan tingkat *discount*, maka usaha yang ada tidak mendapat untung ataupun rugi, sedangkan nilai  $IRR < \text{tingkat}$

*discount* maka usaha tidak layak dijalankan, adapun ketika nilai IRR > tingkat *discount* maka usaha layak dijalankan (Fauzi *et al.*, 2019).

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan analisis studi kelayakan usaha pada Wisata Kali Mojo yaitu analisis deskriptif. Jenis data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan pengelolaan wisata kuliner Kali Mojo yang telah dijalankan. Informan dalam wawancara tersebut adalah Bapak Tri Wuryanto selaku Kepala Dusun Tegalwaton, Abdul Adzim sebagai Ketua Karang Taruna Tegalwaton, dan Arif Budiman sebagai Ketua Pokdarwis Tegalwaton. Observasi dilakukan dengan meninjau ke tempat langsung objek wisata kuliner Kalimajo untuk melihat kondisi terkini yang dapat diperbaiki atau ditambahkan. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai persepsi masyarakat sekitar dan pengunjung terhadap kondisi wisata Kali Mojo dan rencana pengembangannya. Kuesioner dibagikan kepada pengunjung yang datang ke Kali Mojo dan beberapa anggota karang taruna Kingstone. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan pada saat responden mengunjungi Kali Mojo dan dianggap cocok digunakan sebagai sumber data. Pada penelitian ini menggunakan 42 responden dengan menyebarkan kuesioner.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder untuk memperoleh gambaran potensi dan pertumbuhan pariwisata di wilayah Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Semarang. Data sekunder diperoleh dari artikel tentang sektor pariwisata yang telah dipublikasikan, serta data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang dan Disporapar Jawa Tengah untuk memperoleh data jumlah pengunjung, statistik daya tarik wisata, dan desa wisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijelaskan gambaran objek wisata kuliner Kali Mojo dan rencana pengembangan yang dilakukan wisata ini. Selain itu bagian ini juga membahas hasil kajian terhadap kelayakan wisata kuliner Kali Mojo dari aspek pasar, yaitu potensi pasar dan permintaan pasar, dan aspek keuangan yang meliputi kebutuhan investasi, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas dan penilaian investasi.

### Gambaran Wisata Kuliner Kali Mojo

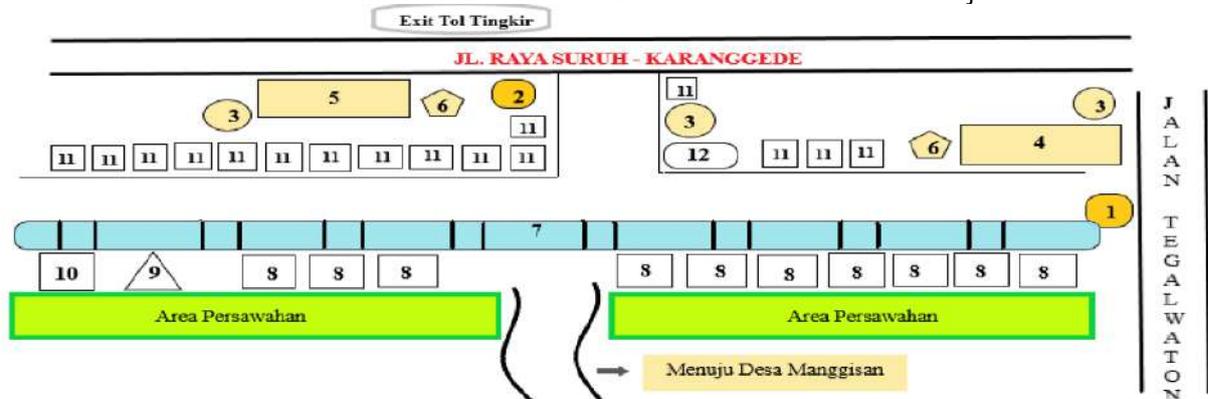
Kali Mojo memiliki pemandangan kanal dan sawah yang indah dengan suasana yang nyaman sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata kuliner. Saat ini sudah tersedia sekitar 20 gubuk bambu (*gazebo*) di sepanjang jalan di area Kali Mojo. Namun hanya tersisa 12 gubuk yang masih terawat dan layak pakai. Selain itu hanya terdapat dua warung yang menyediakan beberapa makanan berat, makanan ringan, serta minuman yang mana dirasa belum memadai. Kondisi jalan di Kali Mojo sebagian masih rusak dan belum selesai dibangun serta hanya bisa di akses bagi pengguna motor. Fasilitas umum belum memadai, lahan parkir, toilet dan tempat ibadah belum tersedia di area Kali Mojo.

### Rencana Pengembangan Wisata Kuliner Kali Mojo

Berdasarkan hasil observasi, objek wisata memiliki potensi untuk dikembangkan di wilayah Kali Mojo adalah pembangunan pusat wisata kuliner. Pusat wisata kuliner ini akan memanfaatkan jalanan sepanjang Kali Mojo dengan memanfaatkan beberapa area persawahan. Rencana pengembangan meliputi pembangunan 30 kios bagi para penjual kuliner makanan di sisi kiri Kali Mojo dan 50 unit *gazebo* di sisi kanan Kali Mojo yang dibuat menggunakan bambu dan daun kelapa sebagai atapnya. Pengembangan pusat kuliner ini akan dilengkapi dengan fasilitas pendukung lainnya yaitu, dua lahan parkir pada area pintu masuk sebelah utara dan sebelah timur Kali Mojo,

loket karcis di setiap lokasi parkir, mushola, toilet yang ada pada tiga titik lokasi, lalu untuk hiburannya dengan penambahan spot foto,serta pameran edukasi pertanian. Serta mengadakan acara di hari tertentu seperti drumblek atau yang lainnya untuk lebih menarik pengunjung. desain tata letak pengembangan Kali Mojo sebagai wisata kuliner dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1. Desain Tata Letak Wisata Kuliner Kali Mojo



Keterangan:

1. Pintu Masuk bagian timur
2. Pintu Masuk bagian utara
3. Toilet
4. Parkir Motor
5. Parkir Mobil
6. Loket Karcis
7. Wilayah Kali
8. Stand Kuliner
9. Stand Pameran Edukasi Pertanian
10. Spot Foto
11. Gazebo
12. Mushola

## ANALISIS PASAR

### Potensi Pasar

Jawa Tengah memiliki 341 objek wisata alam, 158 wisata budaya, 295 wisata buatan, 66 wisata untuk minat khusus, serta 96 daya tarik wisata lain seperti *event* (Disporapar Jateng, 2020). Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jawa Tengah pada tahun 2015 sebanyak 33.030.843 orang, lalu pada tahun 2019 sebanyak 57.900.863 orang. Data yang diperoleh dari halaman web Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Semarang tahun 2020 menunjukkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke wilayah Kabupaten Semarang pada tahun 2020 sebanyak 833 orang, sedangkan untuk wisatawan domestik sebanyak 1.294.955 orang. Jumlah wisatawan pada tahun 2020 mengalami penurunan karena pandemi *covid-19* dibandingkan beberapa tahun sebelumnya yang selalu meningkat. Jumlah wisatawan pada tahun 2015 sebanyak 1.671.806, tahun 2016 sebanyak 2.004.183, tahun 2017 sebanyak 2.822.421 wisatawan, lalu pada tahun 2018 sebanyak 3.381.790, dan pada tahun 2019 sebanyak 2.868.323 wisatawan.

Dari hasil wawancara dengan penjaga tiket masuk Kali Mojo, jumlah pengunjung pada hari biasa (Senin - Jumat) berkisar 30 sampai 40 orang. Puncak jumlah pengunjung pada akhir pekan (Sabtu - Minggu) ataupun hari libur lainnya, biasanya bisa mencapai lebih dari 50 orang dalam satu hari, pada akhir pekan pengunjung lebih suka datang di pagi hari untuk olahraga, maupun menikmati pemandangan. Mayoritas pengunjung yang datang berasal dari kalangan remaja, dewasa, hingga orang tua. Pendapatan yang diperoleh dari hasil menarik tiket masuk sebesar Rp 3000 per motor

sehingga jumlah pendapatan yang diperoleh kurang lebih sebesar Rp 2.000.000,00 per bulan. Jika dilihat dari segi pengunjung maupun kondisi wilayah Kali Mojo, wilayah ini cocok untuk dijadikan pasar wisata kuliner. Dengan kondisi Kali Mojo yang belum memiliki ciri khas wisata serta fasilitas yang belum lengkap, tempat tersebut telah menarik pengunjung untuk datang serta memberikan pendapatan bagi karang taruna desa tersebut. Sehingga, pendirian pasar wisata kuliner atau pasar tiban serta beberapa spot foto di lokasi tersebut akan menjadi potensi untuk menarik pengunjung lebih banyak lagi.

### Permintaan Pasar

Berdasarkan hasil survey yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 42 orang pengunjung Kali Mojo dan anggota karang taruna Kingstone diperoleh beberapa data sebagai berikut:

#### 1. Karakteristik responden

Tabel 1 menunjukkan 69 persen responden adalah perempuan dan sisanya 31 persen responden adalah laki-laki. Sebagian besar responden berusia antara 21 dan 30 tahun (66,67%) dan kurang dari 20 tahun (21,43%). Dilihat dari pekerjaannya, mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak 71,43 persen sedangkan sisanya adalah karyawan swasta (16,67%), wirausaha dan petani (masing-masing 4,76%) dan pegawai negeri sipil (PNS) sebesar 2,38%.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	29	69,00%
Laki-laki	13	31,00%
Usia		
<20 tahun	9	21,43%
20 - 30 tahun	28	66,67%
>30 tahun	5	11,90%
Pekerjaan		
Pelajar/ mahasiswa	30	71,43%
Karyawan Swasta	7	16,67%
Wirausaha	2	4,76%
Petani	2	4,76%
PNS	1	2,38%

#### 2. Penilaian Responden terhadap Wisata Kuliner Kali Mojo

Responden memilih mengenai minat jenis wisata yang sering dikunjungi sebagai gambaran pembangunan Kali Mojo, dengan beberapa pilihan diantaranya taman kota, pasar tiban, wisata air, maupun wisata kuliner dengan hasil yang lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Minat Jenis Wisata

Objek Wisata yang Diminati	Jumlah	Prosentase
Taman Kota	1	2,40%
Pasar Tiban	3	7,30%
Wisata Air	11	26,20 %
Wisata Kuliner	27	64,30 %

Berdasarkan hasil yang diperoleh data sebanyak 64,3 persen responden memilih wisata kuliner sebagai rencana pengembangan Kali Mojo. Sebanyak 42 responden yang pernah berkunjung ke Kali Mojo juga diberi pilihan pertanyaan terkait rencana pengembangan dijadikannya wisata kuliner di Kali Mojo yang dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Pengembangan Wisata Kuliner

Pengembangan sebagai Wisata Kuliner	Jumlah	Prosentase
Setuju	38	90,50%
Tidak Setuju	4	9,50%

Keindahan alam Kali Mojo terbukti sebagai daya tarik pengunjung untuk datang, dari pendapat mereka yang pernah berkunjung. Sebanyak 42 responden yang telah didapat, sebanyak 90,2 persen menyatakan setuju jika Kali Mojo dijadikan sebagai pusat wisata kuliner, lalu sisanya sebanyak 9,8 persen menyatakan tidak setuju.

3. Persepsi Responden terhadap rencana pengembangan Kali Mojo

Fasilitas pendukung yang dibutuhkan di Kali Mojo juga ditambahkan dalam daftar pertanyaan yang dapat dilihat lebih rinci pada Tabel 4. dibawah ini:

Tabel 4. Fasilitas Umum

Fasilitas Umum yang Diminati	Jumlah	Prosentase
Tempat Parkir	34	83,3%
Toilet	32	78,6%
Mushola	34	83,3%
Tempat Istirahat	27	66,7%
Tempat Sampah	33	81,00%

Mayoritas responden memilih tempat parkir, mushola, tempat pembuangan sampah dan toilet sebagai fasilitas pendukung tambahan yang harus ada di Kali Mojo. Dapat dilihat bahwa tempat parkir dan tempat istirahat (gazebo) memperoleh nilai tertinggi sebanyak 83,3% yang mana sangat dibutuhkan untuk pengembangan Kali Mojo.

Pengeluaran biaya dalam sekali berwisata menjadi faktor penting dalam melakukan riset pasar, karena hal ini dapat bermanfaat dalam penentuan harga, baik dalam tarif parkir, daftar harga kuliner maupun fasilitas-fasilitas lainnya. Rincian harga dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Pengeluaran untuk Sekali Berwisata

Besarnya Biaya yang Dikeluarkan	Jumlah	Prosentase
Rp 26.000 – Rp 50.000	18	42,90 %
Rp 51.000 – Rp 100.000	12	28,60 %
> Rp 101.000	4	9,50 %
< Rp 250.000	6	19,00 %

Berdasarkan hasil rata-rata sebanyak 49,90 persen responden mengeluarkan biaya pada kisaran Rp 26.000 sampai dengan Rp 50.000 dalam sekali wisata.

Desa Tegalwaton memiliki kesenian khas dari wilayah tersebut, yaitu Drumblek, kesenian tersebut dapat ditampilkan dalam acara Wisata Kuliner dengan waktu berjangka misalnya satu bulan sekali atau dua bulan sekali dengan tujuan penambahan pemasukan. Responden juga menyatakan bahwa mereka berminat berkunjung saat akhir pekan dalam rentang waktu pukul 13.00 – 18.00. Beberapa pilihan pertunjukan seni dapat dipilih oleh responden, dengan hasilnya yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pertunjukan Seni di Kali Mojo

Pertunjukan Seni yang Diminati	Jumlah	Prosentase
Drumblek	4	28,60 %
Festival Layang-layang	1	7,10 %
Barongsai	2	14,30 %
Reog	2	14,30 %

Waktu operasional yang yang diminati untuk mengunjungi Kali Mojo juga menjadi hal yang penting dalam penelitian ini, dari hasil survey 100 persen pengunjung lebih tertarik mengunjungi di hari weekend (sabtu-minggu) dengan waktu berkunjung yang diminati dapat dilihat pada Tabel 7. di bawah ini:

Tabel 7. Waktu yang diminati untuk berkunjung

Waktu berkunjung yang Diminati	Jumlah	Prosentase
Pagi (06.00-12.00)	9	21,43%
Siang-Sore (13.00-18.00)	28	66,67%
Malam (18.00-21.00)	5	11,90%

Berdasarkan hasil sebanyak 68,67 persen pengunjung tertarik untuk mengunjungi Kali Mojo pada siang sampai dengan sore hari sekitar pukul satu sampai dengan pukul 6 sore.

Pilihan jenis kuliner yang diminati pengunjung dibagi menjadi tiga pilihan yaitu kuliner tradisional, kuliner modern, maupun perpaduan keduanya dengan hasil pada Tabel 8. dibawah ini:

Tabel 8. Jenis Kuliner yang Diminati

Jenis Kuliner yang Diminati	Jumlah	Prosentase
Kuliner Tradisional	8	19,10%
Kuliner Modern	10	23,80%
Perpaduan Kuliner Tradisional dan Modern	24	57,10%

Pilihan jenis kuliner yang diminati para responden dari kuliner tradisional, kuliner modern, maupun perpaduan keduanya, sebanyak 57,1 persen memilih perpaduan antara kuliner tradisional dan kuliner *modern*. Desain wisata kuliner di luar ruangan (*outdoor*) dengan paduan

konsep suasana tradisional dan *modern* menjadi minat para responden, spot foto yang mengikuti *trend* masa kini diharapkan menjadi fasilitas pendukung jika pasar kuliner di bangun. Daftar harga makanan berat dibuat dalam tiga pilihan, antara Rp 10.000 – Rp 15.000, Rp 16.000 – Rp 20.000, dan rentang Rp 21.000 – Rp 25.000, lalu respon yang didapatkan sebanyak 64,3 persen memilih pada rentang Rp 10.000 – Rp 15.000 untuk jenis makanan berat. Daftar harga makanan ringan yang dipilih, dalam rentang Rp 1.000 – Rp 6.000, sedangkan harga minuman, mayoritas responden memilih pada rentang Rp 2.000 – Rp 5.000.

## Rekomendasi

Berdasarkan analisis pasar dari hasil penyebaran kuesioner, lahan di Kali Mojo layak dijadikan sebagai pasar wisata kuliner. Ditinjau dari potensi pasar serta hasil wawancara dengan beberapa pihak, seperti penjaga karcis di Kali Mojo dan ketua karang taruna yang mengurus Kali Mojo, jumlah pengunjung per hari yang mencapai 40 orang, khususnya pada akhir pekan mencapai 50 orang cukup memiliki potensial jika di bangun pasar kuliner. Dari hasil permintaan pasar sendiri, sebanyak 42 responden setuju jika Kali Mojo dijadikan sebagai pasar wisata kuliner dengan penambahan beberapa spot foto serta fasilitas penunjang lainnya. Mayoritas responden berminat datang di akhir pekan pada waktu siang sampai sore. Pembangunan akses jalan, perbaikan gazebo, perluasan lahan parkir, toilet, spot foto, *stand* kuliner tradisional dan *modern* dapat dikatakan layak dilakukan jika ditinjau dari potensi pasar serta permintaan pasar. Penambahan fasilitas becak keliling juga diperlukan untuk mengantarkan pengunjung berkeliling di sepanjang jalan Kali Mojo.

## ASPEK KEUANGAN

### Kebutuhan Investasi

Untuk menunjang seluruh kegiatan operasional Pasar Kuliner Kali Mojo, diperlukan biaya anggaran investasi sebagai modal awal pembangunan di Kali Mojo. Total biaya yang dibutuhkan yaitu sebesar Rp 611.000.000.00 dengan rincian biaya seperti pada Tabel 9.

Tabel 9. Kebutuhan Investasi

No	Kebutuhan	Satuan	Dimensi/ Satuan	Bahan Baku	Total
1	Gazebo	2M x 2M	50 unit	Bambu, daun pohon kelapa	Rp 120.000.000
2	Stand Kuliner	2M x 2M	30 unit	Bambu, daun pohon kelapa, meja kayu, kursi plastik	Rp 15.000.000
3	Mushola	5M x 5M	1 unit	Pasir, semen, batu bata, keramik, genteng, kayu, cat	Rp 20.000.000
4	Toilet	4M x 4M	3 unit	Pasir, semen, batu bata, keramik, genteng, kayu, cat	Rp 30.000.000
5	Lahan Parkir	500m <sup>2</sup>	2 unit	Batu, pasir, semen, tanah urug	Rp 350.000.000
6	Spot Foto	2M x 3M	4 unit	Batu bata, pasir, semen, properti	Rp 10.000.000
7	Stand Pameran	5M x 10M	1 unit	Batu bata, pasir, semen, properti	Rp 50.000.000
8	Lampu Penerangan	Unit	10 unit		Rp 5.000.000
9	Meja Lipat	Unit	30 unit		Rp 6.000.000
10	Kursi Plastik	Unit	70 unit		Rp 3.500.000

11	Perlengkapan Toilet	Unit	Batu bata, pasir, semen, genteng,	Rp 1.000.000
12	Perlengkapan Mushola	Unit		Rp 500.000
Total Kebutuhan Investasi				Rp 611.000.000

Penambahan investasi dalam aktiva tetap tersebut akan menambah biaya penyusutan per tahun sebesar Rp 55.600.000.

### Proyeksi Pendapatan

Pembangunan pasar kuliner di Kali Mojo dengan tambahan fasilitas seperti lahan parkir, spot foto, toilet, serta penyewaan stand kuliner akan memberikan tambahan kas per harinya sebesar Rp 1.660.000, lalu untuk per bulan dengan kisaran sebesar Rp 49.800.000, lalu untuk per tahun sebesar Rp 597.600.000, seperti yang telah tertera pada Tabel 10.

Tabel 10. Pendapatan

No	Sumber Pendapatan	Jumlah	Harga	Jumlah Per	
				Hari	Jumlah Per Bulan
1	Parkir Mobil	30	Rp 5.000	Rp 150.000	Rp 4.500.000
	Parkir Motor	100	Rp 3.000	Rp 300.000	Rp 9.000.000
2	Sewa stand Kuliner	30	Rp 20.000	Rp 600.000	Rp 18.000.000
4	Spot Foto	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 15.000.000
5	Toilet	55	Rp 2.000	Rp 110.000	Rp 3.300.000
TOTAL				Rp 1.660.000	Rp 49.800.000

### Proyeksi Laba Rugi

Dari Tabel 10 diperoleh perkiraan pendapatan tahun pertama sebesar Rp 597,600,000. Untuk perkiraan sampai dengan tahun kelima diasumsikan pendapatan meningkat 10% per tahun. Sementara itu, penambahan biaya meliputi biaya tenaga kerja sebanyak 11 orang Rp 21.100.000 per bulan atau Rp 253.200.000 per tahun, biaya perawatan Rp 2.000.000 per bulan atau Rp 24.000.000 per tahun. Biaya utilitas Rp 5.000.000 per bulan atau Rp 60.000.000 per tahun. Biaya-biaya ini diasumsikan meningkat sebesar 10 % per tahun.

Berdasarkan perkiraan pendapatan dan biaya tersebut, maka laba yang diperoleh dari proyek ini sebesar Rp 260.400.000 pada tahun pertama atau Rp 381.251.640 per lima tahun. Tabel 11. Proyeksi Laba Rugi dibawah ini adalah perkiraan pendapatan sampai tahun kelima dengan asumsi pendapatan mengalami kenaikan sebesar sepuluh persen per tahun.

Tabel 11. Proyeksi Laba Rugi

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Pendapatan	Rp 597.600.000	Rp 657.360.000	Rp 723.096.000	Rp 795.405.600	Rp 874.946.160
Biaya Tenaga Kerja	Rp 253.200.000	Rp 278.520.000	Rp 306.372.000	Rp 337.009.200	Rp 370.710.120
Biaya Perawatan	Rp 24.000.000	Rp 26.400.000	Rp 29.040.000	Rp 31.944.000	Rp 35.138.400
Biaya Utilitas	Rp 60.000.000	Rp 66.000.000	Rp 72.600.000	Rp 79.860.000	Rp 87.846.000
Laba (rugi)	Rp 260.400.000	Rp 286.440.000	Rp 315.084.000	Rp 346.592.400	Rp 381.251.640

## Proyeksi Arus Kas 1

Berikut adalah proyeksi arus kas sampai tahun kelima yang dapat dilihat lebih rinci pada Tabel 12. Berdasarkan data yang diperoleh arus kas pada tahun pertama sebesar Rp 856.000.000 atau Rp 1.227.456.640 pada tahun ke lima.

Tabel 12. Proyeksi Arus Kas

	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Arus Kas Awal	Rp 817.000.000					
Arus Kas Operasional						
Laba Bersih		Rp 800.400.000	Rp 880.440.000	Rp 968.484.000	Rp 1.065.332.400	Rp 1.171.865.640
Penyusutan		Rp 55.600.000	Rp 55.600.000	Rp 55.600.000	Rp 55.600.000	Rp 55.600.000
Arus Kas Akhir						Rp 329.666.667
Total Arus Kas	Rp 817.000.000	Rp 856.000.000	Rp 936.040.000	Rp 1.024.084.000	Rp 1.120.932.400	Rp 1.227.465.640

## Penilaian Investasi

Setelah dilakukan perhitungan dari kebutuhan investasi sampai proyeksi arus kas untuk lima tahun ke depan, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menilai kelayakan investasi dalam pembangunan Pasar Wisata Kuliner Kali Mojo. Penilaian investasi dilakukan dengan perhitungan tiga metode, yaitu metode *Net Present Value* (NPV), *Interest Rate Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP).

### 1. Net Present Value (NPV)

$$NPV = \frac{Rp\ 856.000.000}{(1+0,05)^1} + \frac{Rp\ 936.040.000}{(1+0,05)^2} + \frac{Rp\ 1.024.084.000}{(1+0,05)^3} + \frac{Rp\ 1.120.932.400}{(1+0,05)^4} + \frac{Rp\ 1.227.465.640}{(1+0,05)^5} - Rp\ 817.000.000$$

$$NPV = Rp\ 3.615.841.538$$

Hasil perhitungan NPV menunjukkan hasil yang positif dengan nilai masih diatas nol dan lebih besar dari total investasi awal yang telah dikeluarkan, sehingga pembangunan Wisata Pasar Kuliner Kali Mojo jika dilihat dari perhitungan NPV dapat dikatakan layak.

### 2. Interest Rate Return (IRR)

Perhitungan IRR memiliki tujuan untuk menilai tingkat efisiensi sebuah investasi. Tabel 13 Perhitungan *Interest Rate Return* menunjukkan perhitungan tingkat efisiensi investasi pada Pasar Kuliner Kali Mojo.

Tabel 13. Perhitungan *Interest Rate Return*

Tahun	Kas Masuk	Investasi Awal / Kas Keluar	Arus Kas Bersih
0		-Rp 817.000.000	-Rp 817.000.000
1	Rp 856.000.000		Rp 856.000.000
2	Rp 936.040.000		Rp 936.040.000
3	Rp 1.024.084.000		Rp 1.024.084.000
4	Rp 1.120.932.400		Rp 1.120.932.400
5	Rp 1.227.465.640		Rp 1.227.465.640
	Jumlah Arus Kas		
	Masuk	Jumlah Arus Kas Keluar	Jumlah Arus Kas Bersih
Jumlah	Rp 5.164.522.040	-Rp 817.000.000	Rp 4.347.522.040

	Hasil
Perhitungan IRR	110%

Hasil perhitungan IRR menunjukkan hasil sebesar 110%, hal ini berarti tingkat efisiensi investasi lebih besar dari biaya modal, sehingga prospek investasi memiliki potensi baik.

### 3. Payback Period (PP)

Perhitungan *payback period* memiliki tujuan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian modal dari suatu investasi. Tabel 14 menunjukkan rincian perhitungan dari investasi Pasar Kuliner Kali Mojo.

Tabel 14. Perhitungan *Payback Period*

	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
Investasi Awal	Rp 817.000.000	
Tahun 1	Rp 856.000.000	Rp 856.000.000
Tahun 2	Rp 936.040.000	Rp 1.792.040.000
Tahun 3	Rp 1.024.084.000	Rp 2.816.124.000
Tahun 4	Rp 1.120.932.400	Rp 3.937.056.400
Tahun 5	Rp 1.227.465.640	Rp 5.164.552.040
Payback Period	0,9544392523	0,9544392523
	0,9	0,9

Waktu pengembalian investasi pembangunan pasar kuliner cukup baik, dimana perhitungan *payback period* menunjukkan waktu 9 bulan.

Disamping analisis kelayakan dari aspek pasar dan keuangan, pengembangan wisata kuliner di Kali Mojo diharapkan dapat berdampak positif bagi masyarakat sekitar karena:

#### Dampak Ekonomi

##### 1. Menyerap Tenaga Kerja

Dengan dibangunnya wisata kuliner di Kali Mojo akan membutuhkan tenaga kerja baru untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada di desa Tegalwaton, seperti pengelola wisata, penjaga parkir, tenaga kebersihan dan sebagainya.

##### 2. Menciptakan UMKM baru

Akan membuka peluang bagi warga desa Tegalwaton untuk memulai usaha baru dibidang kuliner karena pengisi stand kuliner diutamakan untuk warga Tegalwaton. Semula hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga dapat menghasilkan uang melalui berjualan di stand kuliner.

## KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada pembangunan wilayah Kali Mojo, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pembangunan Pasar Kuliner Kali Mojo yang telah dinilai dalam aspek pemasaran aspek keuangan sebagai berikut:

1. Berdasarkan aspek pemasaran, pembangunan Pasar Kuliner Kali Mojo dapat dikatakan layak, karena sebanyak 90,5 persen responden menyatakan setuju jika Kali Mojo dijadikan sebagai pasar kuliner dengan penambahan beberapa fasilitas yang telah disebutkan di atas.
2. Berdasarkan aspek keuangan, pembangunan Pasar Kuliner Kali Mojo dikatakan layak, karena dari hasil perhitungan NPV, IRR, dan PP memenuhi syarat kelayakan investasi, serta modal awal yang dapat kembali dalam jangka waktu kurang dari dua tahun.

## Saran

1. Potensi yang dimiliki Kali Mojo baik dari segi keindahan alam maupun banyaknya lahan kosong yang ada, sebaiknya dimanfaatkan sebagai pasar kuliner karena dari aspek pemasaran banyak orang yang setuju, ataupun dikelola sebagai pusat wisata yang lebih tertata agar menjadi destinasi wisata lain di wilayah Tegalwaton.
2. Sebaiknya, wilayah Kali Mojo dimasukkan ke dalam pengelolaan BUMDes agar lebih tertata lagi, serta menambah perolehan sumber dana untuk pembangunan.

## Keterbatasan Penelitian :

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan yang ada. Keterbatasan tersebut menyangkut beberapa hal seperti konsep penelitian, kualitas data dan metodologi. Keterbatasan secara konseptual masih sederhana jika dibandingkan penelitian lain. Data yang diperoleh dalam penelitian ini masih sarat akan kelemahan, pemilihan metode penelitian belum bisa menggali informasi secara mendalam untuk setiap aspek yang diteliti. Adanya keterbatasan pada penelitian ini, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lebih baik lagi dalam penggunaan konsep penelitian, perolehan data yang berkualitas serta metodologi penelitian yang dipakai agar penelitian yang dihasilkan lebih berdaya guna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang: Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi di Kabupaten Semarang 2020. Diambil dari: <https://semarangkab.bps.go.id>
- Carlina, M., & Pandoyo. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Tour & Travel Pada Pt. Indoloka Wisata Mandiri. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Dan Bisnis*, 1(September), 1–7.
- Disporapar Jawa Tengah: Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka 2020. Diambil dari: <https://disporapar.jatengprov.go.id>
- Fauzi, P. M., Chumaidiyah, E., & Suryana, N. (2019). Analisis Kelayakan serta Perancangan Aplikasi Website pada Startup Digital Creative Fotografi Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(2), 60–66. <https://doi.org/10.30656/intech.v5i2.1589>
- Gede, I., Wardana, P., Ni, P., Murdani, K., Putu, N., Laksmi, A. D., Ni, P. ;, Ni, D., Andini, P., & Laksmi, D. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Desain Grafis Dan Digital Printing Pada Gede Project Design (Studi kasus pada Industri Kecil Unit Percetakan Desain Grafis "Gede Project Design" Denpasar-Bali).04(01),2620–6358. <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha>
- Kusumaningrum, S. I. (2019). Pemanfaatan Sektor Pertanian Sebagai Penunjang Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Transaksi*, 11(1), 80–89.
- Yanuar, D. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-KOMBIS*, 11(1), 41–51.
- Yunus, R. F., Suryana, N., & Aryani, S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Kedai Kinetik Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. *E-Proceeding of Engineering*, Vol.7(2), 5181–5186.

## The Effect Of Emotional Intelligence And Organizational Commitment On Employee Performance On The Regional Financial Management Agency Of Seluma District

### Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma

Juliansyah Putra <sup>1)</sup>; Sri Handayani <sup>2)</sup>; Ermy Wijaya <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [juliansyahputra93@gmail.com](mailto:juliansyahputra93@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [iiehandayani27@unived.ac.id](mailto:iiehandayani27@unived.ac.id) ; <sup>2)</sup> [ermy.wijaya04@gmail.com](mailto:ermy.wijaya04@gmail.com)

#### How to Cite :

Putra, J., Handayani, S., Wijaya, E. (2021). The Effect Of Emotional Intelligence And Organizational Commitment On Employee Performance On The Regional Financial Management Agency Of Seluma District. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v2i3>

#### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

#### KEYWORDS

Emotional Intelligence,  
Organizational Commitment,  
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 kecerdasan emosional dan komitmen organisasi secara bersama-sama terhadap kinerja Pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 74 orang pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 9,714 + 0,325X_1 + 0,454 X_2$ , hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (kecerdasan emosional) dan  $X_2$  (komitmen organisasi) terhadap kinerja ( $Y$ ). Berarti bahwa apabila variabel kecerdasan emosional dan komitmen organisasi meningkat maka akan meningkatkan kinerja. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,470. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (kecerdasan emosional) dan  $X_2$  (komitmen organisasi) berpengaruh terhadap kinerja ( $Y$ ) sebesar 47% sedangkan sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $3,419 > 1,666$ ) dan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $4,960 > 1,666$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) atau secara bersama-sama memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan Fhitung > Ftabel ( $31,473 > 3,13$ ). Artinya variabel kecerdasan emosional dan komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma.

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of emotional intelligence and organizational commitment together on employee performance at the Regional Financial Management Agency of Seluma Regency. The sample in this study were 74 employees at the Regional Financial Management Agency 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 analysis showed  $Y = 9.714 + 0.325X_1 + 0.454X_2$ , this describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between  $X_1$  (emotional intelligence) and  $X_2$  (organizational commitment) on performance (Y). It means that if the variables of emotional intelligence and organizational commitment increase, it will increase performance. The value of the coefficient of determination is 0.470. This means that  $X_1$  (emotional intelligence) and  $X_2$  (organizational commitment) affect performance (Y) by 47% while the remaining 53% is influenced by other variables not examined in this study. Emotional intelligence has a significant effect on employee performance at the Regional Financial Management Agency of Seluma Regency because the t-count is greater than the table (3.419 > 1.666) and the significance value is 0.001 less than 0.05. Organizational commitment has a significant influence on employee performance at the Regional Financial Management Agency of Seluma Regency because the value of t-count is greater than the table (4.960 > 1.666) and the significance value of 0.000 is less than 0.05. The results of hypothesis testing simultaneously (F test) or together have a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05 and F-count > F-table (31.473 > 3.13). This means that the variables of emotional intelligence and organizational commitment have a significant influence together on employee performance at the Seluma Regency Regional Financial Management Agency.

## PENDAHULUAN

Paradigma lama yang menganggap bahwa IQ (Intelligence Quotient) atau Kecerdasan Intelektual sebagai satu – satunya tolak ukur kecerdasan seseorang, seringkali dijadikan parameter keberhasilan kinerja sumber daya manusia di suatu kelompok tertentu. Namun, pernyataan ini digugurkan dengan hadirnya paradigma lain mengenai kecerdasan yang turut menentukan keberhasilan seseorang. Goleman (2015:42) menyimpulkan bahwa “Pencapaian Kinerja ditentukan hanya 20 persen dari IQ, sedangkan 80 persen lagi ditentukan oleh kecerdasan emosi (EI/Emotional Intelligence)”. Dengan kata lain, kecerdasan emosional atau Emosional Quotient (EQ) ini memberikan peranan dalam mengarahkan pegawai untuk bersikap adaptif dalam menghadapi sesuatu, mawas diri dan selalu mengevaluasi dirinya agar selalu selaras dengan kepentingan organisasi atau instansi pemerintahan.

Komitmen organisasi juga dapat mempengaruhi kinerja. 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 tugas/kerja itu berarti mengidentifikasi organisasi/perusahaan yang mempekerjakan seseorang.

Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma merupakan instansi pemerintah yang memiliki tugas mengatur keuangan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan. Pelaksanaan tugas dan fungsi dari Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma harus memiliki sumber daya manusia yang handal sehingga mampu melaksanakan semua tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Tingginya tanggung jawab seorang Pegawai karena banyaknya tugas dan tanggungjawab yang harus diselesaikan tepat waktu. Pada kenyataannya dapat dilihat masih kurangnya kecerdasan emosional yang dimiliki oleh pegawai Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma. Hal ini berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara terhadap pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma. Hasil wawancara dengan Ibu Werda Susanti mengatakan bahwa pegawai masih merasakan kepanikan pada saat adanya tekanan kerja yang tinggi baik dari pimpinan maupun dari pegawai lainnya. Tekanan kerja dan rutinitas kerja memerlukan dukungan mental yang mampu mengendalikan dan mengelola emosi secara positif, serta mampu memotivasi diri sendiri, mampu mengenali emosi orang lain, dan mampu membina hubungan dengan orang lain, sehingga akan terjalin hubungan saling percaya dan saling membantu antara pegawai dengan sesama pegawai dan antara pegawai dengan pimpinan.

Berdasarkan fenomena yang ada dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma"

## LANDASAN TEORI

### Kecerdasan Emosional

Menurut Shapiro (2016:34), menyatakan bahwa kecerdasan emosional ialah himpunan bagian dari kecerdasan sosial yang melibatkan kemampuan memantau perasaan sosial yang melibatkan kemampuan pada orang lain, memilah-milah semuanya dan menggunakan informasi ini untuk membimbing pikiran dan tindakan..

### 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

Mangkunegara (2015:67), mengatakan kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. 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

### Metode Analisis

### Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada pengaruh 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 = Kecerdasan Emosional  
 X2 = Komitmen organisasi  
 a = Nilai konstanta  
 e = erorr

### 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. Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2015:48) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi,

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kecerdasan emosional dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.714	3.947		2.455	.017
Kecerdasan emosional	.325	.095	.328	3.419	.001
Komitmen organisasi	.454	.092	.476	4.960	.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 9 maka dapat diperoleh perseamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,714 + 0,325X_1 + 0,454 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 9,714 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kecerdasan emosional (X1) dan komitmen organisasi (X2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kinerja (Y) akan tetap sebesar 9,714.
2. Pengaruh Kecerdasan emosional (X1) terhadap kinerja (Y)

Nilai koefisien regresi variabel X1 (Kecerdasan emosional) adalah sebesar 0,325, dengan asumsi apabila X1 (Kecerdasan emosional) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Kinerja) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,325.

3. Pengaruh Komitmen organisasi (X2) terhadap Kinerja (Y)  
Nilai koefisien regresi variabel X2 (komitmen organisasi) adalah sebesar 0,454, dengan asumsi apabila X2 (komitmen organisasi) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (kinerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,454.

**Koefisien Determinasi (R2)**

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 Square	RStd. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.470	.455	2.419

a. Predictors: (Constant), Komitmen organisasi, Kecerdasan emosional

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 0,470. Hal ini berarti bahwa X1 (kecerdasan emosional) dan X2 (komitmen organisasi) berpengaruh terhadap kinerja (Y) sebesar 47% sedangkan sisanya (100- 47% = 53%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji t)**

Dari hasil perhitungan Tabel 1 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Kecerdasan emosional)  
Hasil pengujian untuk variabel X1 (kecerdasan emosional) menunjukkan nilai thitung = 3,419 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan dk= n-k = 74-2 = 72, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel (3,419 > 1,666) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya X1 (kecerdasan emosional) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma.
2. Variabel X2 (Komitmen organisasi)  
Hasil pengujian untuk variabel X2 (komitmen organisasi) menunjukkan nilai thitung = 4,960 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan dk= n-k = 74-2 = 72, diketahui nilai ttabel sebesar 1,666. Maka thitung lebih besar dari ttabel (4,960 > 1,666) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya X2 (komitmen organisasi) memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Y) pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma.

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	368.362	2	184.181	31.473	.000 <sup>b</sup>
	Residual	415.489	71	5.852		
	Total	783.851	73			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Komitmen organisasi, Kecerdasan emosional

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Berdasarkan Tabel 3 hasil perhitungan statistik menunjukkan F hitung = 31,473 sedangkan Ftabel ( $df_1=k-1=3-1=2$ , sedangkan  $df_2= n-k = 74-3=71$ ,  $\alpha = 5\%$ ) adalah sebesar 3,13, berarti diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $31,473 > 3,13$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa secara simultan X1 (kecerdasan emosional) dan X2 (komitmen 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 yaitu X1 (kecerdasan emosional) dan X2 (komitmen organisasi) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai (Y) pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma.

### Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kecerdasan emosional terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma, karena nilai signifikan sebesar 0,001 kecil dari 0,05 dan thitung lebih besar dari ttabel ( $3,419 > 1,666$ ). Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kecerdasan emosional maka kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma juga akan meningkat.

Pegawai menilai kecerdasan emosional mampu meningkatkan kinerja pegawai dalam bekerja. pegawai telah mampu meghadapi kesulitan dalam bekerja sehingga pegawai mampu mengerjakan semua tugas yang diberikan kepadanya, pegawai menyadari kelebihan dan keseluruhan yang ada dalam dirinya sehingga mereka bisa untuk menghadapi masalah yang timbul dalam bekerja, namun terkadang karena banyaknya pekerjaan membuat pegawai selumaang percaya diri pada kemampuan yang mereka miliki. Untuk itu pegawai harus memiliki kepercayaan pada dirinya bahwa dengan keterampilan dan ilmu yang dimiliki serta pengalaman dalam bekerja mereka mampu menyelesaikan semua pekerjaan yang diberikan kepadanya. Untuk peningkatan kepercayaan diri dari pegawai hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pengarahan kepada pegawai dan memberikan keyakinan kepada pegawai bahwa dengan kemampuan yang mereka miliki mereka mampu untuk menyelesaikan semua pekerjaannya.

### Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen organisasi terhadap kinerja karena nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari  $0,05$  dan thitung lebih ibesar idari ittabel ( $4,960 > 1,666$ ). Hal ini menggambarkan bahwa semakin imeningkat ikomitmen iorganisasi imaka ikinerja ipegawai ipada iBadan iPengelolaan iKeuangan iDaerah iKabupaten iSeluma ijuga iakan isemakin imeningkat. i

Artinya idengan iadanya ikomitmen iyang itinggi iterhadap iorganisasi iakan imenciptakan ikesetian iPegawai iterhadap iBadan iPengelolaan iKeuangan iDaerah iKabupaten iSeluma idan itidak iiberkeinginan iuntuk ipindah ikerja isehingga iPegawai idapat ibekerja ilebih ifocus idan idapat imeningkatkan ikinerja iPegawai

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 9,714 + 0,325X_1 + 0,454 X_2$ , hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (kecerdasan emosional) dan  $X_2$  (komitmen organisasi) terhadap kinerja ( $Y$ ). Berarti bahwa apabila variabel kecerdasan emosional dan komitmen organisasi meningkat maka akan meningkatkan kinerja.
2. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,470. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (kecerdasan emosional) dan  $X_2$  (komitmen organisasi) berpengaruh terhadap kinerja ( $Y$ ) sebesar 47% sedangkan sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,41 > 1,666$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05.
4. Komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,960 > 1,666$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
5. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji  $F$ ) atau secara bersama-sama memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $31,473 > 3,13$ ). Artinya variabel kecerdasan emosional dan komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma.

### Saran

1. Diharapkan kepada Pegawai Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma untuk dapat mengendalikan emosi dalam bekerja, dan bekerja dengan teliti karena dapat meningkatkan kecerdasan emosional.
2. Disarankan kepada Pegawai Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Seluma untuk lebih memperhatikan instansi dengan cara memberikan ide-ide cemerlang dan mendahulukan kepentingan kantor dari kepentingan pribadi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ariesta. 2016. Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kinerja Peternak Ayam Ras Pedaging. Skripsi. Universitas Airlangga
- Danim, Sudarwan. 2016. Kinerja Staf dan Organisasi. Bandung : Pustaka Setia
- Erdiyanti. 2018. *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Guru di SMA Negeri 1 Kendari*. Jurnal Shautut Tarbiyah, Ed. Ke-39 Th. XXIV
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goleman Daniel. 2015. *Emotional Intelligence*. Jakarta : Gramedia Utama
- Luthans, Fred. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh : Vivin Andhika Yuwono; Shekar Purwanti; Th.Arie Prabawati; dan Winong Rosari. Yogyakarta : Andi

- Mahyudin Fajri. 2017. *Hubungan Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi dengan Kinerja Pegawai Pada Bagian Administrasi Keuangan Sekretariat Daerah Provinsi Bengkulu*. Skripsi. Universitas Dehasen
- Mangkunegara. Anwar Prabu, 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muchlas Samanii, 2014. *Konsep dan Model Pendidikan Karakter*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Narimawati, Umi. 2014. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Agung Media
- Prawirosentono, Suryadi. 2016. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta:BPFE.
- Selviyani. 2019. *Employee Success through the Level of Emotional Intelligence and Spiritual Intelligence*. Management Analysis Journal 8 (3)
- Shapiro Lawrence, E. 2016. *Mengajarkan Kecerdasan Emosional Pada Anak*. Jakarta : Gramedia Utama
- Soekidjan, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta : Bumi Aksara
- Sopiah. 2015. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan keenam, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno, Edy. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group
- Zainuddin. 2015. *The Journalist*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher

# The Role of Marketing Management Through Social Media Instagram on Scarf By Miwa in Aceh Singkil

## Peranan Manajemen Pemasaran Melalui Sosial Media Instagram pada Scarf By Miwa di Aceh Singkil

Araza Yudha Maghfira <sup>1)</sup>; Nurbaiti <sup>2)</sup>; Sella Fauziati Harlina <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: <sup>1)</sup> [Yudamagfirah0301@gmail.com](mailto:Yudamagfirah0301@gmail.com); <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id); <sup>2)</sup> [sellafauziasella@gmail.com](mailto:sellafauziasella@gmail.com)

### How to Cite :

Maghfira, A. Y., Nurbaiti., Harlina, S. F. (2021). The Role of Marketing Management Through Social Media Instagram on Scarf By Miwa in Aceh Singkil. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i31>

### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

### KEYWORDS

Marketing Management;  
Instagram; Scarfbymiwa

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



### ABSTRAK

Scarf bymiwa adalah salah satu bidang usaha scarf (hijab) yang banyak diminati dikalangan perempuan khususnya masyarakat aceh sinngkil. scarfbymiwa menjual beberapa aneka ragam hijab dengan berbagai motif, paling unik dari scarfbymiwa adalah menjual beraneka ragam scarf (hijab) dengan berbagai motif dan berbahan katun voal. Tujuan Penelitian (1) Mengetahui peranan manajemen pemasaran pada usaha scarf bymiwa melalui sosial media Instagram (2) Mengetahui apa saja implementasi dari manajemen pemasaran pada usaha scarfbymiwa melalui sosial media instagram (3) Mengevaluasi manajemen pemasaran scarfbymiwa melalui sosial media Instagram (4) Menindak lanjuti usaha scarfbymiwa. Metode yang kami gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Ownerscarfbymiwa, dan 30 orang konsumen scarfbymiwa dari berbagai kalangan, penentuan subjek penelitian dilakukan dengan cara mewawancarai responden. Pengumpulan data dilakukan yang kami lakukan dengan cara melakukan teknik observasi, teknik wawancara dan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan manajemen pemasaran sangat membantu dalam pemasaran produk scarfbymiwa di Instagram. Dari Owner sudah sangat bagus dalam memasarkan melalui sosial media Instagram, kemudian konsumen sangat megapresiasi pemasaran sosial media instagram dan 30 konsumen 9 (90%) diantaranya menyukai pemasaran sosial media instagram dan sering menggunakannya sedangkan 1 responden(10%) menyukai akan tetapi tidak suka dalam hal desain foto produk kurang karena menarik. Oleh sebab itu diperlukan perhatian dalam mengaploud produk harus lebih diperhatikan desain foto produk tersebut.

### ABSTRACT

*Bymiwa scarf is one of the businesses in the field of hijab that is in great demand by the public. scarfbymiwa sells various kinds of headscarves with various motifs, the hallmark of scarfbymiwa is selling various kinds of veils (hijab) with various motifs and made of voal cotton. Knowing the implementation of marketing management in the scarfbymiwa business through Instagram social media (3) Evaluating the scarfbymiwa marketing management through Instagram social media (4) Following up the scarfbymiwa business. The method used is descriptive with a qualitative approach. The subject of this research is Ownerscarfbymiwa, and 30*

*scarfbymiwa consumers from various circles, the determination of research subjects is done by interviewing respondents. Data was collected using observation techniques, interview techniques and documentation techniques. The results showed that the role of marketing management was very helpful in marketing scarfbymiwa products on Instagram. From the owner who is very good at marketing through Instagram social media, then consumers really appreciate Instagram social media marketing and 30 consumers 9 (90%) like Instagram social media marketing and often use it while 1 respondent (10%) likes but doesn't like it in social media marketing. product photo design is lacking because it is attractive. Therefore, it is necessary to pay more attention to uploading products, to pay more attention to product photo designs.*

## PENDAHULUAN

Tingkat persaingan antar industri bisnis semakin meningkat di dunia bisnis saat ini, tidak terkecuali wilayah di Aceh Singkil. Dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi, setiap bisnis berusaha untuk terus meningkatkan kualitas manajemen produksi dan pemasaran dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan sesuai dengan tujuan perusahaan.

*Instagram* merupakan social media yang berbeda dari social media lainnya. *Instagram* merupakan aplikasi platform media sosial untuk berbagi foto dan video dimana kegiatan didukung dengan sebuah aplikasi yang memiliki *fitur-fitur* yang diklasifikasi sesuai dengan keinginan. Disisi lain dukungan teknologi *smartphone* semakin murah dan mudah ditemukan ada beberapa fitur yang terdapat didalam aplikasi *instagram* yaitu New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna yang mana kita dapat melihat aktivitas dari orang kita ikuti di *Instagram*.

*Scarf bymiwa* merupakan salah satu usaha dibidang scarf (hijab) yang banyak diminati dikalangan masyarakat. *scarfbymiwa* menjual beraneka ragam hijab dengan berbagai motif, ciri khas dari *scarfbymiwa* adalah menjual beraneka ragam scarf (hijab) dengan berbagai motif dan berbahan katun voal.

Pelanggan scarf bymiwa biasanya berbagai kalangan masyarakat di aceh singkil mulai dari pekerja kantoran, masyarakat biasa bahkan anak sekolah. *scarfbymiwa* menjadi salah satu penjual hijab melalui media sosial *instagram* yang banyak peminatnya sehingga peneliti tertarik untuk meneliti peranan manajemen pemasaran scarf bymiwa yang dipasarkan melalui sosial media *Instagram* Hal ini dikarenakan banyaknya peminat *scarfbymiwa* tersebut sehingga berguna untuk dijadikan sebuah acuan bagi peneliti sendiri dan *scarfbymiwa* untuk memasarkan hasil karyanya melalui sosial media *instagram*

## LANDASAN TEORI

### Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran sebagai Seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta dapatkan mempertahankan, dan meningkatkan jumlah konsumen dengan menghasilkan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih besar dikenal sebagai manajemen pemasaran. Sektor bisnis harus memenangkan pangsa pasar untuk produk yang berkelanjutan untuk mencapai hal ini. Untuk dapat disuplai sedemikian rupa sehingga kegiatan pemasaran dilakukan secara terus menerus, diperlukan upaya untuk menghubungkan operasi pemasaran dengan kegiatan lain seperti halnya produksi, keuangan, dan lain-lain untuk memenuhi tujuan.

Pemasaran menurut Suryana (2008:135), adalah sebuah proses yang menentukan keinginan dan kebutuhan konsumen, membuat jasa atau barang, keputusan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa dan barang. Kotler berpendapat bahwa (2005:10) pemasaran adalah suatu proses sosial di mana individu dan organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

dengan mengembangkan, menyajikan, dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa yang bernilai dengan pihak lain, Untuk mengembangkan sinergi dalam operasi pemasaran, pemasaran yang berkelanjutan harus memiliki hubungan yang solid dengan divisi lain.

### Instagram

Menurut kelompok kami media social juga dapat membantu promosi dari produk hijab ini dari situs-situs jejaring media sosial seperti Facebook, Instagram, dan whataspp merupakan layanan berbasis web yang sangat memungkinkan penggunaanya untuk membuat sebuah profil publik atau semi-publik di dalam suatu sistem yang terbatas, dapat ditampilkan pengguna lain yang terkait dengan mereka, dan melihat dari daftar koneksi mereka, selain daftar yang dihasilkan oleh pengguna sistem lainnya. Situs jejaring sosial dianggap sebagai perluasan diri dunia maya, dan hubungan yang terjadi di dalamnya juga merupakan perpanjangan dari interaksi kehidupan nyata. Lampe et al dalam (Puntoadi, 2011) menunjukkan bahwa alasan utama orang menggunakan situs jejaring sosial adalah untuk menemukan orang yang sudah mereka kenal dan berkomunikasi, bukan untuk menjalin kenalan baru.

Instagram adalah platform media sosial yang bisa berbagi foto dan video. Karena Instagram masih menjadi bagian dari Facebook, teman-teman Facebook kita bisa mengikuti akun Instagram kita. Karena semakin populernya Instagram sebagai alat berbagi foto, banyak orang yang menjalankan bisnis online memanfaatkannya untuk mempromosikan produk mereka. (Nisrina, 2015).

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang kami buat ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif berbasis pengujian hipotesis. Subjek penelitian ini atau informasi kunci (key informan) dalam penelitian ini adalah Owner scarfbymiwa, dan 30 orang konsumen dari berbagai kalangan yang memesan melalui *scarfbymiwa melalui instagram*. Adapun objek pada penelitian ini ialah Peranan Manajemen Pemasaran Melalui Sosial Media *Instagram* Pada *Scarf By Miwa* Di Aceh Singkil.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dari owner scarfbymiwa menyatakan bahwa peranan instagram dalam manajemen pemasaran usahanya amat sangat berperan penting karena dengan adanya instagram memudahkan owner dalam melakukan promosi usahanya yang hanya menggunakan foto produk dan handphone, tidak hanya itu owner juga mengatakan sangat terbantu untuk melakukan transaksi via instagram tanpa harus membawa scarfnya untuk di promosikan secara langsung. sedangkan 30 orang konsumen juga menyatakan bahwa pemesanan scarfbymiwa melalui instagram sangatlah mudah, pada umumnya konsumen hanya melihat foto produk scarfbymiwa di instagram lalu kemudian melakukan transaksi melalui kolom komentar instagram atau direct massagem (DM), kemudian owner akan langsung mengantarkan produk tersebut kepada konsumen yang sudah melakukan transaksi, akan tetapi masih banyak kekurangan yang mesti di perbaiki seperti foto produk pada scarf bymiwa harus dicantumkan harganya sehingga mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran dan menarik perhatian konsumen.

Tabel 1. Hasil pertanyaan wawancara dari owner dan konsumen scarfbymiwa

NO	NAMA	PERTANYAAN
1	OWNER	1. Sudah berapa lama anda menekuni usaha ini? 2. Apa yang mendorong anda menggunakan istagram sebagai media penjualan? 3. Apa manfaat yang anda rasakan setelah menggunakan media sosial innstagram sebagai media penjualan? 4. Apasaja produk yang anda jualkan?
2	KONSUMEN	1. Apakah anda pernah berbelanja di online shop scarfbymiwa? 2. Bagaimana menurut anda produk scarfbymiwa? 3. Bagaimana menurut anda pemesanan di online shop scarfbymiwa? 4. Apakah transaksi di online shop scarfbymiwa mudah? 5. Apakah chet dm anda selalu dibalas oleh scarfbymiwa? 6. Apa menurut anda kekurangan dari scarfbymiwa?

Menurut penelitian terdapat beberapa dalam pengelompokan penjelasan tentang atribut suatu produk yang terdiri dari tiga unsur penting, yaitu seperti motif produk (*product motif*), fitur-fitur yang ditampilkan produk (*product features*), dan berbagai macam desain produk (*Product design*).

1. Kualitas produk (*Produk quality*). Motif suatu produk menurut pengamatan dari kelompok kami yang di teliti oleh teman saya di daerah nya motif dari suatu produk hijab ini yang di hasilkan berbagai macam motif ada yang seperti jilbab segi empat, jilbab segi, kerudung segi, kerudung voal, printing dan lain sebagainya. Satu motif produk yang baik akan dapat membangun sebuah kepercayaan untuk konsumen sehingga dari kepercayaan tersebut maka hadir lah kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang dibeli.
2. Fitur Produk (*Product features*). Dalam memilih fitur produk untuk salah satu sarana yang kompetitif untuk membedakan produk-produk hijab yang satu dengan produk-produk hijab para pesaing lainnya yang ada di daerah aceh singkil, fitur merupakan alat ukur untuk membandingkan atau mengukur perbedaan antar produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Fitur produk hijab ini identik dengan sifat, sesuatu yang sangat berbeda, ciri khasnya, harga yang diperjualkan dan hasilnya pun sangat istimewa yang berbeda dari fitur lainnya. Biasanya karakteristik sangat melekat sangat dengan suatu produk yang mana ini adalah sebuah hasil dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola produk tersebut.
3. Desain dari sebuah produk (*product design*). Dalam memilih desain produk hijab ini ada beberapa konsep yang kami lakukan yaitu memilih konsep yang lebih luas dari pada suatu gaya (*style*) produk dalam mendesain hasil dari karya dari produk tersebut. Desain juga dapat dipertimbangkan terhadap sebuah faktor dari penampilan oleh pengguna, dapat juga untuk mewujudkan atau bertujuan untuk memperbaiki sistem kinerja produk hijab itu sendiri, dapat mengurangi biaya produksi dari produk tersebut, dan dapat bertambahnya suatu keunggulan produk dalam bersaing. Menurut teman saya disana arti dari desain produk tersebut "Desain atau rancangan tersebut merupakan suatu totalitas keistimewaan yang sangat mempengaruhi sebuah penampilan oleh penggunanya dari segi fungsi suatu produk hijab ini untuk meningkatkan kebutuhan pelanggan terhadap desain produk hijab atau karya di hasilkan dari produk ini".

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan owner menyebutkan bahwa peranan manajemen marketing dalam bisnis yang dijalannya sangat berpengaruh. dengan adanya manajemen pemasaran owner jadi mudah melakukan pemasaran di instagram baik dalam melakukan promosi maupun yang lainnya. Yang dimana kita ketahui manajemen pemasaran bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau

jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa. Kualitas Produk juga mampu memberikan suatu kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.

Saran kami pada photo produk agar lebih estetik lagi dan dalam penerapan harga agar bisa dicanrumkan dalam postingan mungkin owner bisa menabuh produk terbaru lagi. Lebih konsisten dalam memposting produk dan memberikan penawaran khusus di instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri , Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Budi ,Sutomo. 2008. *Variasi Mie dan Pasta*. Jakarta : PT. Kawan Pustaka.
- Dan Zarella. 2010. *The Sosial Media Marketing Book*. Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Dedy Mulyana. 2006. *Metode Penulisan Kualitatif*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Malayu S.P Hasibuan. 2006. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Fachruddin Andi. 2016. *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta : Cv. Andi Offset.
- Irsad.Z. 2010. *Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Dan Place) Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta(Dipublikasikan)

# Analysis Of Stock Control Of Raw Materials Of Dzohir Noodles In Bengkulu

## Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Mie Dzohir Di Bengkulu

Monika Ahmelia<sup>1)</sup>; Herlin<sup>2)</sup>; Abdul Rahman<sup>3)</sup>

Department of Accounting, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup>[monikaahmelia09@gmail.com](mailto:monikaahmelia09@gmail.com)

### How to Cite :

Ahmelia, M., Herlin, H., Rahman, A. (2021). Analysis Of Stock Control Of Raw Materials Of Dzohir Noodles In Bengkulu. JURNAL EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [28 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

### KEYWORDS

Feasibility Study, Marketing Aspect, Financial Aspect, Culinary Business

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 menganalisis pengendalian persediaan bahan baku Mie Dzohir di Bengkulu. Metode analisis yang digunakan adalah Economic Order Quantity (EOQ), Reorder Point (ROP), Total Inventory Cost (TIC) dan Safety Stock (SS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan bahan baku sebesar 91.375 kg selama periode penelitian, dari Januari sampai Desember (12 bulan), maka total pembelian yang hemat/EOQ bahan baku tepung terigu yang harus dilakukan oleh pabrik Mie Dzohir di Bengkulu adalah sebanyak 5.372 kg setiap kali pemesanan dengan frekuensi pembelian sebanyak 17 kali selama satu periode dari Januari 2020 sampai dengan Desember 2020. Pemesanan kembali atau reorder point (ROP) juga dapat ditentukan yaitu pemesanan kembali seharusnya dilakukan pada saat persediaan digudang sebanyak 345 kg, dengan lead time 1 hari agar tidak menghambat proses produksi perusahaan. Total inventory cost (TIC) juga dapat ditentukan yaitu total biaya persediaan bahan baku sebesar Rp. 3.572.188,- sehingga dapat menghemat biaya persediaan sebesar Rp. 1.051.697,-. Safety stock (SS) sebesar 95 kg yang harus ada digudang, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekurangan bahan baku tepung terigu apabila terjadi keterlambatan pengiriman bahan baku.

### ABSTRACT

This study aims to analyze the stock inventory control of Mie Dzohir's raw materials in Bengkulu. The analytical method used is Economic Order Quantity (EOQ), Reorder Point (ROP), Total Inventory Cost (TIC) and Safety Stock (SS). The results showed that to meet the raw material needs of 91,375 kg during the research period, from January 2020 to December 2020 (12 months), the number of economical purchases/EOQ of wheat flour raw materials that had to be made by the Mie Dzohir factory in Bengkulu was as much as 5,372 kg for each order with a purchase frequency of 17 times for a period from January 2020 to December 2020. Reorders or reorder points (ROP) can also be determined, namely reordering should be done when 345 kg of inventory is in warehouse, with a lead time of 1 days so as not to hamper the company's production process. The total inventory cost (TIC) can also be determined, namely the total cost of raw material inventory of Rp. 3.572.188, - therefore, it can save on inventory costs of Rp. 1.051.697,-. Safety stock (SS) of 95 kg which must be in the warehouse, this is intended therefore, there is no shortage of wheat flour raw materials if there is a delay in the delivery of raw materials.

## PENDAHULUAN

Perkembangan Indonesia era ini bertambah pesat, karena setiap perusahaan kini mulai bersaing dengan ketat sehingga perusahaan berlomba-lomba membuat suatu produk agar kualitas dan kuantitas yang diharapkan dengan biaya seminimal mungkin, maka dari itu pentingnya metode yang benar agar menciptakan suatu barang yang nantinya dapat diterima para konsumen. Adanya persediaan bahan baku maka hendaknya perusahaan manufaktur menjalankan langkah-langkah produksi kebutuhan konsumen yang sesuai, menetapkan pengendalian persediaan yang memadai agar aktivitas produksi pada pelanggan perusahaan tidak kekurangan bahan baku dimasa depan. Ada banyak metode penanganan bahan baku yang dipakai. Penelitian ini menggunakan metode EOQ, Reorder Point (ROP), Total Inventory Cost (TIC) dan Safety Stock (SS). Menurut Heizer dan Render, (2015 : 561) EOQ yaitu cara pengendalian yang mudah dengan konsepsi pengendalian terbilang bisa untuk menemukan total (Q) tiap pesanan sehingga TIC menjadi minimum. Mie Dzohir di Bengkulu merupakan bisnis mie milik pribadi yang memproduksi berbagai macam mie salah satunya mie kwetiau. Banyaknya bisnis yang serupa tidak menyebabkan Mie Dzohir menyerah, justru sampai kini mie buatan persusahaan Mie Dzohir di Bengkulu terus-menerus dibeli habis oleh konsumennya. Bahan baku yang digunakan langkah-langkah dalam membuat Mie Dzohir yaitu tepung terigu dan dalam pengoperasian proses produksi bahan baku maka diharuskan tersedianya bahan baku setiap saat agar proses produksi berjalan dengan lancar, akan tetapi tepung terigu yang disimpan dalam jangka waktu yang lama dan terjadi penumpukan di gudang maka akan mengalami keusangan dan kerusakan. Maka dari itu peneliti menetapkan tempat penelitian di pabrik Mie Dzohir agar pemilik usaha ini memahami pentingnya metode EOQ, ROP, TIC DAN SS dalam persediaan bahan baku.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Persediaan Barang**

Persediaan yaitu kinerja perusahaan untuk menjalankan setiap permintaan barang mentah, setengah jadi maupun barang jadi agar terus tersedia bagus dalam situasi pasar yang berfluktuasi atau stabil.

### **Pengertian Bahan Baku**

Bahan baku yaitu salah satu bahan yang terpenting didalam perusahaan manufaktur, karena bahan baku proses pertama dalam produksinya. Ketika perusahaan menemukan bahan baku input berupa barang setengah jadi, hingga perusahaan dapat membuat bahan baku input menjadi barang output.

### **Pengendalian Persediaan Bahan Baku**

Pengendalian persediaan merupakan tindakan dalam menaksirkan total persediaan yang benar, dengan total yang tidak sedikit maupun besar dibandingkan permintaan.

### **Economic Order Quantity**

Perusahaan memerlukan metode EOQ untuk menemukan kuantitas pemesanan yang terbaik. Dalam metode ini perusahaan dapat menentukan jumlah pembelian yang hemat dengan menetapkan kebutuhan dalam satu periode yang ditentukan, biaya pemesanan dan penyimpanan.

### **Reorder Point**

Perhitungan Reorder Point setiap kali pembelian memperhitungkan total persediaan yang ada di gudang, maka pada saat total persediaan tertentu perusahaan harus melakukan pemesanan dan menentukan kapan pemesanan kembali yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan agar persediaan perusahaan tidak kekurangan bahan baku jika nanti terjadinya keterlambatan proses pengiriman.

**TIC**

Untuk dapat menentukan total biaya atau TIC yang minimum maka harus membandingkan antara perhitungan biaya persediaan yang dilakukan suatu perusahaan dan menurut perhitungan dengan menggunakan metode EOQ.

**SS**

Perusahaan harus selalu menyediakan stok pengaman agar bahan baku tidak kehabisan stok jika dimasa depan terjadinya keterlambatan pengiriman atau terjadinya kerusakan yang dapat menyebabkan terhentinya proses produksi.

## METODE PENELITIAN

**Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

**a. Analisis Economic Order Quantity (EOQ)**

Untuk dapat menentukan jumlah kuantitas pemesanan yang optimal dan meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh pabrik Mie Dzohir di Bengkulu. Adapun di dalam menetapkan metode Economic Order Quantity (EOQ) dapat dihitung dengan suatu persamaan atau rumus. Heizer dan Render (2015: 563), penghitungan Economic Order Quantity (EOQ) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EOQ =$$

Dimana :

EOQ = Jumlah pembelian optimal yang ekonomis

D = permintaan yang diperkirakan per periode waktu

S = Biaya pemesanan per pesanan

H = Biaya penyimpanan perunit per tahun

**b. Analisis Reorder Point (ROP)**

Kapan pemesanan kembali sehingga biaya optimal dapat dilakukan, yaitu pada saat titik dimana perusahaan mempunyai batas barang yang harus ada untuk dapat memenuhi pesanan konsumen, dengan memperhatikan lead time. Rumus untuk menentukan titik pemesanan ulang (Reorder Point) menurut Heizer dan Render (2015: 567) sebagai berikut:

$$ROP = D \times L$$

Dimana :

D = permintaan per hari

L = waktu tunggu pesanan (dalam hari)

Rumus ROP akan berubah apabila disertakan persediaan pengaman. Berikut adalah rumus ROP dengan persediaan pengaman :

$$ROP = (D \times L) + SS$$

Dimana :

D = Kebutuhan rata-rata bahan baku perhari

L = Lead Time

A = Safety Stock

**c. Total Inventory Cost (TIC)**

Untuk memperoleh total biaya persediaan bahan baku dengan menggunakan rumus Heizer dan Render (2015: 563) sebagai berikut:

$$TIC = [D/Q.S] + [Q/2.H]$$

Dimana :

Q = Jumlah optimal tepung terigu perpesanan

- H = Biaya penyimpanan per tahun
- S = Biaya pemesan sekali pesan

d. Safety Stock (SS)

Metode safety stock digunakan untuk mengetahui tingkat pengaman persediaan. Sebelum menentukan Safety Stock, terlebih dahulu harus mengetahui nilai standar deviasinya yaitu dengan rumus Heizer dan Render (2015:567) sebagai berikut :

$$SD = \sqrt{((\sum(X - \bar{X})^2) / N)}$$

Dimana :

- SD = Standar deviasi
- X = Perkiraan pemakaian
- $\bar{X}$  = Pemakaian sesungguhnya
- N = Jumlah data

Setelah nilai standar deviasi diketahui, maka selanjutnya menghitung safety stock dengan rumus Heizer dan Render (2015:567) sebagai berikut:

$$SS = Z \times SD$$

Dimana :

- SS = Safety Stock
- Z = Nilai  $\alpha$  dengan penyimpangan 5% yang dilihat pada tabel Z.
- SD = Standar Deviasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Economic Order Quantity (EOQ)

pembelian bahan baku yang ekonomis ini didasarkan pada :

Dimana :

- D = Total kebutuhan bahan baku (91.375)
- S = Biaya pemesanan per pesanan (Rp. 105.000)
- H = Biaya penyimpanan perunit per tahun

Maka besarnya pembelian bahan baku yang ekonomis menggunakan metode EOQ adalah sebagai berikut :

$$EOQ = \sqrt{\frac{2SD}{H}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 105.000 \times 91.375}{665}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{19.188.750.000}{665}}$$

$$EOQ = \sqrt{28.855.263}$$

$$EOQ = 5.371,70 \text{ kg pembulatan menjadi } 5.372 \text{ kg}$$

b. Frekuensi pemesanan bahan baku tepung terigu

Dengan menggunakan metode EOQ dapat dihitung jumlah frekuensi pemesanan dalam satu tahun atau sering disebut frekuensi, dapat dihitung sebagai berikut :

$$f = \frac{R}{EOQ}$$

$$f = \frac{91.375}{5.372}$$

$$= 17,00 \text{ atau dibulatkan menjadi } 17 \text{ kali pembelian}$$

## c. Analisis Total Inventory Cost (TIC)

Agar dapat menghitung biaya persediaan yang diperlukan, maka diketahui :

- D = Total kebutuhan bahan baku (91.375)  
 S = Biaya pemesanan per pesanan (Rp. 105.000)  
 H = Biaya penyimpanan per unit per tahun (Rp. 665)  
 Q = Pembelian rata-rata bahan baku ekonomis (4.014 kg)

Total Inventory Cost (TIC) sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{TIC} &= \left[ \frac{D}{Q} \cdot S \right] + \left[ \frac{Q}{2} \cdot H \right] \\ \text{TIC} &= \left[ \frac{91.375}{5.372} \cdot 105.000 \right] + \left[ \frac{5.372}{2} \cdot 665 \right] \\ \text{TIC} &= (17 \times 105.000) + (2.687,5 \times 665) \\ \text{TIC} &= 1.785.000 + 1.787.187,5 \\ \text{TIC} &= \text{Rp. } 3.572.188 \end{aligned}$$

## d. Analisis Safety Stock

Persediaan pengaman ini sering juga disebut dengan istilah Safety Stock, di dalam suatu perusahaan yang besar Safety Stock ini sangat diperlukan, guna menunjang kelancaran produksi yang berlangsung seperti hanya menghindari kekurangan bahan baku yang akan mengakibatkan karyawan tidak bekerja. Dalam memperhitungkan persediaan pengaman digunakan metode statistik dengan membandingkan rata-rata bahan baku dengan pemakaian bahan baku yang sesungguhnya, kemudian dicari penyimpangan. Untuk mencari penyimpangan tersebut digunakan perhitungan standar deviasi.

$$\begin{aligned} \text{SD} &= \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{X})^2}{N}} \\ \text{SD} &= \sqrt{\frac{119.359}{36}} \\ \text{SD} &= \sqrt{3.315,5} \\ \text{SD} &= 57,58 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan perkiraan atau asumsi bahwa perusahaan memenuhi kebutuhan bahan baku sebanyak 95% dan persediaan cadangan 5% maka diperoleh nilai Safety factor sebesar 1,645 (tabel terlampir).

$$\begin{aligned} \text{Safety Stock} &= Z \times \text{SD} \\ &= 1,645 \times 57,58 \\ &= 94,71 \\ \text{pembulatan} &= 95 \text{ kg} \end{aligned}$$

persediaan pengaman (Safety Stock) yang harus disediakan adalah sebanyak 95 kg yang tetap dipertahankan di gudang guna mengantisipasi kekurangan bahan baku dan dapat digunakan apabila keterlambatan pesanan sehingga dalam proses produksi dapat terus berjalan.

## e. Analisis Reorder Point (ROP)

## a. Lead Time (Waktu Tunggu)

waktu tunggu atau Lead Time yang ditetapkan perusahaan adalah sehari sebelum bahan baku habis atau H-1. Sehari sebelum bahan baku tepung terigu habis Mie Dzohir di Bengkulu segera melakukan pemesanan kembali untuk menghindari resiko keterlambatan.

b. Analisis Reorder Point (ROP)

Setelah diketahui jumlah pembelian Ekonomis (EOQ), waktu tunggu dan safety stock, maka titik reoder point dapat ditentukan. Dan dengan rata-rata jumlah kerja karyawan selama 365 hari dalam setahun.

Sebelum menghitung ROP, maka terlebih dahulu dicari tingkat penggunaan bahan baku perhari dengan cara sebagai berikut :

$$d = \frac{D}{t}$$

$$d = \frac{91.375}{365}$$

$$d = 250,34$$

Maka *Reoder Point* (ROP) adalah sebagai berikut :

$$ROP = (D \times L) + SS$$

$$ROP = (250,34 \times 1) + 95$$

$$ROP = 345,34 \text{ pembulatan menjadi } = 345 \text{ kg}$$

f. Hasil Perhitungan Biaya Persediaan Bahan Baku Mie Dzohir Di Bengkulu Periode Januari 2020 – Desember 2020

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat dilihat biaya persediaan bahan baku Mie Dzohir di Bengkulu dari bulan januari 2020 sampai dengan desember 2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Perhitungan Biaya Persediaan Bahan Baku Mie Dzohir Di Bengkulu Periode Januari 2020 – Desember 2020

No.	Keterangan	Jumlah
1.	EOQ	5.372 kg
2.	Frekuensi pembelian/tahun	17 kali
3.	TIC	Rp. 3.572.188
4.	SS	95 kg
5.	ROP	345 kg

Sumber : Hasil penelitian, 2021

### Pembahasan

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat dilihat perbandingan bahan baku antara Mie Dzohir di Bengkulu dengan pendekatan menggunakan metode EOQ, ROP, TIC dan SS sebagai berikrt :

Terlihat rata-rata kuantitas pembelian bahan baku berdasarkan Mie Dzohir di Bengkulu sebesar 2.538 kg sedangkan apabila menggunakan metode EOQ rata-rata kuantitas pembelian bahan baku adalah sebesar 5.372 kg per sekali pesan dengan kebutuhan bahan baku sama-sama sebesar 91.375 kg dari bulan Januari 2020 sampai dengan Desember 2020 (12 bulan). Total biaya persediaan yang dikeluarkan berdasarkan Mie Dzohir di Bengkulu sebesar Rp. 4.623.885,-, apabila menggunakan metode EOQ dan TIC total biaya persediaan bahan baku sebesar Rp. 3.572.188,- sehingga dapat menghemat biaya persediaan sebesar Rp.1.051.697,-.

Selain itu dapat kita ketahui juga kebijakan pengendalian persediaan yang dilakukan oleh Mie Dzohir di Bengkulu masih kurang efektif dan efisien. Faktor yang menyebabkan kebijakan pengendalian persediaan perusahaan kurang efektif dan efisien adalah dari biaya persediaan yang timbul karena adanya pemesanan dan penyimpanan, dan juga dari faktor frekuensi pemesanan bahan baku yang dilakukan perusahaan.

Dengan demikian membuktikan bahwa kebijakan pengendalian persediaan yang dilakukan Mie Dzohir di Bengkulu belum maksimal. Itu dibuktikan dari perhitungan jumlah total biaya persediaan antara kebijakan perusahaan dengan metode EOQ, ROP, TIC dan SS yang memiliki selisih sebesar Rp. 1.051.697,-. Dimana biaya persediaan sebesar Rp. 4.623.885,- menurut Mie Dzohir di

Bengkulu lebih besar dibandingkan dengan perhitungan metode EOQ dan TIC sebesar Rp. 3.572.188,- . Dan juga dapat mengetahui hasil Safety Stock (SS) yang harus ada di gudang sebanyak 95 kg dan Reorder Point (ROP) seharusnya dilakukan pada saat persediaan di gudang sebanyak 345 kg. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan pengendalian persediaan untuk mencegah terjadinya kelebihan atau kekurangan persediaan yang akan mempengaruhi biaya persediaan. Penggunaan metode EOQ dan TIC pada Mie Dzohir di Bengkulu merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena kebijakan persediaan bahan baku yang dijalankan perusahaan selama ini tidak bisa memperkecil biaya, jadi dengan penerapan metode EOQ dan TIC akan memperkecil biaya. Pertimbangan jumlah pemesanan terhadap bahan baku akan memperkecil total biaya persediaan yang dikeluarkan karena menurut perusahaan pemesanan dilakukan 36 kali sedangkan menurut perhitungan EOQ hanya 17 kali pembelian. Hasil penelitian peneliti menggunakan teori Heizer dan Rander (2015:563-567).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Sari (2019) yang menyatakan bahwa dengan menerapkan metode EOQ maka perusahaan mampu menentukan berapa persediaan bahan baku yang harus disediakan, berapa stock minimal bahan baku, berapa banyak bahan baku yang harus ada di gudang agar proses produksi tidak terhenti. Hal lain yang dapat ditentukan dengan metode ini adalah Reorder Point yaitu titik dimana perusahaan harus memesan bahan baku dengan tujuan tidak terjadinya kekosongan bahan baku dan tidak menumpuknya bahan baku di gudang menggunakan teori Handoko (2016:340-348) dan Ahyari (2017:81-83).

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Indah dan Risasti (2017) yang menyatakan bahwa penggunaan metode EOQ dalam hal pengendalian persediaan bahan baku lebih efektif dan efisien jika dibandingkan dengan kebijakan yang selama ini digunakan PT. Tri Agro Palma Tamiang, dalam hal ini dengan menerapkan metode EOQ perusahaan akan lebih menghemat biaya-biaya yang berhubungan dengan persediaan, selain itu dengan menggunakan metode EOQ perusahaan akan terus berproduksi tanpa takut kehabisan bahan baku sehingga perusahaan bisa memenuhi permintaan konsumen setiap saat akan terhindar dari kerugian.

Sedangkan Sofiyannurriyanti (2017) menyatakan bahwa dengan menerapkan metode EOQ pada CV. Alfa Nafis didalam pembelian bahan baku baja ringan. Hal ini dapat dibuktikan dengan perhitungan EOQ perusahaan yang menyimpulkan bahwa pembelian bahan baku baja ringan yang ekonomis adalah 8.124 unit dengan frekuensi 4 kali pemesanan dalam satu tahun dengan menggunakan teori Handoko (2011:333) dan Heizer dan Rander (2008: 75).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku 1 periode sebesar 91.375 kg selama periode penelitian yaitu dari bulan Januari 2020 sampai dengan Desember 2020 (12 bulan), maka jumlah pembelian yang ekonomis/EOQ bahan baku tepung terigu yang harus dilakukan oleh pabrik Mie Dzohir di Bengkulu adalah sebanyak 5.372 kg setiap kali pemesanan dengan frekuensi pembelian sebanyak 17 kali selama satu periode dari Januari 2020 sampai dengan Desember 2020.
2. Pemesanan kembali atau reorder point (ROP) juga dapat ditentukan yaitu pemesanan kembali seharusnya dilakukan pada saat persediaan di gudang sebanyak 345 kg, dengan lead time 1 hari agar tidak menghambat proses produksi perusahaan.
3. Total biaya persediaan atau total inventory cost (TIC) juga dapat ditentukan yaitu total biaya persediaan bahan baku sebesar Rp. 3.572.188,- sehingga dapat menghemat biaya persediaan sebesar Rp. 1.051.697,- dari total biaya persediaan yang dikeluarkan berdasarkan kebijakan perusahaan.
4. Persediaan pengaman/safety stock (SS) sebesar 95 kg yang harus ada di gudang, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekurangan bahan baku tepung terigu apabila terjadi keterlambatan pengiriman bahan baku.

## Saran

1. Hendaknya perusahaan Mie Dzohir di Bengkulu meninjau kembali kebijakan yang dijalankan perusahaan mengenai pengendalian persediaan bahan baku.
2. Dalam menentukan persediaan bahan baku yang optimal dengan biaya yang minimum, frekuensi pemesanan yang minimal, waktu pemesanan kembali yang tepat waktu serta persediaan pengaman yang tepat agar tidak kekurangan bahan baku ataupun kelebihan baha baku. Maka perusahaan Mie Dzohir di Bengkulu sebaiknya mempertimbangkan untuk menggunakan metode EOQ, ROP, TIC dan SS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2016). Manajemen Operasi Produksi. Jakarta: Edisi 3.
- Damayanti. (2012). Tinjauan Pengendalian Bahan Baku Slab Pada Pt Hevea . Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Fahmi, I. (2016). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan. (2013). Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Proktif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). Manajemen Operasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Indah, D. R., & Risasti, E. Y. (2017). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada Pt.Tri Agro Palma Tamiang. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol 8, No 2.
- Kholmi, M. (2013). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ristono, A. (2013). Manajemen Persediaan . Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rudianto. (2012). Pengantar Akuntansi Konsep Dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan. Jakarta: Erlangga.
- Sari, N. (2019). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Eoq Pada Usaha Krupuk Ikan Surya. Bengkulu: Universitas Dehasen Bengkulu.
- Sjahrial, D. (2012). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sofyanurrianti. (2017). Analisa Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode Eoq (Economic Order Quantity) Di Cv. Alfa Nafis. Jurnal Ilmiah Rekayasa , Vol 10 No 2.
- Sugiyono. (2015). Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Pustaka Baru Prss.
- Sumayang, L. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono. (2013). Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tampubulon, M. P. (2018). Manajemen Operasi Dan Rantai Pemasok. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wardani. (2014). Perencanaan Dan Pengendalian Persediaan Dengan Metode Eoq. Media Mahardika, Vol 13 No 3

# Comparative Analysis of E-Business Implementation in Service Companies (Case Study of PT. Gojek and PT. Grab Indonesia)

## Analisis Perbandingan Penerapan E-Business pada Perusahaan Jasa (Studi kasus PT. Gojek dan PT. Grab Indonesia)

Amanda Damayanti Nasution <sup>1)</sup>; Helva Diansyah Putri <sup>2)</sup>; Nurbaiti <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan*

Email: <sup>1)</sup> [amandanasda@gmail.com](mailto:amandanasda@gmail.com); <sup>2)</sup> [helvadiansyahputri123@gmail.com](mailto:helvadiansyahputri123@gmail.com); <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Nasution, A. D., Putri, H. D., Nurbaiti.. (2021). Comparative Analysis of E-Business Implementation in Service Companies (Case Study of PT. Gojek and PT. Grab Indonesia). *EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i31>

### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

### KEYWORDS

*Comparison, E-Business, Service Company.*

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



### ABSTRAK

Penerapan strategi E-Business meningkatkan keunggulan dari sebuah bisnis. Pada layanan ojek online juga merupakan penerapan e-Business pada sebuah bisnis yang awalnya ojek hanya ada pada pos - pos tertentu, namun saat ini layanan ojek sudah dapat digunakan hanya dengan memesan lewat smartphone. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbandingan dari perusahaan yang menawarkan jasa sebagai produk mereka dalam menerapkan E-Business. Jenis metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan mengambil data -data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep yang digunakan ojek online Go-Jek dan Grab adalah sama, karena kedua perusahaan ini menawarkan jasa yang sama dan memiliki target yang sama, namun yang membedakan hanya dari banyaknya layanan yang mereka tawarkan dan juga kepuasan pelanggan yang mereka berikan, berdasarkan hasil penelitian bahwa peminat Grab lebih banyak digunakan daripada Go-Jek walaupun layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek Lebih banyak. Ojek online ini hadir untuk memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa ojek kapanpun dan dimanapun.

### ABSTRACT

*The implementation of an E-Business strategy increases the advantages of a business. The online motorcycle taxi service is also an application of e-business to a business where initially motorcycle taxis were only available at certain posts, but now the motorcycle taxi service can be used only by ordering via a smartphone. This study aims to determine how the comparison of companies that offer services as their products in implementing E-Business. This type of research method is qualitative by using descriptive methods and taking secondary data. The results of this study show that the concept used by online motorcycle taxis Go-Jek and Grab is the same, because these two companies offer the same services and have the same target, but the only difference is the number of services they offer and the customer satisfaction they provide. give, based on research results that Grab enthusiasts are more used than Go-Jek even though the services offered by Go-Jek are more. This online motorcycle taxi is here to make it easier for people to use motorcycle taxi services anytime and anywhere.*

## PENDAHULUAN

Dewasa ini semua kegiatan tidak terlepas dari yang namanya teknologi internet dan online. Internet telah merubah perilaku orang – orang dalam memenuhi tuntutan ekonomi. Dan saat ini bisnis juga sudah memanfaatkan internet untuk memfasilitasi kegiatan bisnis tersebut atau yang akrab disebut dengan E-Business. Mulai dari bisnis penjualan produk sampai penjualan jasa juga sudah menggunakan sistem online. E-Business menjadi sebuah strategi bagi para pelaku bisnis untuk memperkenalkan dan mendistribusikan produk atau pun jasa mereka kepada konsumennya. Berbisnis online mulai banyak dilakukan setelah Pandemi Virus Corona melanda, kebijakan pemerintah yang mengharuskan semua kegiatan dilakukan dari rumah, mulai dari bekerja, sekolah, sampai berbelanja pun dilakukan dari rumah, hal inilah yang membuat para pelaku bisnis mulai mengalihkan bisnisnya menjadi online. Namun banyak juga perusahaan atau pun pelaku usaha yang sudah lebih dahulu menggunakan sistem online untuk usahanya.

Sekarang ini, E-Business tidak hanya dilakukan oleh usaha berskala besar namun banyak juga usaha menengah kebawah yang memanfaatkan internet untuk bisnisnya. Namun dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah perusahaan berskala besar yang sudah lebih dahulu memanfaatkan E-Business dalam menawarkan jasa. Perusahaan ini adalah Gojek dan Grab. Ojek online sebuah bukti bahwa internet sangat mempengaruhi kemajuan disegala bidang. Gojek merupakan perusahaan asli Indonesia yang menyediakan jasa, saat ini Gojek sudah sangat akrab ditengah – tengah masyarakat, bagaimana tidak Gojek sangat membantu penggunaanya saat membutuhkan jasa antar dari satu tempat ke tempat tujuannya.

Tak hanya jasa antar ojek menggunakan motor dan juga mobil atau yang sering disebut Go-Ride dan Go-car, namun Gojek juga menyediakan layanan jasa antar makanan, layanan ini sangat membantu para penggunaanya apalagi saat banyak kesibukan yang mengakibatkan kekurangan waktu untuk memasak atau pun untuk orang – orang yang ingin mencoba makanan dari tempat yang belum pernah ia coba tanpa harus repot – repot datang langsung ke rumah makan tersebut. Gojek yang didirikan oleh Nadiem Makarim ini, banyak diminati masyarakat terbukti dengan Gojek yang sudah ada di 167 kota dan kabupaten di Indonesia serta di 3 negara lain yaitu Thailand, Vietnam, Singapura.

Lalu ada perusahaan pesaingnya yaitu Grab, Grab sebelumnya dikenal dengan nama GrabTaxi, perusahaan ini pertama didirikan pada tahun 2012 oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan di Malaysia dan kemudian dipindahkan ke Singapura. Grab ini telah beroperasi di Asia Tenggara kecuali Laos dan Brunei. Di Indonesia sendiri Grab mulai masuk pada tahun 2014 dengan layanan GrabTaxi, lalu berkembang dan mengeluarkan layanan ojek online yaitu GrabBike, lalu GrabCar dan sekarang sudah banyak fitur yang disediakan oleh Grab, tak jauh beda dengan Gojek fitur – fitur yang dikeluarkan oleh Grab pun tidak jauh jauh dari jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

## LANDASAN TEORI

### Business

Jika tentang e-commerce, pasti akan ingat dengan bisnis yang dikelola secara online. Awalnya bisnis hanya dilakukan secara tatap muka dan konsumen atau pelanggan, namun sekarang perkembangan teknologi yang sangat pesat dan membingungkan memungkinkan para pengusaha untuk menjalankan bisnisnya secara online. E-commerce adalah implementasi dan pengelolaan proses bisnis utama seperti desain produk, sumber, bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan dan pengiriman, layanan pelanggan, penggunaan teknologi data dan komunikasi komputer. E-Business adalah teknologi yang digunakan untuk mengembangkan proses bisnis yang mencakup proses internal organisasi (seperti sumber daya manusia, sistem keuangan, dan tata kelola) dan proses eksternal (seperti sumber daya manusia, sistem keuangan, dan tata kelola) seperti penjualan dan pemasaran, pengadaan barang dan jasa, dan hubungan pelanggan). Sudut

pandangan lain juga menjelaskan bahwa e-commerce adalah metode menghubungkan bisnis dengan membuat sistem pemrosesan internal dan eksternal lebih efisien dan fleksibel, dan membawa mitra dan pemasok ke pasar, memasok dunia lebih dekat ke seluruh pelanggan.

E-commerce adalah penggunaan Internet dan teknologi informasi lainnya untuk mendukung perdagangan elektronik, komunikasi bisnis dan kerjasama, dan proses bisnis antara perusahaan Internet dan antara pelanggan dan mitra bisnis mereka. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa e-commerce adalah suatu bentuk kegiatan yang timbul dari penggunaan internet dan mencakup semua kegiatan bisnis perusahaan, termasuk kegiatan kerjasama pelayanan, pelanggan dengan mitra bisnis dan pembelian dan penjualan produk atau penggunaan internet. Teknologi jaringan elektronik berperan sebagai media.

### **Pertumbuhan Ojek online**

Angkutan online merupakan angkutan umum yang sangat diminati oleh masyarakat, seperti halnya taksi pada umumnya, taksi online menggunakan sepeda motor dan mobil sebagai alat transportasinya. Ojek online banyak diminati akhir-akhir ini karena semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Taksi online adalah taksi yang dapat dioperasikan dengan menggunakan teknologi internet melalui aplikasi pada telepon genggam. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa ojek online. Tidak hanya melayani masyarakat, car-hailing online juga bisa menerima barang atau membeli makanan pesanan dan mengantarkannya ke pelanggan ojek online.

Jadi orang yang sangat aktif sangat ramai dan kemacetannya sangat parah. Ojek online kini hadir dan membantu masyarakat menggunakan teknologi yang terus berkembang untuk aktivitas sehari-hari yang intensif. Aplikasi yang digunakan untuk memesan ojek online dilengkapi dengan jarak antara lokasi penjemputan dan tujuan, waktu pengemudi tiba di lokasi penjemputan dan waktu pengemudi tiba di tempat tujuan, tarif, nama pengemudi ojek. Identitas pengemudi dapat diketahui secara langsung dan pasti, karena sebelum bergabung dengan perusahaan, pengemudi telah melengkapi checklist identitas untuk mencegah hal-hal yang tidak perlu terjadi. Kemunculan armada inline transport ini pertama kali digagas oleh Gojek pada tahun 2010, dan Gojek diberi nama GoRide. Nadiem Makarim, salah satu pendiri Gojek, melihat kebutuhan mendesak akan solusi untuk meningkatkan layanan transportasi di Jakarta. Masalah yang terlihat bukan hanya kemacetan lalu lintas, tetapi juga tarif taksi yang "tidak masuk akal". Ide bisnis ini juga berasal dari Kompetisi Pengusaha Muda Indonesia dan Program Kewirausahaan Global Indonesia. Ide tersebut kemudian dikerahkan sebagai startup berbasis teknologi untuk operasionalnya. Kemudian GrabTaxi masuk ke Indonesia pada tahun 2011.

Awalnya, GrabTaxi hanyalah penyedia platform yang menghubungkan taksi offline dengan konsumen. Namun, menyadari potensi pasar transportasi sepeda motor dan mobil (bukan taksi), Grab menamakan ojek GrabBike, sehingga mengembangkan bisnisnya sendiri. Saat ini, Grab merupakan pesaing kuat Gojek.

### **Gojek**

Gojek adalah perusahaan teknologi Indonesia yang menyediakan jasa transportasi melalui jasa ojek. Layanan Gojek tersedia di Jabodetabek, Bali, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Malang, Yogyakarta, Balikpapan dan Manado. Per Juni 2016, aplikasi Gojek telah diunduh hampir 10 juta kali di Google Play dengan sistem operasi Android. Saat ini juga tersedia untuk iOS, di App Store. Gojek adalah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial yang memimpin revolusi dalam industri transportasi Ojek. Gojek bermitra dengan driver Ojek berpengalaman di Jakarta, antara lain Jabodetabek, Bandung, Bali dan Surabaya sebagai solusi utama. Go Jek adalah perusahaan teknologi sadar sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kami bekerja dengan sekitar 200.000 pengemudi ojek berpengalaman dan terpercaya di Indonesia untuk menyediakan berbagai layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan.

Layanan yang diberikan pada aplikasi Gojek adalah:

1. Layanan transportasi berupa GoRide atau sepeda motor. Seperti namanya, Gojek digunakan sebagai sarana transportasi, terutama jika terjadi kemacetan lalu lintas dan sulitnya mencari angkutan umum. Keuntungan dari Gojek adalah ketika kami melakukan pemesanan, kami menemukan calon penumpang dan menentukan tujuan, dan aplikasi segera mengkonfirmasi harga yang akan dibayar calon penumpang.
2. GoCar tidak jauh berbeda dengan GoRide yang merupakan layanan transportasi. Tapi bedanya GoCar menggunakan mobil sebagai layanan transportasi.
3. GoFood atau layanan pesan antar makanan, melalui layanan ini kita bisa memesan makanan dari restoran favorit kita tanpa harus kesana. Yang harus Anda lakukan adalah memesan dan kemudian memberi tahu aplikasi restoran yang sedang kita bicarakan dan menu yang ingin kita pesan. Bahkan di layanan ini ada makanan yang direkomendasikan untuk memudahkan.
4. GoSend atau Instant Courier (layanan pengiriman). Gojek dapat digunakan untuk pengiriman "real-time". Biaya yang dibayarkan tentu saja merupakan fungsi dari jarak tempuh yang secara otomatis tertera di aplikasi. Dokumen dan barang bisa dikirim. Selain itu mengatur bahwa barang yang akan dikirim tidak boleh melebihi jarak antara setang sepeda motor dengan sabuk pengendara. Layanan belanja instan GoMart, Anda dapat membeli ribuan item di banyak toko berbeda di mana saja. Go Mart memiliki beberapa jenis toko: a. Toko kelontong b. Toko serba ada c. Medis dan farmasi d. Optik dan kacamata e. Elektronik dan gadget f. Buku dan alat tulis g. Hobi dan keahlian h. Anak-anak, mainan dan ibu i. Rambut dan kecantikan j. Produsen lokal k. Memasak dan memanggang.
5. GoPay adalah layanan dompet virtual untuk transaksi di aplikasi Go Jek.

### Grab

Grab adalah layanan sewa mobil pribadi dengan sopir yang memberikan Anda kebebasan untuk memilih perjalanan yang nyaman dan elegan. Grab menawarkan solusi transportasi baru yang menawarkan pengalaman perjalanan yang nyaman dan aman dengan tarif tetap, tanpa biaya reservasi. Selain itu, ada asuransi kecelakaan hingga 6 penumpang di dalamnya.

Grab (sebelumnya Grab Taxi) adalah perusahaan O2O (online). Grab adalah perusahaan transportasi online yang paling banyak digunakan di Asia Tenggara. Grab menyediakan berbagai layanan di Akun Grab, seperti: untuk pelanggan, kebutuhan sehari-hari termasuk komuter, pengiriman makanan, pengiriman barang dan pembayaran dompet digital. Grab menyediakan layanan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di berbagai negara.

Jenis layanan dalam aplikasi Grab:

1. Grab Taxi adalah layanan transportasi, perusahaan Grab menggunakan taksi untuk mengangkut penumpang. Taksi yang digunakan adalah taksi resmi yang beroperasi di setiap kota tempat taksi Grab berada.
2. Grab Car adalah layanan transportasi, seperti halnya Grab Taxi, namun perbedaannya adalah mobil yang digunakan adalah mobil milik pengemudi sendiri.
3. Grab Bike adalah salah satu layanan transportasi yang dimiliki oleh Grab, dengan menggunakan sepeda motor sebagai alat angkut penumpang
4. Grab Food adalah layanan pengiriman dan pemesanan makanan atau minuman yang disediakan dalam daftar aplikasi Grab food. Grab food tidak akan bekerja dengan restoran seperti ini, Grab food sendiri hanya akan bekerja dengan restoran terbaik.
5. Layanan Grab Makanan segar adalah layanan pengantaran bahan makanan ke pintu pembeli atau pembeli dengan memilih toko yang terdaftar di aplikasi Grab dan produk yang akan dibeli oleh pelanggan atau pembeli melalui aplikasi Grab.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode kualitatif ini dapat menghasilkan data deskriptif. Karena kealamian dan objektivitas data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tanpa adanya intervensi dari luar, bahkan dari penelitian itu sendiri, peneliti tertarik untuk menggunakan metode kualitatif untuk melakukan penelitian. Oleh karena itu, data yang dijelaskan benar-benar alami, tidak dirancang. Data – data sekunder yang dihasilkan dari website resmi perusahaan yang menampilkan informasi faktual dan juga terbaru dari perusahaan tersebut.

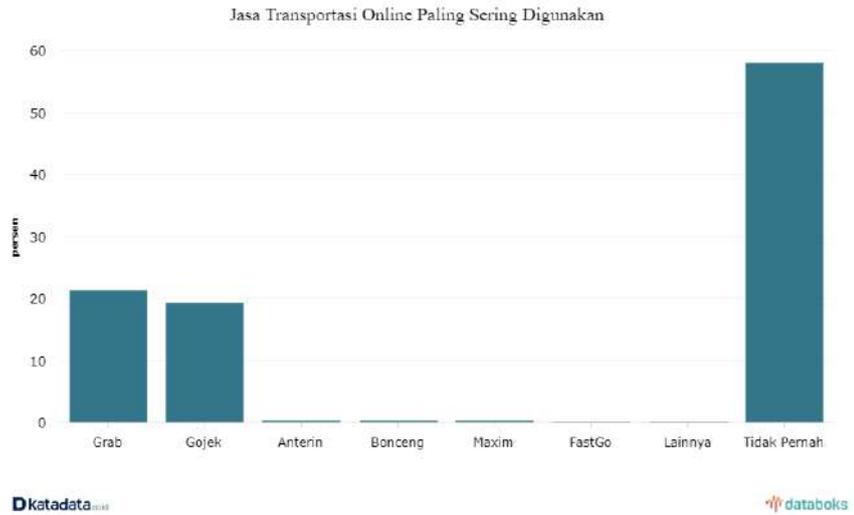
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekarang ini, Indonesia mulai banyak membahas tentang Go-Jek dan pesaingnya Grab, Siapa yang berpikiran sebelumnya ojek yang biasanya hanya bisa didapati pada pos-pos tertentu itu kini bisa menghasilkan sebuah jaringan terintegrasi yang melayani masyarakat dengan cepat. Kesederhanaan ide yang telah menghasilkan sebuah aplikasi yang sangat bermanfaat dan tentunya dibutuhkan oleh masyarakat. Ide cemerlang ini juga yang sekarang telah mengantarkan Go-Jek dan Grab mencapai hati masyarakat disemua kalangan dengan berbagai usia. Go-Jek dan Grab merupakan perusahaan pionir yang menyediakan jasa transportasi di Indonesia. Go-Jek didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran dan mulai beroperasi di Jakarta pada tahun 2011. Go-Jek menghubungkan pengguna jasa dan pengemudi ojek melalui aplikasi Go-Jek yang dapat diakses melalui smartphone. Pelanggan hanya perlu mengunduh perangkat lunak dan memesan melalui ponsel. Dengan aplikasi ini, konsumen dapat memahami kisaran tarif yang harus dibayar, dan juga dapat mengetahui keberadaan ojek yang dipesan melalui GPS di perangkat mereka atau menghubungi mereka secara langsung. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai atau non tunai, dan sistem kredit dapat diisi ulang melalui aplikasi. 21,3% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. Sementara itu, 19,4% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Gojek saat ingin bepergian.

Go-Jek dan Grab adalah perusahaan pionir penyedia layanan jasa transportasi di Indonesia. Gojek dibentuk oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran serta awal beroperasi di Jakarta Dari tahun 2011. Gojek merupakan penghubung antar pengguna jasa dan driver ojek melalui aplikasi Gojek yang bisa diakses melalui smartphone. Para pelanggan cukup mengunduh perangkat lunak tersebut dan pemesanan lewat ponsel. Menggunakan aplikasi tersebut, konsumen dapat mengetahui kisaran tarif yang wajib dibayar, dan juga bisa mengetahui keberadaan ojek yang dipesan melalui GPS yang ada di perangkat atau menghubunginya pribadi. Sistem pembayarannya dilakukan secara tunai maupun non tunai dengan sistem kredit yang dapat di isi ulang melalui aplikasi.

Pada sistem aplikasi milik Go-Jek lebih update dari pada milik Grab. Hal ini dikarenakan para pengembang aplikasi Go-Jek berupaya agar sistem aplikasi yang dimiliki selalu diperbarui mengikuti apa yang dibutuhkan masyarakat. Tujuannya adalah guna mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan layanan. Untuk layanan Go-Jek juga lebih unggul dari Grab, karena Go-Jek memiliki beragam layanan yang bisa dinikmati, seperti Go-Car, Go-Food, Go-Clean, Go-Send, Go-Mart, dan lainnya, meskipun Grab juga ada layanan seperti Grab-Car, Grab Food, dan lainnya, namun layanan gojek jauh lebih banyak.

Namun pada kenyataannya pengguna Grab lebih banyak dibandingkan dengan Go-Jek, hal ini dapat dilihat dari diagram berikut.



Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, [Grab](#) dan [Gojek](#) menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Terdapat 21,3% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. Sementara itu, 19,4% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Gojek saat ingin bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi online.

Dan pada penerepan tarif Go-Jek lebih transparan dan terbuka dengan melampirkan setiap tarif dari layanannya pada laman resmi Go-jek tersebut, berbeda dengan Go-Jek, Grab tidak memaparkan tarif dari layanannya, dan hanya bisa diketahui saat kita membuka aplikasi dan menggunakannya. Seperti yang terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. Perbandingan Gojek Dan Grab Wilayah Sumatera Utara 2021**

Ojek Online	Tarif/Km	Layanan
GOJEK	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rp.1.800</li> <li>Rp.3.500/km dari kilometer pertama tarif minimum Rp.10.000</li> <li>Go-Pay Rp.4000 maks 5km Tunai Rp.9000 maks 5km</li> <li>Go-Pay Rp.9000 maks 5km Tunai Rp.10.000 maks 5km</li> <li>Tarif minimum Rp.10.000(Rp.2000/km)</li> <li>Pick up bak Rp. 102.000 (0-5km) Pick up box Rp. 152.000 (0-5km) Engkel bak Rp.282.000 (0-5km) Engkel box Rp.297.000 (0-km)</li> </ul>	Go-Ride Go-Car  Go-Food Partner Go-Food Non Partner  Go-Send  Go-Box
Grab	Rp.1.850-Rp.2.300 Untuk layanan yang lain dapat langsung di cek pada aplikasi Grab, karena web resmi Grab tidak menampilkan daftar tarif pada layanan mereka.	Grab Bike -

Pemerintah Indonesia baru saja menetapkan aturan tarif ojek online untuk Gojek dan Grab melalui Kementerian Perhubungan. Aturan penetapan tarif ojek online diterbitkan dengan Peraturan Menteri. Dimana surat tersebut diterbitkan setelah terbitnya Peraturan Menteri Nomor 12 Tahun 2019, yang membahas tentang perlindungan keselamatan pengendara sepeda motor

untuk kepentingan bangsa Indonesia. Penetapan iuran ini untuk semua wilayah di Indonesia berbeda-beda karena karakteristik masyarakat yang spesifik dan kondisi di masing-masing wilayah. Oleh karena itu, Anda harus memahami betul bahwa konfigurasi tarif ini dibagi berdasarkan wilayah atau zona.

Pada Go-Jek menerapkan strategi sistem informasi marketing melalui tiga tahapan yang disebut customer life cycle, yaitu Acquire, Enhance, Retain. CRM terkait dengan strategi penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan yang terintegrasi. Aplikasi CRM di perusahaan Gojek meliputi kegiatan sebagai berikut:

1. Contact and Account Management (call center)
2. Sales (pemasaran)
3. Marketing and fulfillment
4. Customer Service and Support
5. Retention and Loyalty Program
6. Operation

Dalam kasus ini, karena Go-Jek merupakan sebuah perusahaan jasa, maka

- Supply chain management yang dilakukan oleh Gojek merupakan sebuah konsep manajemen dimana perusahaan berusaha mengintegrasikan seluruh karyawan perusahaan dengan bantuan teknologi internet, baik driver (pekerja), konsumen maupun stakeholder yang berpartisipasi dalam kegiatan transaksi.
- Enterprise Resource Planning berdasarkan pada basis data. Go-Jek memakai perangkat lunak yg terintegrasi berasal perangkat lunak yang digunakan oleh seluruh konsumen dan driver kedalam satu sistem komputer pribadi yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan perusahaan.
- Finance & Accounting, Sistem akuntansi Go-Jek terdiri dari fasilitas pemrosesan pesanan, yaitu fasilitas yang memungkinkan konsumen untuk memesan layanan, menggunakan data yang diperoleh dari formulir yang terdaftar untuk memilih jumlah pembayaran.
- Sistem akuntansi berasal Go-Jek terdiri dari diantaranya fasilitas pemrosesan pemesanan yaitu fasilitas yg memungkinkan untuk konsumen melakukan pemesanan jasa, lalu data yg telah diperoleh asal membentuk yang tertera akan memilih jumlah pembayaran.
- Commerce & Marketing, Go-Jek sudah menerapkan sistem e-bisnis dalam proses pemasarannya. aktivitas pemasaran dilakukan menggunakan pemasangan pamflet pada situs web perusahaan, mitra kerja, media sosial, dan segala bentuk media elektro lainnya.

Gojek merupakan pionir layanan transportasi online di Indonesia. Hal ini menawarkan keunggulan bahwa Gojek mudah dikenal karena kemudahannya dibandingkan ojek konvensional. Namun seiring berjalannya waktu, tantangannya bukan lagi dengan ojek konvensional, tetapi melainkan dengan adanya layanan transportasi online lainnya seperti Grab bike. E-business yang diterapkan oleh Gojek meliputi CRM dengan contact center sederhana, ERP di dalam perusahaan dan SCM menggunakan Internet sebagai penghubung. Dengan adanya e-commerce, Gojek menuai banyak manfaat, antara lain terciptanya pasar dan saluran distribusi baru serta perolehan konsumen baru. Selanjutnya, dengan menerapkan e-business, Gojek dapat dengan mudah berinovasi dan menekan biaya bisnis.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan E-Business pada Go-Jek atau pun Grab hampir sama. Hanya ada perbedaan pada layanan yang mereka berikan. Layanan jasa yang disediakan oleh Go-Jek ada lebih banyak dibandingkan dengan Grab seperti Go-Car, Go-Food, Go-Clean, Go-Send, Go-Mart, dan lainnya. Namun pada cara penggunaan dan jasa yang mereka berikan memiliki banyak kesamaan karena mereka bergerak dibidang yang sama dan memiliki target yang sama. Hanya saja para pengguna

dalam hal memilih menggunakan Go-Jek atau Grab tergantung dari minat mereka masing – masing, ada yang memilih Go-Jek karena alasan lebih dahulu mengenal Go-Jek dan nyaman menggunakannya. Atau lebih memilih Grab karena lebih banyak promo dan sebagainya. Namun terlepas dari apapun yang dipilih tujuannya tetap sama yaitu memerlukan penyedia saja yang sesuai dengan kebutuhannya.

Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa lebih lanjut dalam peningkatan penerapan E-Business terhadap perusahaan jasa transportasi pada Gojek dan Grab. Oleh karena itulah semoga bisa menjadi salah satu cara untuk memaksimalkan kebutuhan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa online yang tersedia sesuai yang dibutuhkan masing-masing. Juga bisa lebih bertambah baik lagi dari sebelumnya seiring dengan adanya metode analisis yang lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

D.P. Sari, O.M Febriani, A.S. Putra, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BISNIS" Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 2018, vol 1, no 1 pp. 289-294

Dwi Wahyuni, Erniza. (2019) *Analisa E-Commerce Pada Gojek*. Jurnal Tekonologi Bisnis

Fahrurrozi, Sayyidi, Dkk. (2020). *Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam*. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, vol 3 no 1 E-ISSN : 2599-3410

Morrison, M.A. dkk, *Teori Komunikasi Massa: Media dan Masyarakat*, (Bogor: PT Glodis Indonesia, 2010)

Priawala, Ina. (2016). "SISTEM INFORMASI E-BUSINESS PADA OJEK ONLINE DI WILAYAH PRINGSEWU." *PROCIDING KMSI* 4.1

Zein Ash Shiddieqy, M. (2017). *Pengaruh E-Business Dan Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bisnis Pada PT. Go-Jek Indonesia Di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

# Effect of Motivation and Job Satisfaction on Work Productivity of Oil Palm Plantation Employees PT. Four Mighty Agro Lawang in Four Lawang District

## Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Perkebunan Kelapa Sawit PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang

Diko Agusra <sup>1)</sup>; Sri Handayani <sup>2)</sup>; Nurzam <sup>2)</sup>

*Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu*

*<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: <sup>1)</sup> [dikoagusra17@gmail.com](mailto:dikoagusra17@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [iiehandayani27@unived.ac.id](mailto:iiehandayani27@unived.ac.id) <sup>2)</sup> [trisanurzam@gmail.com](mailto:trisanurzam@gmail.com)

### How to Cite :

Agusra, D., Handayani, S., Nurzam. (2021). Effect Of Motivation And Job Satisfaction On Work Productivity Of Oil Palm Plantation Employees PT. Four Mighty Agro Lawang In Four Lawang District. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

*Received [18 Desember 2021]*

*Revised [29 Desember 2021]*

*Accepted [1 Januari 2021]*

### KEYWORDS

*Motivation, Job Satisfaction, Work Productivity*

*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 motivasi dan kepuasan kerja berpengaruh secara bersamaan terhadap Produktivitas karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Empat Lawang Agro Perkasa sebanyak 35 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 1,501 + 0,380X_1 + 0,603 X_2 + 5,900$  hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ). Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,590. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) berpengaruh terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian untuk variabel  $X_1$  (motivasi) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $2,424 > 1,693$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ . Karena thitung  $>$  ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_1$  (motivasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang. Hasil pengujian untuk variabel  $X_2$  (kepuasan kerja) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $3,258 > 1,693$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Karena thitung  $>$  ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_2$  (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang. Nilai Fhitung  $>$  Ftabel ( $22,986 > 3,29$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa secara simultan  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of motivation and job satisfaction simultaneously on employee productivity at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The sample in this study were employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa as many as 35 people. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis show  $Y = 1.501 + 0.380X_1 + 0.603 X_2 + 5.900$  this describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) on work productivity ( $Y$ ). Means that if the variables of motivation and job satisfaction increase, it will increase work productivity. The value of the coefficient of determination is 0.590. This means that  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) affect work productivity ( $Y$ ) by 59% while the remaining 41% is influenced by other variables not examined in this study. The test results for the  $X_1$  variable (motivation) show the  $t_{count}$  value is greater than  $t_{table}$  at  $2,424 > 1,693$  and a significance value of  $0.021 < 0.05$ . Because  $t_{count} > t_{table}$  and the significance value is less than 0.05, then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that  $X_1$  (motivation) has a significant influence on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The test results for the  $X_2$  variable (job satisfaction) show the  $t_{count}$  value is greater than  $t_{table}$  at  $3.258 > 1.693$  and a significance value of  $0.003 < 0.05$ . Because  $t_{count} > t_{table}$  and the significance value is less than 0.05,  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that  $X_2$  (job satisfaction) has a significant effect on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $22,986 > 3,29$ ) with a significant value of  $0.000 < 0.05$  indicates that simultaneously  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) have a significant effect on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency.*

## PENDAHULUAN

Kepuasan kerja karyawan menjadi perhatian utama para manajer, akademisi/peneliti dan juga masyarakat umum, karena alasan seseorang masuk menjadi anggota organisasi atau bekerja pada suatu perusahaan diantaranya adalah untuk memperoleh kepuasan kerja. Sedangkan kepuasan kerja yang rendah mengakibatkan produktivitas karyawan juga rendah. Hubungan antara faktor motivator/intrinsik dengan kepuasan kerja dan faktor hygiene/ekstrinsik dengan ketidakpuasan kerja dan mengilustrasikan kepuasan kerja sebagai keadaan emosi yang menyenangkan atau positif yang dihasilkan dari penilaian atas pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang. Kepuasan kerja merupakan hasil dari persepsi karyawan tentang sejauh mana pekerjaan mereka dapat memberikan keadaan emosi seperti itu. Maka sangat penting bagi pengelola organisasi untuk memperhatikan kepuasan kerja karyawan agar tercapai efisiensi dan efektifitas organisasi melalui karyawan yang puas dan berkinerja tinggi. Cara yang bisa ditempuh adalah dengan meningkatkan produktivitas perusahaan dan peningkatan produktivitas perusahaan ini harus didahului dengan peningkatan kinerja sumber daya manusia atau SDM.

PT. Empat Lawang Agro Perkasa cabang Kabupaten Empat Lawang ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dengan pusat perusahaan yang terletak di Medan. PT. Empat Lawang Agro Perkasa merupakan perusahaan perkebunan kelapa sawit dengan visi dan misi untuk menjadi perusahaan terunggul dengan menghasilkan kelapa sawit

yang berkualitas dan sesuai standar pasar nasional dan internasional. Setelah saya observasi terdapat berbagai alasan yang dilakukan penelitian ini, yaitu:

Pertama kurang adanya motivasi yang dilakukan oleh pimpinan kepada para karyawannya sehingga kinerja karyawan menjadi kurang produktif. tidak semua karyawan melakukan briefing (apel pagi). Penelitian yang dilakukan oleh Samsuni bahwa produktivitas yang tinggi dapat dicapai jika didukung para karyawan yang mempunyai motivasi dan lingkungan kerja dalam melaksanakan tugas dan kewajibanSannya (Samsuni, 2017: 15).

Kedua, karyawan PT. Empat Lawang Agro Perkasa ada satu masalah yang sangat penting dalam kepuasan kerja, bahwa adanya keterlambatan penjemputan karyawan dari camp (kantor) menuju lokasi lahan dan adanya keterlambatan pembayaran upah kepada karyawan sehingga dapat mengakibatkan kinerja berkurang.

Ketiga, peneliti akan membahas tentang produktivitas kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa, banyak ditemukan pekerjaan yang menumpuk dan terjadinya keterlambatan target kerja, adanya karyawan yang tidak melakukan tugas dengan benar seperti membuang pupuk ke sungai, memotong rumput tidak sampai selesai, sehingga dikatakan bahwa produktivitas kerjanya kurang (Desi Rahmawati, 2013: 13).

Berdasarkan uraian diatas, dengan melihat permasalahan dan kendala yang dihadapi seorang karyawan dalam bekerja, yang tidak mencapai output kinerja maksimal sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh PT. Empat Lawang Agro Perkasa untuk mencapai salah satu predikat yang ditentukan oleh instansi pemerintahan.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Perkebunan Kelapa Sawit PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang"

## LANDASAN TEORI

### Motivasi Kerja

Menurut (Titisari. 2014 : 27) motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan antusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik). Hakekat motivasi merupakan kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan. Kekuatan-kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu pada dasarnya dirangsang oleh adanya berbagai macam kebutuhan dan atau keinginan yang hendak dipenuhinya. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan, motivasi bukanlah yang dapat diamati tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan adanya karena sesuatu perilaku yang tampak.

### Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja dapat diartikan sebagai keadaan emosi/ perasaan karyawan baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan terhadap pekerjaan yang dilaksanakan yang ditandai dengan upah, keadaan pekerjaan, kesempatan promosi, penyelia dan rekan kerja (Suhartini, 2013: 159)..

### Produktivitas Kerja

Menurut International labour Organisation (ILO) produktivitas adalah perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang dihasilkan dan jumlah setiap sumber yang dipergunakan selama produksi berlangsung. Kelompok manajemen dalam organisasi bertugas pokok menggerakkan orang-orang lain untuk bekerja sedemikian rupa sehingga tujuan tercapai dengan baik. Hal-hal yang

kita hadapi dalam manajemen, terutama dalam organisasi modern, ialah semakin cepatnya cara kerja sebagai pengaruh langsung dari kemajuan-kemajuan yang diperoleh dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi seluruh aspek organisasi seperti proses produksi, distribusi, pemasaran dan lain-lain. Kemajuan teknologi yang berjalan cepat maka harus diimbangi dengan proses yang terus menerus melalui pengembangan sumber daya manusia, yakni melalui pendidikan dan pengembangan

## METODE PENELITIAN

### Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier untuk lebih dari dua variabel disebut analisis regresi linier berganda (Subagyo dan Djarwanto. 2009:162). Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS for windows, dan menggunakan persamaan regresi linier berganda. Menurut (Sugiyono, 2014: 192) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana

- Y = Kinerja Karyawan
- a = Konstanta/ tetap
- X<sub>1</sub> = Motivasi
- X<sub>2</sub> = Kepuasan kerja
- B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, = Koefisiensi Regresi Berganda
- e = error

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0 < R<sup>2</sup> < 1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh atau independen secara parsial/ masing-masing mempengaruhi variabel terpengaruh atau dependen. pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

#### b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh/ independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terpengaruh/ dependen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh motivasi dan kepuasan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda (Lampiran 5) dijelaskan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.501	5.900		.254	.801
	Motivasi kerja	.380	.157	.360	2.424	.021
	Kepuasan kerja	.603	.185	.484	3.258	.003

a. Dependent Variable: Produktivitas kerja

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Dari hasil Tabel 1 koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linier berganda. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang berada pada kolom B (koefisien). Standar persamaan regresi linier berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 1,501 + 0,380X_1 + 0,603 X_2 + 5,900$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 1,501 mempunyai arti bahwa apabila variabel Motivasi (X1) dan kepuasan kerja (X2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel produktivitas kerja (Y) akan tetap sebesar 1,501.
2. Pengaruh Motivasi (X1) terhadap produktivitas kerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X1 (Motivasi) adalah sebesar 0,380, dengan asumsi apabila X1 (Motivasi) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Produktivitas kerja) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,380.
3. Pengaruh Kepuasan kerja (X2) terhadap Produktivitas kerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X2 (kepuasan kerja) adalah sebesar 0,603, dengan asumsi apabila X2 (kepuasan kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (produktivitas kerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,603.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square. Nilai koefisien determinasi menggunakan model R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,590. Hal ini berarti bahwa X1 (motivasi) dan X2 (kepuasan kerja) berpengaruh terhadap produktivitas kerja (Y) sebesar 59% sedangkan sisanya (100% - 59% = 41% ) 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 21.0 (Lampiran 5) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji T

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.501	5.900		.254	.801
	Motivasi kerja	.380	.157	.360	2.424	.021
	Kepuasan kerja	.603	.185	.484	3.258	.003

a. Dependent Variable: Produktivitas kerja

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Dari hasil perhitungan Tabel 2 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Motivasi)

Hasil pengujian untuk variabel X1 (motivasi) menunjukkan nilai thitung = 2,424 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan  $dk = n - k = 35 - 3 = 32$ , diketahui nilai ttabel sebesar 1,693. Maka thitung lebih besar dari ttabel  $2,424 > 1,693$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ . Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya X1 (motivasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja (Y) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.

2. Variabel X2 (Kepuasan kerja)

Hasil pengujian untuk variabel X2 (kepuasan kerja) menunjukkan nilai thitung = 3,258 kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan level of signifikan ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan  $dk = n - k = 35 - 3 = 32$ , diketahui nilai ttabel sebesar 1,693. Maka thitung lebih besar dari ttabel  $3,258 > 1,693$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Karena thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya X2 (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja (Y) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.

**Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur pengaruh X1 (motivasi) dan X2 (kepuasan kerja) terhadap produktivitas kerja (Y) secara bersama-sama (simultan) maka digunakan uji F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova (uji f) dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.197	2	95.599	22.986	.000 <sup>b</sup>
	Residual	133.088	32	4.159		
	Total	324.286	34			

- a. Dependent Variable: Produktivitas kerja
  - b. Predictors: (Constant), Kepuasan kerja, Motivasi kerja
- Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Berdasarkan Tabel 3 hasil perhitungan statistik menunjukkan F hitung = 22,986 sedangkan Ftabel ( $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ , sedangkan  $df_2 = n - k = 35 - 3 = 32$ ,  $\alpha = 5\%$ ) adalah sebesar 3,29, berarti diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $22,986 > 3,29$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa secara simultan X1 (motivasi) dan X2 (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja (Y). Berdasarkan hasil uji simultan maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya antara variabel-variabel bebas yaitu X1 (motivasi) dan X2 (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap produktivitas kerja karyawan (Y) pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.

**Pembahasan**

**Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja**

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang, karena nilai signifikan sebesar 0,021 kecil dari 0,05. Hal ini

menggambarkan bahwa semakin meningkat motivasi kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang maka produktivitas kerja karyawan juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa motivasi karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang dapat dilihat dari adanya keinginan dari para karyawan untuk bekerja lebih giat karena termotivasi dari adanya pemberian kompensasi pada karyawan yang memiliki produktivitas kerja yang tinggi, adanya komunikasi yang baik antara sesama karyawan dan pimpinan. Selain hal tersebut diatas karyawan juga termotivasi bekerja lebih giat lagi karena adanya peningkatan karir dan jabatan pada karyawan 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 karyawan tersebut akan meningkat.

### **Pengaruh Kepuasan kerja Terhadap Produktivitas kerja**

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan kerja terhadap produktivitas kerja karena nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kepuasan kerja maka produktivitas kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Sutrisno (2017:74) kepuasan kerja adalah suatu sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerjasama antar karyawan, imbalan yang diterima dalam kerja dan hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis. Hal ini dapat dilihat dari kepuasan pegawai dalam bekerja yang dapat dilihat dari tugas yang diberikan sesuai dengan keterampilan yang dimiliki, dalam melakukan suatu kegiatan selalu mendapat dukungan dari rekan kerja, promosi yang dilakukan perusahaan memotivasi pegawai untuk berkembang yang mampu menimbulkan kepuasan pada diri pegawai. Dengan adanya kepuasan kerja maka pegawai akan memiliki prestasi yang tinggi dalam bekerja.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 1,501 + 0,380X_1 + 0,603 X_2 + 5,900$  hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ). Berarti bahwa apabila variabel motivasi dan kepuasan kerja meningkat maka akan meningkatkan produktivitas kerja.
2. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,590. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) berpengaruh terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil pengujian untuk variabel  $X_1$  (motivasi) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $2,424 > 1,693$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ . Karena thitung  $>$  ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_1$  (motivasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.
4. Hasil pengujian untuk variabel  $X_2$  (kepuasan kerja) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel sebesar  $3,258 > 1,693$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Karena thitung  $>$  ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_2$  (kepuasan kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja ( $Y$ ) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang.
5. Nilai Fhitung  $>$  Ftabel ( $22,986 > 3,29$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa secara simultan  $X_1$  (motivasi) dan  $X_2$  (kepuasan kerja) mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap produktivitas kerja (Y) karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang

#### Saran

1. Disarankan kepada Pimpinan PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang diharapkan lebih memperhatikan karyawan dengan cara memberikan kenaikan jabatan dan karir sesuai dengan prestasi pegawai sehingga pegawai memiliki motivasi yang tinggi dalam bekerja.
2. Disarankan kepada karyawan PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang untuk dapat mempertahankan kepuasan kerjanya karena dengan adanya kepuasan dalam bekerja akan meningkatkan prestasi kerja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep dan Indikator. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- As'ad, Moh. 2014. Psikologi Industri. Seri Ilmu Sumber Daya Manusia. Jakarta: Liberti.
- Berutu, Yuliana BR. 2019. Pengaruh Pengalaman Kerja, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. LAOT BANGKO Kec. Penanggalan Kota Subulussalam. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Desi Rahmawati, "Pengaruh Motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan PR Fajar Berlian TulungAgung", (Studi Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung,2013), 6.
- Edhi Prasetyo, Dkk Pengaruh Kepuasan Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Riyadi Palace Hotel Di Surakarta, Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2014
- Fitri, H. Wahyu. 2016. Tujuan Pemberian Motivasi "Jurnal Pemberi Motivasi Kerja.
- Hartika, Indah Puji. 2014. Buku Praktis Mengembangkan Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: Laksana.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2014. Manejemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Inneke Putri. 2019. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Traktor Nusantara Cabang Surabaya, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen.
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Jakarta: Raja Wali.
- Klasum, Ummi. 2015. Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Sermani Steel Makasar. Maksar: Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2013. Manajemen Sumber Daya Perusahaan, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mathis, L. Robert dan Jackson, Jhon H. 2016. Humanright Managemen. Jakarta: Salemba Embat.
- Mulyadi. 2015. Manajemen Sumberdaya Manusia (MSDM), Bogor: IN Media.
- Nawawi, M. Uhrinal. 2015. Pengantar Bisnis. Medan: Mandar Maju.
- Nuraini, T. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Pekanbaru: Yayasan Aini Syam.
- Oktavianti, Nopi. 2020. Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. DEW Indonesia, Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jenius Vol. 3, No. 2.
- Rahmawati, Desi. 2013. Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Fajar Berlian Tulung Agung" Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo Vol. 1 No. 1.
- Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala. 2013. Managemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Jakarta: Rajawali Pers.
- Samsuni, "Manajemen Sumber Daya Manusia", Al Falah, Vol. XVII No.31 Tahun 2017.
- Samsuni. 2017."Manajemen Sumber Daya Manusia", AlFalah,Vol.XVII No.31.
- Simamora, Hendri. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE YKPN.

- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 2013. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabet.
- Suhartini, Eka. 2013. Motivasi, Kepuasan Kerja dan Kinerja. Makasar: Alauddin University Press.
- Sutrisno, Edy. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta, Penerbit : Kencana Prenada Media Group.
- Titisari, Purnamie. 2014. Peranan Organization Citizenship Behavior (OCB) Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Umi Masitahsari. 2015. Analisis Kinerja Pegawai di Puskesmas Jongaya Makasar, Akses pada <http://kopertisi11.net/jurnal/>, diakses 16April 2021.
- Yusuf, Burhanuddindan Nur Rianto Ak Arif. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta : PT Raja Garfindo Persada.

## Factors Affecting Employee Performance at the Communication Information and Statistics Department Bengkulu Province

### Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bengkulu

Wike Safitri <sup>1)</sup>; Suwarni <sup>2)</sup>; Tito Irwanto <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [yulianawikesyaffitri@gmail.com](mailto:yulianawikesyaffitri@gmail.com)

#### How to Cite :

Safitri, W., Suwarni., Irwanto, T. (2021). Factors Affecting Employee Performance at the Communication Information and Statistics Department Bengkulu Province. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [1 Januari 2021]

#### KEYWORDS

Employee Performance,  
Employee Internal Factors,  
Organizational Internal,  
Environmental Factors,  
Organizational External  
Environmental Factors

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 faktor-faktor yang mensugesti kinerja pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Faktor-faktor tersebut mengacu pada pendapat Sanjaya yang terdiri dari faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi & faktor lingkungan eksternal organisasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif asosiatif memakai menggunakan metode pengambilan sampel secara keseluruhan (sampling jenuh) memakai jumlah populasi pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) 87 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian dari 106 pegawai. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode keterangan lapangan memakai penyebaran angket berupa daftar pernyataan berbentuk skala likert. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menampilkan bahwa variabel faktor internal pegawai berpengaruh terhadap kinerja pegawai sebesar tiga,561 memakai tingkat signifikansi 0,001. Variabel faktor lingkungan internal organisasi juga berpengaruh terhadap kinerja pegawai sebesar 5,413 memakai tingkat signifikansi 0,000. Sementara variabel faktor lingkungan eksternal organisasi sebesar 0,999 tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai karena tingkat signifikansinya lebih akbar daripada 0,05 atau sebesar 0,321. Secara simultan faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi & faktor lingkungan eksternal organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai sebesar 30,663 memakai tingkat signifikansi 0,000 maka hipotesa sanggup diterima.

#### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the factors affecting employees performance at at the Department of Information Communication and Statistics Bengkulu Province. These factors refer to Sanjaya's opinion which consists of employee internal factors, organizational internal environmental factors and organizational external environmental factors. This research is descriptive research using the overall sampling method (saturated sampling) with a total population of 87 employees of the State Civil Apparatus. The data collection method in this study used a questionnaire method with the distribution of questionnaires in the form of a list of statements in the form of a Likert scale. The method of analysis in*

*this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variable internal employee factors affect employee performance by 3.561 with a significance level of 0.001. Variable internal organizational environmental factors also affect employee performance of 5.413 with a significance level of 0.000. While the organizational external environmental factor variable of 0.999 has no effect on employee performance because the level of significance is greater than 0.05 or 0.321. Simultaneously, employee internal factors, organizational internal environmental factors and organizational external environmental factors have a significant effect on employee performance of 30.663 with a significance level of 0.000, so the hypothesis can be accepted..*

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan suatu unsur dalam organisasi yang sanggup diartikan sebagai personil, tenaga kerja, atau pegawai yang berperan sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya. Hal yang sanggup menjadi ancaman adalah bila kinerja nir sanggup dilaksanakan sesuai memakai tujuan organisasi.

Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu mempunyai tugas membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintahan & tugas pembantuan dalam bidang komunikasi & informatika, bidang statistik & bidang persandian yang menjadi kewenangan provinsi.

Berkaitan memakai kasus kinerja pegawai dari segi kehadiran, masih dijumpai pegawai yang terlambat tiba & pegawai yang meninggalkan tempat kerja tanpa izin. Selain dari beberapa konflik tersebut, jugaditemukan konflik lainnya contohnya tanggung jawab, gaya kepemimpinan, kerjasama tim, fasilitas, budaya rakyat, teknologi, kualitas kerja & kuantitas kerja.

Berdasarkan beberapa uraian dari konflik diatas, maka penulis tertarik mengambil judul yaitu Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu.

## LANDASAN TEORI

### Business

#### Manajemen Sumber DayaManusia

Hasibuan (2016:21), fungsi manajemen sumberdaya manusia meliputi:

- a. Perencanaan (Human resources planning)
- b. Pengorganisasian
- c. Pengarahan (Directing)
- d. Pengendalian (Controlling)
- e. Pengadaan (Procurement)
- f. Pengembangan (Development)
- g. Kompensasi (Compensation)
- h. Pengintegrasian (Integration)
- i. Pemeliharaan (Maintenance)
- j. Kedisiplinan (Discipline)
- k. Pemberhentian (Separation)

#### Kinerja Pegawai

Dalimunthe (2018:55) menjelaskan Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi & misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis organisasi. Indikator Kinerja Pegawai

Simamora dalam Masram (2017:142) menentukan beberapa kriteria yang wajib dimiliki & diharapkan bermanfaat bagi penilaian kinerja pegawai yaitu:

- a. Stabilitas & Konsistensi
- b. Evaluasi Kinerja Anggota Organisasi
- c. Efektivitas Individu Anggota Organisasi
- d. Dapat diukur.

Sanjaya (2019:14) yang terdiri dari tiga faktor, yaitu faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi & faktor lingkungan eksternal organisasi. Indikator faktor-faktor kinerja pegawai:

Faktor Internal Pegawai:

- a. Kehadiran
- b. Kemandirian
- c. Tanggung Jawab

Faktor Lingkungan Internal Organisasi:

- a. Gaya Kepemimpinan
- b. Kerjasama Tim
- c. Fasilitas

Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi:

- a. Budaya Masyarakat
- b. Teknologi

Adapun dari Sanjaya (2019:14) kinerja pegawai dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- 1. Faktor Internal Pegawai. Misalnya: kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, efektivitas
- 2. Faktor Lingkungan Internal Organisasi. Misalnya: strategi organisasi, dukungan sumber daya yang diharapkan untuk melaksanakan pekerjaan, & sistem manajemen & kompensasi.
- 3. Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi. Contohnya: krisis ekonomi & keuangan

Sastrohadiwiry (2017:143), menyebutkan unsur-unsur yang dinilai dalam kinerja pegawai, yaitu:

- 1. Kesetiaan
- 2. Hasil kerja
- 3. Tanggung jawab
- 4. Ketaatan
- 5. Kejujuran
- 6. Kerjasama
- 7. Prakarsa
- 8. Kepemimpinan

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

#### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:363) uji validitas adalah ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Perhitungan uji validitas menggunakan SPSS dengan kriteria pengambilan keputusan valid tidaknya suatu instrumen yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r kritis dengan tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikansi 5%.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya (Sugiyono, 2016:173).

### Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya dua atau lebih (Sugiyono, 2013:277).

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel bebas, yaitu faktor internal pegawai (X1), faktor lingkungan internal organisasi (X2) dan faktor lingkungan eksternal organisasi (X3) terhadap variabel terikat, yaitu kinerja pegawai (Y) digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Kinerja Pegawai
a	= Konstanta dari Persamaan Regresi
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi
X1	= Faktor Internal Pegawai
X2	= Faktor Lingkungan Internal Organisasi
X3	= Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi
e	= Variabel Pengganggu/Error

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien berganda atau R Square (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas, pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang tidak dimasukkan ke dalam model.

### Uji Hipotesis

#### Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis secara simultan, yaitu diduga faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi dan faktor lingkungan eksternal organisasi mempunyai pengaruh simultan (secara bersama-sama) terhadap kinerja pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bengkulu.

#### Uji-t (test)

Uji-t (test) merupakan uji yang dilakukan peneliti untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Diperoleh hasil bahwa Uji Validitas faktor internal pegawai (X1), faktor lingkungan internal organisasi (X2), dan faktor lingkungan eksternal organisasi (X3) terhadap kinerja pegawai (Y) pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bengkulu dinyatakan VALID, hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada setiap butir pernyataan lebih besar dari pada 0,2108 atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dapat dipertanggungjawabkan dan selanjutnya dapat dilakukan uji kehandalan/realibilitas.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 22. Berikut ini hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel berdasarkan butir pernyataan:

Tabel 1. Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X <sub>1</sub>	199,4818	91,114	,095	,895
X <sub>2</sub>	199,2126	87,614	,452	,889
X <sub>3</sub>	199,0814	86,890	,507	,881
Y	199,0249	94,828	,455	,963

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari hasil perhitungan. Suatu variabel dikatakan reliabel/handal jika memberikan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) > 0,50. Dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang diberikan adalah HANDAL.

3. Analisis regresi linear berganda

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 22 dan menggunakan persamaan regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 2. berikut.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,122	5,074		-,221	,826
Faktor Internal Pegawai	,434	,122	,344	3,561	,001
Faktor Lingkungan Internal Organisasi	,508	,094	,457	5,413	,000
Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi	,091	,091	,089	,999	,321

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel di atas, dapat dibuat persamaan regresinya.

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

$$Y = -1,122 + 0,434X_1 + 0,508X_2 + 0,091 X_3 + e$$

Dimana ;

Y = Kinerja Pegawai

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> =Faktor Internal Pegawai

X<sub>2</sub> = Faktor Lingkungan Internal Organisasi

X<sub>3</sub> = Faktor Lingkungan Eksternal Organisasi

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta regresi sebesar -1,122 artinya jika tidak ada faktor Internal pegawai (X<sub>1</sub>), faktor internal organisasi (X<sub>2</sub>) dan faktor lingkungan eksternal organisasi (X<sub>3</sub>) terhadap kinerja pegawai (Y) maka nilainya adalah sebesar -1,122.

b. Koefisien regresi variabel faktor internal pegawai (X<sub>1</sub>) sebesar 0,434 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan faktor internalpegawai mengalami kenaikan 1 maka kinerja

- pegawai (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,434. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau searah antara faktor internal pegawai terhadap kinerja pegawai. Semakin tinggi nilai faktor internal pegawai maka semakin rendah kinerja pegawai.
- c. Koefisien regresi variabel faktor lingkungan internal organisasi (X2) sebesar 0,508 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan faktor lingkungan internal organisasi mengalami kenaikan 1 maka kinerja pegawai (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,508. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau searah antara faktor lingkungan internal organisasi terhadap kinerja pegawai. Semakin tinggi nilai faktor lingkungan internal organisasi maka semakin tinggi kinerja pegawai.
  - d. Koefisien regresi variabel faktor lingkungan eksternal organisasi (X3) sebesar 0,091 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan faktor lingkungan eksternal organisasi mengalami kenaikan 1 maka kinerja pegawai (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,091. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau searah antara faktor lingkungan eksternal organisasi terhadap kinerja pegawai. Semakin tinggi nilai faktor lingkungan eksternal organisasi maka semakin tinggi kinerja pegawai.
  - e. Residual (standardized residual) adalah nilai residual yang telah terstandarisasi (nilai semakin mendekati 0 maka model regresi semakin baik dalam melakukan prediksi, sebaliknya semakin menjauhi 0 atau lebih dari 1 atau -1 maka semakin tidak baik model regresi dalam melakukan prediksi).

#### 4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil uji determinasi ASN Pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bengkulu

Tabel 3. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725 <sup>a</sup>	,526	,509	2,400

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 3. Diatas diperoleh angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,526 atau (52,68%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 52,68% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar 52,68% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 47,32% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari R Square. Sementara Standard Error of the Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari table.12 dapat dilihat 2,400 ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi kinerja pegawai 2.400. Jika Standarderror of the estimate kurang dari standar deviasi Y, maka model regresi semakin baik dalam memprediksi nilai Y.

#### 5. Uji hipotesis

##### a. Uji F

Hasil uji koefisien signifikansi simultan (uji statistik F) dapat dilihat pada tabel Coefficients ANOVA dibawah ini :

Tabel 4. Uji Koefisien

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	529,888	3	176,629	30,663	,000 <sup>b</sup>
Residual	478,112	83	5,760		

a. Predictors: (Constant) : faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi dan faktor lingkungan eksternal organisasi

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan perbandingan nilai Fhitung dengan Ftabel maka nilai Fhitung lebih besar daripada nilai Ftabel yaitu  $30.663 > 2,48$  hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antarafaktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi dan faktor lingkungan eksternal organisasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

b. Uji-t (test)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X1,X2,X3) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variable dependen (Y).

Hasil output dari pengujian dengan menggunakan alat SPSS adalah sebagai berikut:

Dari Tabel 1. hasil pengujian secara parsial (uji t) di atas dapat diambil kesimpulan:

a. Uji t pada variabel faktor internal pegawai (X1) sebagai berikut:

Berdasarkan output di atas diperoleh t hitung sebesar 3.561 dan signifikansi 0,001 Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df) yaitu:

$$df = n - k - 1 = 87 - 4 - 1 = 83$$
 Maka ttabel adalah sebesar 1.66298

Ho: diterima jika t hitung  $> t$  tabel atau sig t  $< 0,05$

Ha: diterima jika t hitung  $< t$  tabel atau sig t  $> 0,05$

Kesimpulannya, karena t hitung  $> t$  tabel atau  $3,561 > 1.66298$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka hipotesa diterima. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel faktor internal pegawai (X1) terhadap variabel kinerja pegawai (Y).

b. Uji t pada variabel faktor lingkungan internal organisasi (X2) sebagai berikut:

Berdasarkan output di atas di peroleh t hitung sebesar 5,413 dan signifikansi 0,000 maka dapat disimpulkan menerima hipotesa. Variabel dari faktor lingkungan internal organisasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja Pegawai (Y).

Uji t pada variabel faktor lingkungan eksternal organisasi (X3) sebagai berikut:

Berdasarkan out put di atas diperoleh t hitung  $<$  dari t tabel atau  $0,999 < 1.66298$  dan tingkat signifikansi  $< 0.05$  atau sebesar 0,321 maka dapat disimpulkan menolak hipotesa. Variabel dari faktor lingkungan eksternal organisasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja pegawai (Y).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Menerima Ha & menolak Ho merupakan faktor internal pegawai berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dalam Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Hal ini dikarenakan taraf signifikansi yg diperoleh sebanyak 0.001.
2. Menerima Ho & menolak Ha merupakan faktor lingkungan internal organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dalam Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Hal ini dikarenakan taraf signifikansi yg diperoleh sebanyak 0,000.
3. Menerima Ha & menolak Ho faktor lingkungan eksternal organisasi nir berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dalam Dinas 4 Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Hal ini dikarenakan taraf signifikansi yg diperoleh sebanyak 0,321. Tingkat signifikansi yg diperoleh lebih menurut 0.05 atau t hitung  $< t$  tabel.
4. Secara simultan faktor internal pegawai, faktor lingkungan internal organisasi & faktor lingkungan eksternal organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dalam Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Maka hipotesa bisa diterima menggunakan taraf signifikansi yg diperoleh sebanyak 0,000.

## Saran

Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu usahakan bisa memperhatikan faktor lingkungan eksternal organisasi supaya bisa menaikkan kinerja pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika & Statistik Provinsi Bengkulu. Bagi peneliti selanjutnya, supaya bisa menambahkan variabel & indikator-indikator lain, selain menurut 3 variabel & indikator-indikator yg telah diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dalimunthe. Ahmad, Gatot Nazir, R. Lestari & S 2017. "Analysis Of Effect Of Profitability, Assets Structure, Size Of Companies, And Liquidity To Capital Structures In Mining Companies Listed In Indonesia Stock Exchange Period 2012-2015". Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol. 8, No. 2.
- Hasibuan, Malayu. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit. Bumi Aksara.
- Simamora, Henry. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: Ykpn.
- Sanjaya, W. 2019. Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan. Kencana Prenada Media Group.
- Sastrohadiwiryono, B. S. 2017. Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan. Administratif & Operasional. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara

## Comparative Analysis of Marketing Strategies for Online Shopping Applications on Shopee and Lazada (Case Study of Febi Uinsu Students)

### Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran terhadap Aplikasi Belanja Online pada Shopee dan Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uinsu)

Aris Kukuh Prasetyo <sup>1)</sup>; Siti Nur Khalizah Siregar <sup>2)</sup>; Nurbaiti <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> UIN Sumatera Utara, Medan

Email: <sup>1)</sup> [ariskukuh20@gmail.com](mailto:ariskukuh20@gmail.com); <sup>2)</sup> [lizasiregar0401@gmail.com](mailto:lizasiregar0401@gmail.com); [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Prasetyo, A. K., Siregar, S. N. K., Nurbaiti. (2021). Effect Of Motivation And Job Satisfaction On Work Productivity Of Oil Palm Plantation Employees PT. Four Mighty Agro Lawang In Four Lawang District. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [18 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [2 Januari 2021]

#### KEYWORDS

Marketing Strategy, Shopee and Lazada

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



#### ABSTRAK

Perkembangan dalam dunia bisnis yang sudah mulai semakin berkembang telah membuat pengaruh dalam dunia menjadi lebih mudah. Hal ini bisa diamati dalam membeli barang sesuai dengan yang diinginkan dalam suatu transaksi menggunakan E-Commerce, ini tidak terlepas dari adanya pengaruh didalam strategi pemasaran kedua E-Commerce tersebut. Dimana dalam strategi pemasaran tersebut bisa diamati dari segi harga, produk, promo dan pelayanan yang ditawarkan. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan dengan hasil literatur melalui sumber dari hasil penelitian terdahulu dengan mencocokkan data berdasarkan teori yang melibatkan 15 informan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aplikasi E-Commerce manakah yang banyak diminati dari para responden dari segi strategi pemasarannya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa E-Commerce yang paling banyak digunakan berdasarkan strategi pemasarannya ialah shopee. ini dapat dilihat dari segi harga yang ditawarkan, promosi-promosi yang diberikan, produk-produk yang dijual dengan sesuai harga, serta pelayanan-pelayanan yang diberikan.

#### ABSTRACT

Development in the growing world of business have made influencing the world easier. This can be observed in buying goods as desired in a transaction using E-Commerce, regardless of the influence in the marketing strategy of two E-Commerce. Where in the marketing strategy can be observed in terms of prices, products, promos and service offered. This research method uses qualitative methods based on literature results through sources from previous research results by discussing data based on theory 15 informants. This study aims to determine the E-Commerce application that is in great demand by the respondents in terms of its marketing strategy. The results of this study indicate that the most widely used E-Commerce based on its marketing strategy is shopee. this can be seen in terms of the price offered, the promotions provided, the products sold according to the price, and the service provided.

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia bisnis, tidak akan pernah terlepas dari bantuan alat-alat teknologi canggih, seperti smartphone, komputer, internet, sosial media maupun marketplace

lainnya. Yang dimana, sebelum dunia usaha secara online dan digital berkembang hingga saat ini, kegiatan bisnis terlebih dahulu dilakukan secara langsung seperti terjadinya secara langsung interaksi antara penjual dan pembeli di suatu pasar yang kemudian pembeli bisa merasakan langsung produk yang diinginkannya tanpa harus menunggu waktu yang lama. Kemudian perkembangan teknologi di dalam suatu bisnis, tidak juga terlepas dari adanya suatu informasi karena dengan adanya informasi perkembangan teknologi ini, dapat mengubah cara strategi pemasarannya yang pada mulanya secara langsung kemudian dengan perkembangannya teknologi bisa diubah secara digital maupun online (secara tidak langsung) dalam bisnisnya atau bisa disebut sebagai *E-Commerce*. Hal ini bisa dilihat dari strategi pemasaran pada *E-Commerce* aplikasi belanja online Shopee dan Lazada.

Dengan adanya *E-Commerce* ini akan membuat para konsumen mulai beralih ke arah online untuk membeli produk yang diinginkannya. Disamping itu juga dengan adanya *E-Commerce* ini akan memudahkan para konsumen dalam berbelanja online meskipun transaksi atau pertukaran informasi yang terjadi antara penjual dan pembeli melalui sebuah aplikasi *E-Commerce*, baik itu Shopee maupun Lazada. Jika dilihat dari kebutuhan para konsumen pada saat ini, dimana kebanyakan para konsumen lebih menyukai segala hal yang berbau praktis, mudah, dan cepat untuk didapatkan. Tentunya ini akan menjadi peluang yang sangat besar terhadap aplikasi-aplikasi belanja online. Selain itu, konsumen juga harus dapat memilih aplikasi belanja online yang memang memberikan fitur terbaik dan juga kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen, karena jika kita lihat saat ini sudah banyak sekali aplikasi-aplikasi belanja online tetapi dari semua aplikasi-aplikasi belanja online tersebut tidak semuanya memiliki fitur yang baik atau sesuai dengan ekspektasi para konsumen. Sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, dikatakan bahwa ada empat aplikasi belanja online yang berada pada peringkat atas atau banyak digemari konsumen diantaranya adalah Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Tokopedia.

Jika dilihat dari strategi pemasarannya, tentunya ada perbedaan strategi pemasaran pada aplikasi Shopee dan Lazada. Dari hal inilah, penulis ingin mengetahui secara terperinci bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh aplikasi Shopee dan Lazada dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Bisa saja hal itu dapat dilihat dari beberapa faktor yang bisa mempengaruhi para konsumen, seperti banyaknya promo diskon yang ditawarkan, voucher gratis ongkir/pengiriman tanpa biaya, banyaknya variasi pilihan produk yang ditawarkan serta layanan yang diberikan.

## LANDASAN TEORI

### Strategi Pemasaran

Menurut Robert W. Palmatier dan Shrihari Sridhar (2017, hlm. 6) yang dimaksud dengan Strategi Pemasaran ialah suatu tindakan dan keputusan yang dilakukan untuk membangun keunggulan agar bisa bersaing dengan para pemasar lainnya serta untuk menciptakan nilai bagi para stakeholder. Philip Kotler (2019) strategi pemasaran adalah suatu metode dalam pemasaran dimana didalamnya terdapat kegiatan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dalam proses penjualannya dan berdasarkan pada tingkat bauran pemasarannya.

### E-Commerce

Menurut Rerung (2018, hlm 18) yang dimaksud dengan *E-Commerce* ialah suatu wadah yang didalamnya terdapat kegiatan transaksi jual beli, dimana transaksinya dilakukan dalam dunia maya dengan menggunakan jaringan internet. Tentunya dengan hal ini para penjual serta pembeli yang berasal dari daerah mana saja dapat dipertemukan dengan mudah tanpa harus bertemu secara langsung.

### Strategi Promosi

Menurut Daryanto (2011, hlm. 85) menyatakan bahwa Strategi Promosi adalah suatu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menarik perhatian para pelanggannya serta pembeli

untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan dalam perusahaan tersebut serta perusahaan melakukan strategi promosi untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan dari bisnis yang ditawarkannya.

### **Harga**

Menurut Shinta, dkk (2016, hlm. 181) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang yang dinyatakan dalam bentuk rupiah yang digunakan dalam transaksi, dimana diberikan kepada seseorang setelah dia mendapatkan suatu barang atau jasa. Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah jumlah yang diberikan atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai untuk mendapatkan keuntungan dari memakai suatu produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan.

### **Produk**

Menurut Assauri (2017, hal. 200) yang dimaksud dengan produk adalah suatu barang yang ditawarkan kepada semua orang untuk dapat dimiliki, dipergunakan, dimakan atau dikonsumsi, dimana berupa barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan buah pikir.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Yang mana metode kualitatif ini merupakan metode yang digunakan untuk meneliti suatu peristiwa yang terjadi didalam strategi pemasarannya. Dimana penulis memandang metode penelitian ini berdasarkan dengan hasil literatur melalui sumber yang ada yaitu dari jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan mencocokkan data yang berdasarkan dengan teori maupun sumber yang ada (Sugiyono, 2016). Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif, dimana metode ini memiliki tujuan mengumpulkan informasi dari data-data yang terpercaya serta menjelaskan perbandingan tentang strategi pemasaran dalam dua E-Commerce yang diteliti. Pengumpulan data ini juga dilakukan dengan cara wawancara yang melibatkan 15 informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Shopee dan Lazada merupakan aplikasi E-Commerce yang banyak digunakan, salah satunya yaitu dikalangan mahasiswa. Hal ini tidak terlepas dari tujuan didirikannya kedua aplikasi E-Commerce tersebut, adapun dari tujuannya yaitu memudahkan para konsumennya untuk berbelanja dan tidak perlu susah untuk mencari keperluan barang yang jika tidak ada dibeli secara langsung. Terlepas dari tujuan didirikannya kedua E-Commerce yang ada, disebabkan karena adanya strategi didalam pemasarannya yang berbeda-beda diantara kedua aplikasi E-Commerce tersebut.

Strategi pemasaran yang ada didalam E-Commerce sangat mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Adapun strategi pemasaran tersebut disebabkan karena adanya beberapa faktor diantaranya dalam segi harga, produk, promosi dan pelayanannya. Hal ini dapat dilihat pada analisa responden dibawah ini.

### **Analisa Responden**

Dari hasil survei yang dilakukan kepada 15 orang mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diketahui bahwasannya 85% adalah pengguna aplikasi Shopee dan 15% pengguna aplikasi Lazada. Dimana responden saat ini memiliki rentang usia dari 19-22 tahun, dan tentunya merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Prodi Management. Responden survei ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20% dan perempuan sebanyak 80% dengan pekerjaan sebagai mahasiswa.

Tabel 1. Hasil

No	Pertanyaan
1	Apakah anda pengguna aplikasi E-Commerce?
2	Jenis aplikasi E-Commerce apakah yang sering anda gunakan?
3	Seberapa seringkah anda menggunakan aplikasi E-Commerce?
4	Produk apa saja yang biasanya anda beli melalui aplikasi E-Commerce?
5	Jika disuruh memilih, anda lebih suka berbelanja online di Shopee atau Lazada?
6	Apakah anda setuju jika dilihat dari segi pelayanannya Shopee lebih baik daripada Lazada?
7	Menurut pendapat anda promosi lebih banyak ada di aplikasi Shopee atau Lazada?
8	Apakah anda setuju jika berjualan di aplikasi Lazada sulit dibandingkan dengan Shopee?
9	Menurut anda apakah harga ongkos kirim Lazada lebih murah daripada Shopee?
10	Strategi Pemasaran seperti apa yang begitu anda sukai dari aplikasi Shopee/Lazada?
11	Bagaimana pendapat anda mengenai adanya biaya penanganan dalam aplikasi Shopee/Lazada?
12	Menurut anda apakah sulit berbelanja di Shopee?
13	Menurut anda apakah sulit berbelanja di Lazada?

Dari tabel 1. diatas, dapat kita lihat ada 13 pertanyaan yang dilontarkan oleh pewawancara kepada narasumbernya. Diketahui bahwasannya dari 15 Responden, ada 11 orang yang lebih suka menggunakan shopee daripada Lazada, dan 4 orang lagi adalah pengguna lazada atau e-commerce lainnya. Selain itu ternyata mereka sering menggunakan shopee atau lazada untuk berbelanja secara online. Adapun produk yang biasanya mereka beli secara online berupa pakaian, make-up, sepatu, tas, sikincare, bahan-bahan dapur dan lain sebagainya.

Kemudian jika dilihat dari survei yang telah dilakukan, dapat dilakukan analisa perbandingan terhadap strategi pemasaran pada aplikasi shopee dan lazada. Jika berdasarkan dengan pertanyaan diatas para responden lebih suka berbelanja online menggunakan shopee daripada lazada. Hal ini dapat dilihat dari strategi pemasarannya yang meliputi harga, produk, promosi dan juga layanan yang ditawarkan oleh shopee. Dimana dalam harga tentunya shopee menawarkan harga yang lebih murah daripada lazada, hal ini dapat dilihat dari harga ongkos kirim yang lebih mahal jika kita berbelanja di lazada daripada di shopee (kata para responden).

Terkait dengan promosi, shopee juga tidak pernah ketinggalan dengan aplikasi e-commerce lainnya. Shopee juga sangat banyak memberikan promosi kepada para pengguna online shop. Hal ini tentunya membuat shopee semakin disukai banyak orang. Promosi itu berupa gratis ongkir, potongan harga pada tanggal dan bulan yang sama, voucher cashback serta promosi lainnya. Selain itu shopee lebih banyak menawarkan fitur-fitur daripada lazada. Fitur-fitur itu berupa shopee tanam, shopee serba seribu, goyang shopee, shopee paylater dan fitur-fitur lainnya.

Analisa perbandingannya juga dapat kita lihat dari strategi pemasaran shopee yang memberikan biaya penanganan kepada para pihak pembeli yang menggunakan fitur COD, sedangkan dalam lazada biaya penanganan dihilangkan agar membuat para pembeli tetap merasa nyaman menggunakan fitur COD. Tetapi kekurangan fitur COD di lazada adalah jangkauannya yang masih terbatas, berbeda halnya dengan fitur COD di shopee yang sudah meluas keseluruh daerah tetapi ada juga kekurangan fitur COD pada shopee, dimana terkadang fitur COD nya bermasalah, sehingga sering kita jumpai banyak para konsumen atau pembeli merasa kecewa ketika pesanan yang datang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Dari segi pelayanannya, dijelaskan juga bahwa shopee memberikan pelayanan yang sangat memuaskan untuk para konsumennya. Dari pelayanan inilah menimbulkan rasa percaya masyarakat untuk terus berbelanja menggunakan shopee. Sehingga shopee menjadi platform e-commerce yang memiliki peminat terbanyak daripada lazada. Selain itu dalam hal untuk mengakses, tentunya shopee lebih mudah untuk dipahami atau diakses daripada lazada. Pelayanan

untuk berkomunikasi dengan penjual juga lebih cepat responnya daripada lazada. Lazada lama dalam hal memproses pembayaran serta lazada tidak dapat membatalkan pesanan, sedangkan shopee bisa membatalkan pesanan jika pesanan tersebut dibatalkan pada hari itu juga.

Dari beberapa jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden, dapat kita ketahui beberapa perbandingan-perbandingan strategi pemasaran yang ada pada aplikasi shopee ataupun lazada. Dimana dalam hal ini, kita bisa mengetahui juga bahwa ada beberapa strategi yang tidak dimiliki shopee begitu juga sebaliknya untuk lazada.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil Perbandingan terkait analisis strategi pemasaran pada dua e-commerce yaitu pada aplikasi shopee dan lazada, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih suka berbelanja online dengan menggunakan shopee daripada lazada. Hal ini dapat dilihat dari beberapa perbedaan dalam strategi pemasarannya yaitu dari segi harga yang ditawarkan, promosi-promosi yang diberikan, produk-produk yang dijual dengan sesuai harga, serta pelayanan-pelayanan yang diberikan dari kedua e-commerce tersebut. Adapun promosi yang diberikan kepada pelanggan berbentuk voucher gratis ongkir, flash sale disetiap bulannya, cash back xtra dan lain sebagainya. Ada beberapa hal yang menyebabkan mahasiswa febi UINSU khususnya prodi Management lebih suka menggunakan shopee daripada lazada, hal itu dipicu karena lazada memberikan ongkos kirim yang lebih mahal daripada shopee, kemudian customer service pada lazada sangat lama dalam merespon sehingga mereka merasa pelayanan yang diberikan lazada kurang memuaskan, dan fitur COD pada lazada jangkauannya masih sangat sedikit atau hanya dikhususkan untuk beberapa tempat, berbeda dengan shopee yang jangkauannya sudah luas sehingga bagi pelanggan yang sering menggunakan fitur COD, lebih menyukai shopee daripada lazada.

## DAFTAR PUSTAKA

Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 101-119.

Purnama I, Nadia., & Putri P, Linzzy. (2021). Analisis Penggunaan E-Commerce di Masa Pandemi. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, vol 1, 555.

Karlina, Siti. Nobelson & Yuliniar. (2020). Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Online (Studi pada Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia). *Prosiding BIEMA*, vol 1, 702-704.

Setyowati, Tutut. (2018). Analisis Pemasaran E-Commerce Shopee. Hal 14

Kangean, Sharen & Rusdi, Farid. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Prologia*, 4(2), 280-287

Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. *Andi Offset*. Yogyakarta.

A Muwafik Saleh. (2010). "Manajemen Pelayanan". *Pustaka Pelajar*. Jakarta.

Assauri, S. (2010). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. PT Raja Grafindo Persada

Sari, Nugroho. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Yateno, Azizi. (2021). Pengaruh kualitas produk, diskon dan tagline "gratis ongkir" terhadap keputusan pembelian pada market place shopee.

# Analysis of the Queuing System for the Indonesian Islamic Bank (BSI) Bengkulu Branch

## Analisis Sistem Antrian Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Bengkulu

Angga Putra Pertama<sup>1)</sup>; Sulisti Afriani<sup>2)</sup>; Ida Ayu Made Er Meytha Gayatri<sup>3)</sup>  
 Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu  
 Email: [alni.jenita20@gmail.com](mailto:alni.jenita20@gmail.com)

### How to Cite :

Pertama, Angga Putra. (2021). Analisis Sistem Antrian Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Bengkulu. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]  
 Revised [10 Desember 2021]  
 Accepted [28 Desember 2021]

### KEYWORDS

*Sistem Antrian Multi Channel Single Phase, Jumlah Teller, Tingkat Pelayanan Optimal, Waktu Pelayanan Nasabah.*

*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 yaitu untuk mengetahui tingkat rata-rata kedatangan nasabah dan waktu pelayanan rata-rata nasabah dalam antrian. Model analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis teori antrian multi channel single phase dengan rumus matematis. Proses antrian adalah suatu proses yang berhubungan dengan kedatangan customer kesuatu sistem antrian, kemudian menunggu dalam antrian hingga pelayan memilih customer sesuai dengan disiplin pelayanan, dan akhirnya customer meninggalkan sistem antrian setelah selesai pelayana. Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 terdapat 5 teller yang disediakan untuk dapat melayani para nasabah yang akan melakukan transaksi penyetoran, penarikan dan transfer uank. Antrian yang terjadi pada tingkat pelayanan optimal dapat di peroleh kinerja sistem antrian dengan hasil perhitungan yaitu, jumlah rata-rata nasabah dalam antrian ( $n_q$ ) 31,88 nasabah, Nasabah dalam sistem total 33,08 orang, waktu rata-rata dalam antrian 0,000767 dan waktu dalam sistem total 0,034097 atau 2 menit. Dengan demikian nasabah tidak terlalu lama dalam melakukan transaksi. Dengan jumlah teller sebanyak lima orang terdapat lamanya waktu tunggu nasabah ( $W_q$ ) dalam antrian yaitu 0,02777 jam atau 2 menit dan rata-rata jumlah nasabah dalam antrian terbanyak ( $L_s$ ) sebanyak 2 orang.

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the average level of customer arrivals and the average service time of customers in the queue. The analytical model used in this study is a multi-channel single-phase queuing theory analysis with a mathematical formula. The queuing process is a process related to the arrival of the customer to a queuing system, then waiting in the queue until the waiter selects the customer according to the service discipline, and finally the customer leaves the queuing system after the service is finished. At Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 there are 5 tellers provided to serve customers who will make deposits, withdrawals and cash transfers. Queues that occur at the optimal service level can be obtained by the performance of the queuing system with the calculation results, namely, the average number of customers in the queue ( $n_q$ ) 31.88 customers, customers in the total system 33.08 people, the average time in the queue 0, 000767 and the total system time is 0.034097 or 2 minutes. Thus, customers do not take too long to make transactions. With the number of tellers as many as five people, there is a long waiting time for*

*customers ( $W_q$ ) in the queue, which is 0.02777 hours or 2 minutes and the average number of customers in the queue ( $L_s$ ) is 2 people.*

## PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak untuk membantu perkembangan ekonomi negara. Seiring dengan berkembangnya zaman bank saat ini berperan penting dalam kehidupan masyarakat, baik untuk menyimpan dana maupun untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan keuangan.

Bank sendiri tidak lepas dari jasa pelayanan, pelayanan itu sendiri diberikan sebagai tindakan atau perbuatan untuk memberikan kepuasan atau hak kepada pelanggan atau nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang baik sangat diperlukan untuk menciptakan kepuasan kepada nasabah. Dengan demikian diharapkan nasabah akan datang kembali untuk menyalurkan aktivitas keuangannya pada bank.

Semakin banyaknya jumlah nasabah yang membutuhkan pelayanan maka bank yang bergerak di bidang jasa perlu mengubah sistem yang lama menjadi sistem yang lebih efektif untuk memberikan pelayanan terbaik. Saat ini bank menjadi salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara, masyarakat umum maupun kalangan industri sangat membutuhkan jasa bank untuk mempelancar aktivitasnya. Namun bank di Indonesia terbilang banyak, maka kepuasan nasabah dalam hal kemudahan dan kecepatan pelayanan juga menjadi hal yang penting untuk mempertahankan pelanggannya.

Mengantri menjadi hal yang biasa kita alami pada saat melakukan transaksi di suatu bank. Ketika orang membutuhkan pelayanan secara bersamaan dan jumlah pelanggan melebihi jumlah fasilitas pelayanan yang tersedia maka mengakibatkan terjadinya antrian namun apabila antrian begitu panjang dan waktu tunggu pelanggan yang sangat lama, maka ia merasakan pelayanan yang kurang bagus.

Banyak masalah antrian berpusat pada bagaimana menemukan suatu tingkat pelayanan yang ideal yang harus disediakan oleh bank. Pelayanan bank tidak terlepas dari peran teller bank, karena teller berinteraksi langsung dengan nasabah, pada saat berinteraksi teller bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan nasabah baik tunai maupun non tunai. Jika jumlah nasabah yang datang melebihi jumlah teller yang tersedia, maka nasabah menunggu di tempat yang telah disiapkan terlebih dahulu untuk menunggu antrian.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 tidak lepas dari masalah mengantri. Lokasi yang strategis juga menyebabkan banyak nasabah yang ingin bertransaksi di tempat tersebut, berdasarkan sampel awal pengamatan peneliti Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. parman 1 menyediakan 5 teller. namun banyaknya nasabah yang ingin bertransaksi sehingga menyebabkan antrian yang panjang. Banyak antrian di saat bertransaksi menyebabkan para nasabah merasa tidak nyaman, sehingga membutuhkan suatu sistem antrian untuk menangani masalah antrian.

Berdasarkan sampel awal pengamatan peneliti Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 telah menyediakan tempat yang nyaman untuk nasabah menunggu antrian, namun karena lambatnya pelayanan di teller sering membuat nasabah merasa bosan untuk menunggu dan meninggalkan sistem antrian yang berlangsung.

Suatu proses antrian adalah suatu proses yang berhubungan dengan kedatangan seorang nasabah pada suatu fasilitas pelayanan, kemudian menunggu dalam suatu baris (antrian). Jika semua pelayanan sibuk, dan meninggalkan fasilitas tersebut, sehingga menyebabkan pelayanan yang tidak efektif. Sebuah sistem antrian adalah suatu himpunan pelanggan pelayanan dan suatu aturan yang mengatur kedatangan pada pelanggan dan memproses masalahnya. Adapun beberapa sistem antrian yaitu single channel multi phase dan multi channel is multi phase. Sistem

antrian single channel multi phase adalah sistem antrian yang terjadi kapan saja dimana ada dua atau lebih fasilitas pelayanan dialiri antrian tunggal.

Penggunaan sistem antrian dapat membantu pihak bank, dalam merancang sistem operasional petugas layanan tersebut agar proses transaksi dapat berjalan secara optimal, dengan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai sistem standar waktu yang telah ditentukan bahkan lebih cepat dari standar waktu yang diterapkan oleh Bank BSI sendiri untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen dapat tercapai.

## LANDASAN TEORI

### Teori Antrian

Ilmu pengetahuan tentang bentuk antrian dan sering disebut sebagai teori antrian, merupakan sebuah bagian penting dari sebagian kegiatan operasi. Antrian adalah sebuah situasi yang umum sebagai contoh di bank saat nasabah mengantri di teller untuk melakukan transaksi. Adapun Heizer dan Render dalam bukunya *Operation Management* yang diterjemahkan oleh Setyoningih Almahdy (2014:658) mengemukakan bahwa: "Antrian adalah orang-orang atau barang dalam barisan yang sedang menunggu untuk dilayani".

Antrian timbul disebabkan oleh kebutuhan akan pelayanan melebihi kemampuan (kapasitas) pelayanan atau fasilitas pelayanan, sehingga pengguna fasilitas yang tiba tidak dapat segera memperoleh pelayanan, disebabkan kesibukan layanan. Pelayanan yang terbaik diantaranya adalah memberikan pelayanan yang cepat sehingga pelanggan tidak dibiarkan menunggu (mengantri) terlalu lama. Pelanggan tiba dengan laju tetap atau tidak tetap untuk memperoleh layanan pada fasilitas pelayanan. Bila nasabah yang tiba dapat masuk kedalam fasilitas pelayanan, maka itu akan segera ia lakukan. Tetapi kalau harus menunggu maka mereka akan membentuk satu antrian hingga tiba waktunya untuk dilayani. Mereka akan dilayani dengan laju tetap atau tidak tetap. Setelah selesai, mereka pun berangkat. Gusferdiansyah dan Suchiati (2017:233)

Menurut Sholikhah (2018:64). Tujuan dari model-model antrian adalah meminimumkan sekaligus dua jenis biaya, yaitu biaya langsung untuk menyediakan pelayanan dan biaya individu yang menunggu untuk memperoleh pelayanan dan kemampuan fasilitas untuk melayani menimbulkan dua konsekuensi logis, yaitu timbulnya antrian dan timbulnya pengangguran kapasitas. Antrian yang panjang karena kemampuan fasilitas pelayanan lebih rendah jumlah pemakaiannya, jelas akan memunculkan garis tunggu itu akan menanggung opportunity cost sejauh opportunity cost itu negatif, maka mereka mungkin bersedia untuk tetap digaris tunggu, namun sebaliknya mereka pasti akan keluar di garis tunggu dan itu berarti kerugian. Disisi yang lain penyediaan kapasitas pelayanan yang terlalu berlebihan sehingga tingkat penggunaan fasilitas tersebut rendah, jelas akan menaikkan biaya tetap rata-rata. Oleh karena itu, kedua jenis biaya tersebut perlu di minimumkan.

### Karakteristik antrian

#### 1. Karakteristik Kedatangan

Sumber input yang mendatangkan pelanggan bagi sebuah sistem pelayanan memiliki karakteristik utama sebagai berikut :

##### a) Ukuran Populasi

Merupakan sumber konsumen yang dilihat sebagai populasi tidak terbatas atau terbatas. populasi tidak terbatas adalah jika jumlah kedatangan atau pelanggan pada sebuah waktu tertentu hanyalah sebagian kecil dari semua kedatangan yang potensial. Sedangkan populasi terbatas adalah sebuah antrian ketika hanya ada pengguna pelayanan yang potensial dengan jumlah terbatas.

##### b) Pola Kedatangan

Pola kedatangan (arrival pattern) adalah individu-individu dari sebuah populasi memasuki sistem. Individu-individu mungkin datang dengan tingkat kedatangan (arrival rate) yang konstan ataupun acak/ random (yaitu berapa banyak individ-individu perperiode waktu). Tingkat kedatangan produk-produk yang bergerak sepanjang lini perakitan produksi masuk mungkin konstan, sedang tingkat kedatangan telephone calls sangat sering mengikuti suatu distribusi probabilitas poison.

2. Disiplin Antrian

Disiplin antrian adalah aturan dalam mana pelanggan di layani, atau disiplin pelayanan (service discipline) yang memuat aturan (order) para pelanggan menerima layanan. Aturan pelayanan menurut urutan kedatangan ini dapat didasarkan pada, (Kakiay 2004:12) :

- a) Pertama Masuk Pertama Keluar (FIFO)  
FIFO (First In First Out) merupakan sustu aturan dimana yang akan dilayani terlebih dahulu adalah pelangan yang datang terlebih dahulu. FIFO ini sering juga di sebut FCFS (First Come First Serve). Contohnya dapat dilihat pada antrian di loket-loket penjual karcis kereta api.
- b) Yang Terahir Masuk Pertama Keluar (LIFO)  
LIFO (Last In First Out) merupakan antriann diman pelanggan terakhir justru terlebih dahulu, yang sering juga di kenal LCFS (Last Come First Serve). Contohnya adalah pada sistem bongkar muat barang di dalam truk, dimana barang yang masuk terakhir justru akan keluar terlebih dahulu.
- c) Pelayanan Dalam Urutan Acak (SIRO)  
SIRO (Service In Random Order) dimana pelayanan dilakukan secara acak. Sering juga dikenal RSS (Random Selection For Service). Contonya adalah pada arisan, dimana pelayanan dilakukan berdasarkan undian (random).
- d) Pelayanan Berdasarkan Prioritas (PRI)  
Dimana pelayanan didasarkan prioritas khusus. Misalnya, dalam suatu pesta dimna tamu-tamu yang di katagorikan VIP akan di layani terlebih dahulu.

**Ukuran Keefektifan Sistem Antrian**

Ukuran keefektifan model antrian dapat ditentukan melalui unsur-unsur berikut:

- 1. Nilai harapan banyaknya customer dalam sistem antrian (LS)
- 2. Nilai harapan banyaknya customer dalam antrian (Lq)
- 3. Nilai harapan waktu tunggu dalam sistem antrian ( WS)
- 4. Nilai harapan waktu tunggu dalam antrian(Wq)

Formula rumus untuk ukuran keefektifan pada sistem antrian adalah:

- 1. Waktu tunggu rata-rata nasabah dalam antrian (Wq)  
 $Wq = Lq/\lambda$
- 2. Jumlah rata-rata nasabah dalam antrian (Lq)  
 $Lq = \lambda \cdot Wq$
- 3. Jumlah rata-rata nasabah dalam sistem (LS)  
 $LS = Lq + \lambda E(t)$
- 4. Waktu tunggu rata -rata nasabah dalam sistem (WS)  
 $WS = LS/\lambda$

Keterangan :

- n : Jumlah pelanggan dalam sistem
- P0 : Peluang kepastian tidak adanya pelanggan dalam sistem
- $\lambda$  : Jumlah rata-rata pelanggan yang datang per satuan waktu
- $\mu$  : Jumlah rata-rata nasabah yang dilayani persatuan waktu
- p : Tingkat intensitas pelayanan
- c : Jumlah pelayanan

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Analisis data kedatangan nasabah pada teller diolah untuk Mencari jumlah kedatangan orang persatuan waktu ( $\lambda$ ). Data pelayanan nasabah dituangkan kedalam distribusi frekuensi guna mencari jumlah frekuensi pelayanan yaitu rata-rata orang yang dilayani persatuan waktu ( $\mu$ ). Adapun rumus yang digunakan adalah. Bataona, Nyoko dan Nursiani (2020 : 230)

a. Melakukan perhitungan rata-rata kedatangan pelanggan per jam ( $\lambda$ )

$$\lambda = \frac{\text{jumlah pelanggan yang datang}}{\text{periode waktu (jam)}}$$

waktu antar kedatangan rata-rata pelanggan  $1/\lambda$

b. Menghitung rata-rata pelayanan pelanggan per jam ( $\pi$ )

$$\pi = \frac{\text{jumlah waktu pelayanan keseluruhan}}{\text{jumlah frekuensi pelayanan}}$$

Waktu rata-rata pelayanan pelanggan per jam  $1/\pi$

Adapun langkah yang digunakan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut, Suhartina (2018:42)

1. Merekap data hasil penelitian
  - a. Waktu pelanggan datang.
  - b. Waktu pelanggan di layani.
  - c. Waktu pelanggan selesai dilayani.
  - d. Lama pelayanan.
2. Melakukan perhitungan untuk mencari nilai  $\lambda$  dan  $\mu$ . Sehingga akan diketahui apakah sudah steady state.  
Keterangan :
  - $\lambda$  : jumlah rata-rata pelanggan per jam
  - $\mu$  : jumlah rata-rata pelanggan yang dilayani per jam
3. Melakukan perhitungan dan menganalisis model antrian untuk menentukan ukuran kinerja yaitu:
  - a. Waktu tunggu rata-rata nasabah dalam antrian ( $Wq$ )

$$Wq = \frac{Lq}{\lambda}$$

b. Jumlah rata-rata nasabah dalam antrian ( $Lq$ )

$$Lq = \frac{\lambda}{Wq}$$

c. Jumlah rata-rata nasabah dalam sistem ( $LS$ )

$$LS = Lq + \lambda E(t)$$

d. Waktu tunggu rata-rata nasabah dalam sistem ( $WS$ )

$$WS = \frac{Ls}{\lambda}$$

Keterangan :

n : Jumlah pelanggan dalam sistem

- E : Peluang kepastian tidak adanya pelanggan dalam sistem
- $\lambda$  : Jumlah rata-rata pelanggan yang datang per satuan waktu
- $\mu$  : Jumlah rata-rata nasabah yang dilayani persatuan waktu
- p : Tingkat intensitas pelayanan
- t : Jumlah pelayanan.

4. Menghitung tingkat pelayanan optimal

$$nq = \frac{\lambda \pi (\lambda / \pi)^s}{(s-1)!} p_0$$

$$nt = nq + \lambda / \pi$$

$$tq = \frac{p_0}{\lambda s (s!) [1 - (\frac{\lambda}{s\pi})]^s} \left[ \frac{\lambda}{\pi} \right]$$

$$tt = tq + 1 / \pi$$

Keterangan:

- nt : Jumlah individu dalam sistem total
- nq : Perhitungan jumlah individu rata-rata dalam antrian
- tq : Perhitungan waktu rata-rata dalam antrian
- tt : Perhitungan waktu rata-rata dalam sistem total

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

#### Standar Antrian dan Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1.

Pengunaan metode antrian hendaknya di sesuaikan antara kebutuhan perusahaan dengan metode antrian yang ada. Karna setiap metode antrian memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Kesalahan dalam penerapan antrian bisa menyebabkan ketidak optimalan dalam melayani nasabah yang ingin melakukan transaksi.

Adapun standar antrian dan pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 yaitu, sebagai berikut :

1. Sikap megawali pelayanan
  - a) Berdiri
  - b) Tersenyum
  - c) Mempersilakan nasabah dengan gerak tangan ke arah counter
  - d) Salam "assalamu'alaikum....."
  - e) Sapaan nasabah dengan sapan pak/bu...
2. Komfirmasi awal transaksi
 

Komfirmasi transaksi yang di lakukan nasabah di awal layanan berdasarkan slip/formulir transaksi.
3. Sikap selama melayani
  - a) Senyum
  - b) Kontak mata
  - c) Menanggapi permintaan transaksi

- d) Jika harus meninggalkan nasabah, mintak izin kepada nasabah yang di layani, ucapkan maaf dan terimakasih karna telah bersedia menunggu saat kembali.
4. Sikap di ahir layanan
- Jelaaskan kepada nasabah bahwa transaksi telah selsai
  - Tawarkan bantuan
  - Sebut nama nasabah "pak/buu..."
  - Terimakasih
  - Salam "Assalamualaikum"
5. Tag On  
Tag On adalah informasi peroduk dan layanan yang bisa di gunakan nasabah, informasi yang di sampaikan harus singkat dan jelas.
6. Customer Intimacy  
Sikap untuk membina hubungan baik dengan nasabah, menciptakan keterikatan secara emosional membuat nasabah merasa nyaman dan merasa di perhatikan.
7. Waktu antrian
- Di hitung sejak nasabah masuk antrian sampai nasabah ke counter teller.
  - Standar waktu antri
    - Ideal : langsung/tidak ada antrian
    - Bagus : 2 menit
    - Wajar : 2 - 5 menit
    - Terlalu lama : > 10 menit

### Menentukan tingkat rata-rata kedatangan dan pelayanan nasabah per jam

Untuk mendapatkan data tingkat kedatangan dan pelayanan nasabah perjam maka dilakukan pencatatan jumlah nasabah yang datang kebagian teler Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 kedalam tabel data tingkat kedatangan dan pelayanan berikut ini :

Tabel 1. Data tingkat kedatangan nasabah ke bagian teller Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1.

Tanggal	Periode waktu/ jam	kedatangan
27 Oktober 2021	08.00 – 09.00 WIB	36 Orang
	09.00 – 10.00 WIB	47 Orang
	10.00 – 11.00 WIB	35 Orang
	11.00 – 12.00 WIB	27 Orang

### Melakukan perhitungan rata-rata kedatangan pelanggan perjam ( $\lambda$ )

$$\lambda = \frac{\text{jumlah pelanggan yang datang}}{\text{periode waktu (jam)}}$$

$$\lambda = \frac{(36+47+35+27)}{4} = \frac{145}{4}$$

$$\lambda = 36,25$$

Jadi, tingkat kedatangan nasabah yang mengantri pada bagian teller adalah 36 orang/jam

Menghitung rata-rata pelayanan pelanggan perjam ( $\pi$ )

$$\pi = \frac{1}{\lambda}$$

$$\pi = \frac{1}{36}$$

$$\pi = 0,02777$$

$$\pi = 1,66 \text{ (2 menit)}$$

jadi, tingkat rata-rata pelayanan pelanggan adalah 2 menit/orang.

**Analisis Sistem antrian**

1. Data Hasil Penelitian

Berikut adalah tabel data untuk menganalisis sistem antrian, yang di dapat dari hasil penelitian penulis pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1. Yang dapat di lihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Sistem

No	Periode waktu / jam	kedatangan	pelayanan
01	08.00 - 09.00	36	26
02	09.00 - 10.00	47	34
03	10.00 - 11.00	35	31
04	11.00 - 12.00	27	28

Mencari nilai  $\lambda$  dan  $\mu$

Dimana :

$\lambda$  : Adalah jumlah rata-rata kedatangan nasabah/jam.

$\mu$  : Adalah jumlah rata-ra Type equation here. ta nasabah yang di layani/jam.

Jumlah rata-rata kedatangan nasabah/jam ( $\lambda$ )

$$\lambda = \frac{\text{jumlah nasabah yang datang}}{\text{periode waktu (jam)}}$$

$$\lambda = \frac{36+47+35+27}{4}$$

$$\lambda = \frac{145}{4}$$

$$\lambda = 36, 25 \text{ (36 orang)}$$

Jumlah rata-rata nasabah yang di layani/jam.

$$\mu = \frac{\text{jumlah nasabah yang dilayani}}{\text{priode waktu/jam}}$$

$$\mu = \frac{26+34+31+28}{4}$$

$$\mu = \frac{119}{4}$$

$$= 29,75 \text{ (30 Orang)}$$

1. Hasil perhitungan dan analisis sistem antrian

- a) Waktu tunggu rata-rata nasabah dalam antrian ( $wq$ )

$$Wq = \frac{1}{\lambda}$$

$$= \frac{1}{36}$$

$$= 0,02777 \text{ jam}$$

$$= 1,66 \text{ menit}$$

- b) Jumlah rata-rata nasabah dalam antrian ( $Lq$ )

$$Lq = \lambda \cdot Wq$$

$$= 36 \times 0,2777$$

$$= 0,9997 \text{ atau (1 orang)}$$

- c) Jumlah rata-rata nasabah dalam system ( $Ls$ )

$$LS = Lq \cdot p$$

$$= 0,9997 \times 2$$

$$= 1,9994 \text{ atau (2 orang)}$$

- d) Waktu menunggu rata-rata nasabah dalam system ( $Ws$ )

$$W_s = \frac{L_s}{\lambda}$$

$$= \frac{1,9994}{36}$$

$$= 0,05553$$

$$= 3 \text{ Menit}$$

2. Tingkat pelayanan optimal

- a) Jumlah nasabah rata-rata dalam antrian

$$nq = \frac{\lambda \pi \left(\frac{\lambda}{\pi}\right)^s}{(s-1)(s\pi - \lambda)^2} p_0$$

$$= \frac{36 \cdot 2 \left(\frac{36}{2}\right)^5}{(5-1)(5 \cdot 30 - 36)^2} 0,277$$

$$= \frac{72 \times 1,88}{(4)(147)^2} 0,277$$

$$= \frac{135,36 \times 0,277}{1,176}$$

$$= \frac{37,49472}{1,176}$$

$$= 31,88 \text{ atau (32 orang)}$$

- b) Nasabah dalam sistem total

$$nt = nq + \frac{\lambda}{\pi}$$

$$= 31,88 + \frac{36}{30}$$

$$= 31,88 + 1,2$$

$$= 33,08 \text{ atau (33 orang)}$$

- c) Waktu rata-rata dalam antrian

$$tq = \frac{p_0}{\lambda s (s) [1 - (\lambda / s\pi)]^2} \left[\frac{\lambda}{\pi}\right]^2$$

$$= \frac{0,277}{36 \cdot 5 (5) [1 - (36 / 5 \cdot 30)]^2} \left[\frac{36}{30}\right]^2$$

$$= \frac{0,277}{180 \cdot 5 [1 - (\frac{36}{150})]^2} 1,2^2$$

$$\begin{aligned} &= \frac{0,277 \times 1,2^2}{900 [1-0,24]^2} \\ &= \frac{0,39888}{0,39888} \\ &= \frac{900 \times 0,5776}{0,39888} \\ &= 519,84 \end{aligned}$$

= 0,000767 jam  
= 3 menit

d) Waktu rata-rata dalam sisitem total

$$\begin{aligned} tt &= tq + \frac{1}{\pi} \\ &= 0,000767 + \frac{1}{30} \\ &= 0,000767 + 0,03333 \\ &= 0,034097 \text{ jam} \\ &= 2 \text{ menit} \end{aligned}$$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Sistem antrian yang di terapkan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 terbilang sudah bagus, dengan menggunakan sistem antrian Multiple Channel Query system atau M/M/s dimana terdapat lima teller yang melayani nasabah namun tahapan yang di lewati oleh nasabah untuk melakukan transaksi melalui teller hanya satu kali.
2. Hasil perhitungan kerja sistem antrian yang saat ini di terapkan Bank Sysriah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 dengan 5 teller terdapat lamanya waktu tunggu nasabah (Wq) dalam antrian yaitu 0,02777 jam atau 2 menit dan rata-rata jumlah nasabah dalam antrian terbanyak (Ls) sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan kinerja sistem antrian pada peroses transaksi Bank Syariah Indonsia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 sudah cukup optimal.
3. Sedangkan hasil dari perhitungan tingkat pelayanan optimal dapat di peroleh kinerja sistem antrian dengan hasil perhitungan yaitu, jumlah rata-rata nasabah dalam antrian (nq) 31,88 orang pada priode waktu 08.00-09.00, nasabah dalam sistem total 33,08 orang, waktu rata-rata dalam antrian 0,000767 dan waktu dalam sistem total 0,034097 atau 2 menit. Dengan demikian nasabah tidak terlalu lama dalam melaakukan transaksi

### Saran

1. Dari hasil penelitian sistem antrian yang di terapkan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 sudah lumayan baik, meskipun begitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 harus memaksimalkan kinerja para teller dengan lebih gesit melayani nasabah supayah waktu tunggu nasabah tidak terlalu lama serta bersikap lebih ramah untuk melayani nasaban, agar para nasabah merasa nyaman atas pelayanan yang di berikan.
2. Walaupun waktu tunggu yang ada saat ini pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S. Parman 1 sudah sesuai dengan standar waktu tunggu yang ada pada bank umumnya, seharusnya para teller tetap menjaga kesetabilan antrian apabila ada kendala atau masalah yang dihadapi oleh nasabah itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

Almahdy 2014. Prinsip-Prinsip Rset Operasi. Jakarta: Erlangga

- Bataona, Nyoko, Nursiani. 2020. Analisis Sistem Antrian Dalam Optimalisasi Layanan di Supermarket Hyperstore. Vol 12, No 2.
- Fahma Erida Nurrahmi dan Laksmi Pita W. 2012. Kajian Antrian Tipe (M/M/∞) Dengan Sistem Pelayanan Yang Lambat dan Pelanggan Yang Tidak Sabar Jurnal Teknik POMITS Vol.1, No.1
- Febriyantotyas S. Lantara. Tingkat Pelayanan Teller Dengan Teori Antrian pada Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Layanan Cinere.
- Gusferdiansyah dkk. 2017. Analisis Sistem Antrian Dalam Optimalisasi Sistem Pelayanan Kereta Api Purwosari dan Solo Balapan. Jurnal Gaussian Vol 4, No.3
- Irnas Friska Adiyani, dkk. 2017. Analisis Model Jumlah Kedatangan dan Waktu Pelayanan Pada Kasus TPPRISUP Dr. Kariadi Semarang.
- Indriyanti. 2018. Analisis Sistem Dalam Mengoptimalkan Pelayanan.
- Maryati. 2013. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Kakiay, Thomas J. 2004. Dasar Teori Antrian Untuk Kehidupan Nyata. Yogyakarta: Andi
- Maghfirah. dkk. 2019. Analisis Penerapan Sistem Antrian Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). Vol 3, No 2
- Noor Saif Muhammad Mussafi. 2015. Pemodelan Sistem Antrian Multi-Channel Jasa Teller Pada Bank Syariah Di Yogyakarta. Vol. 5 No.2
- Roos Nana Sucihati dan Rizky Gusferdiansyah. 2017. Analisis Sistem Antrian dan Optimalisasi Pelayanan Teller (Study Pada Bank BRI Kantor Cabang Sumbawa) Vol. 14 No 3.
- Serlina, Linda. 2018. Analisis Sistem Antrian Pelanggan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Bandar Lampung.
- Sholikhah. 2018. Analisis Sistem Antrian Pelayanan Nasabah
- Siyoto, Sandu. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

## Analysis Control Of Inventory Of Non Subsidy Fertilizer Merchandise With Economic Order Quantity (EOQ) Method In CV. Dohar Agro Mandiri

### Analisis Pengendalian persediaan Barang Dagang Pupuk Non Subsidi Dengan Metode Economic Order Quantity (EOQ) pada CV. Dohar Agro Mandiri

Ferza Dwianda Afrimarsa<sup>1)</sup>; Neri Susanti<sup>2)</sup>; Tito Irwanto<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Accounting Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup>[ferza12@gmail.com](mailto:ferza12@gmail.com)

#### How to Cite :

Afrimarsa F., Susanti. N., Irwanto. T. (2021). Analysis Control Of Inventory Of Non Subsidy Fertilizer Merchandise With Economic Order Quantity (EOQ) Method In CV. Dohar Agro Mandiri. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]  
Revised [10 Desember 2021]  
Accepted [28 Desember 2021]

#### KEYWORDS

:Economic Order Quantity (EOQ), Safety Stock (SS), Reorder Point(ROP)

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



#### ABSTRAK

Economic order quantity (EOQ) adalah model numerik yang menentukan jumlah barang yang harus diminta untuk memenuhi kebutuhan yang diperpanjang, dengan biaya persediaan yang terbatas. Jenis biaya untuk mempertahankan siklus bisnis adalah biaya kapasitas dan biaya permintaan. Alasan dilakukannya tinjauan ini adalah untuk mengkaji "Pemeriksaan Pengendalian Stok Produk pupuk Non subsidi Dengan Teknik Economic order quantity (EOQ) Pada CV. Dohar Agro Mandiri.

Pengadaan all out stock menggunakan teknik EOQ adalah 11.003 dengan menggunakan pengulangan pembelian beberapa kali. Dengan menggunakan strategi EOQ organisasi harus melakukan pemesanan ulang pada jam stok produk sebanyak 1.015 zak, dengan teknik EOQ stok terbesar yang harus dimiliki organisasi adalah 12.018 setiap harinya. Biaya stok absolut stok pupuk adalah 24.648 dalam istilah yang berbeda, kontrol stok menggunakan strategi EOQ dapat membantu organisasi dengan mencapai tingkat permintaan stok dan permintaan berulang yang ideal.

#### ABSTRACT

*Economic Order Quantity (EOQ) is a mathematical model that determines the number of items that must be ordered to meet the projected demand, with minimized inventory costs. The types of costs to run the business cycle are storage costs and ordering costs. The purpose of this research is to analyze "Analysis of Non-Subsidized Fertilizer Inventory Control with Economic Order Quantity (EOQ) Method at CV. Dohar Agro Mandiri.*

*The total inventory obtained using the EOQ method is 11,003 with a purchase frequency of 3 times. Using the EOQ method the company must reorder when the merchandise inventory is 1,015 zak, with the EOQ method the maximum inventory that the company must maintain is 12,018 per day. The total inventory cost of fertilizer*

*merchandise inventory is 24,648. In other words, inventory control using the EOQ method can help companies achieve an optimal level of inventory ordering and ordering frequency..*

## PENDAHULUAN

Persediaan ialah salah satu aspek berguna dalam kegiatan berusaha, baik industri dagang ataupun manufaktur. Persediaan merupakan aspek krusial pada suatu industri dagang sebab persediaan memastikan aktivitas pembedahan industri. Jumlah persediaan barang yang sangat besar maupun kecil hendak menyebabkan bermacam permasalahan. bersumber pada perihal tersebut, hingga diharapkan sesuatu sistem pengadaan barang dagang yang baik dimana permintaan barang dagang bergantung dari jumlah permintaan konsumen.

Pengendalian persediaan sangat berarti buat penuhi kebutuhan pelanggan, sistem pencatatan di persediaan hendak terus membagikan seberapa besarnya nilai stok pada persediaan benda dagang yang terdapat digudang buat tiap- tiap tipe pupuk, dalam proses pengukuran persediaan membutuhkan perencanaan yang matang dan wajib cermat biar dalam persediaan benda tidak memunculkan resiko- resiko, ialah semacam efek kelebihan benda dagang. Hingga butuh diadakan analisa persediaan minimum pada industri dan bisa mengenakan tata cara Economic Order Quantity (EOQ) saat sebelum melaksanakan pemesanan benda.

CV. Dohar Agro mandiri yakni salah satu dari sebagian Industri yang berkecimpung dibidang distributor pupuk Non Subsidi yang terletak pada Provinsi Bengkulu. di Industri Cv. Dohar Agro mandiri Pengelolaan informasi Persediaan pupuk non subsidi dikala ini memakai aplikasi microsoft excel yang terdiri dari tabel- tabel. Informasi yang sudah ditulis hendak di input ke microsoft excel jadi laporan Persediaan Pupuk Non Subsidi. Perihal ini menciptakan distributor pupuk bekerja 2 kali serta memakan waktu yg relatif lama buat mengenali data persediaan pupuk sehingga dinilai tidak efisien dan tidak efektif

## LANDASAN TEORI

### Persediaan

Handoko( 2015) mengatakan kalau persediaan( inventory) merupakan sesuatu sebutan universal yang menggambarkan seluruh suatu ataupun sumber daya- sumber daya organisasi yang ditaruh dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. dari teori ini penulis merumuskan persediaan maksudnya sesuatu sumber energi yang dapat ditaruh buat mengestimasi terdapatnya permintaan yang besar dari konsumen.

### Pengendalian persediaan

Penafsiran pengendalian persediaan bagi Rusdiana( 2014: 381) melaporkan kalau" Pengendalian persediaan maksudnya kegiatan mempertahankan jumlah persediaan pada tingkatan yang dihendaki". Tujuan dan Guna Pengendalian Persediaan:

1. Melindungi supaya jangan hingga industri kehilangan persediaan selaku dampaknya menimbulkan terhentinya kegiatan penciptaan.
2. Melindungi supaya pembuatan persediaan oleh organisasi tidak sangat besar ataupun berlebihan, sehingga bayaran yang terdapat tidak sangat besar.
3. Melindungi biar pembelian secara kecil- kecilan bisa dihindari sebab ini hendak berdampak bayaran pemesanan terus menjadi besar.

### Economic Order Quantity (EOQ)

Pengertian pengendalian persediaan sebagaimana ditunjukkan oleh Rusdiana (2014:381) menyatakan bahwa "Pengendalian persediaan mengandung arti tindakan menjaga agar persediaan

tetap pada tingkat yang ideal". Target dan Kapasitas Kontrol Stok:

1. Berhati-hatilah agar organisasi tidak kehabisan stok karena menyebabkan berakhirnya latihan pembuatan.
2. Menjaga agar pengembangan stok oleh asosiasi tidak terlalu besar atau tidak wajar, sehingga pengeluaran saat ini tidak terlalu besar.
3. Menahan pembelian dalam skala terbatas dapat dihindari karena hal ini akan menimbulkan biaya permintaan yang lebih tinggi.

$$EOQ \text{ atau } Q^* = \frac{\sqrt{2 \cdot D \cdot S}}{H}$$

Dimana:

- Q = Jumlah unit per pesanan
- Q\* = Jumlah optimum unit per pesanan
- D = Penggunaan atau permintaan tahunan dalam unit
- S = Biaya pemesanan untuk setiap pesanan
- H = Biaya penyimpanan per unit per tahun

Manfaat Jumlah Permintaan Keuangan (EOQ):

1. Batas Squander dan Tidak Tersedia
2. Bantuan instance Berbagai Item

Kekurangan Jumlah Permintaan Keuangan (EOQ):

1. Pengukur nilai yang konsisten, Ide ini bergantung pada pengukur bahwa minat terhadap barang tersebut akan stabil secara konsisten.
2. Pada saat Conveyance Orders bisa berbeda, ide ini mengharapkan stok akan diperbarui dalam sekali jalan dari waktu ke waktu. Buy Recurrence.

Perulangan permintaan seperti yang diungkapkan oleh Deanta dalam Rifqi (2012:40) dapat dibentuk sebagai berikut:

$$I = \frac{D}{EOQ}$$

Keterangan:

- I = frekuensi pembelian dalam satu tahun
- D=jumlah kebutuhan bahan baku selama satu tahun
- EOQ = jumlah pembelian bahan sekali pesan

### Persediaan Pengaman (Safety Stock)

Menurut gambaran Irham Fahmi (2016:121) persediaan kesejahteraan berarti kemampuan organisasi untuk mengatur kondisi persediaan yang selalu terlindungi atau penuh dengan keamanan dengan harapan perusahaan tidak akan pernah mengalami kekurangan persediaan. dapat dirinci sebagai berikut:

SS = Rata-rata Keterlambatan barang x Kebutuhan barang dagang per hari

### Titik Pemesanan Kembali atau Reorder Point (ROP)

Seperti yang ditunjukkan oleh Heizer, Render (2015: 98), "reorder point (ROP) adalah titik atau cutoff dari ukuran stok yang dapat diakses pada saat di mana pesanan harus dipertahankan. Untuk menentukan titik pemesanan ulang dapat ditentukan menggunakan yang menyertainya. Rumusnya sebagai berikut:

$$ROP = d \times L$$

Keterangan:

- ROP : titik pemesanan kembali
- D : Kebutuhan barang dagang perhari

L: waktu tunggu pesanan baru dalam hari

### Total Biaya Persediaan atau Total Inventory Cost (TIC)

untuk mengetahui berapa biaya absolut persediaan yang terdiri dari biaya pembelian bahan mentah, biaya permintaan komponen mentah, dan biaya kapasitas. persamaannya adalah:

$$TIC = \left(\frac{D}{Q}S\right) + \frac{Q^*}{2}H$$

Keterangan:

Q\*= jumlah barang setiappemesanan

D= Permintaan tahunan barang persediaan, dalam unit

S= biaya pemesanan untuk setiap pemesanan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis eksplorasi serupa dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Strategi logis yang digunakan adalah teknik yang relatif jelas.Strategi yang berbeda adalah jenis eksplorasi yang ditujukan untuk menggambarkan latihan terus menerus. Teknik pemilahan informasi adalah sebagai berikut::

1. Studi dokumen
2. Dokumentasi
3. Wawancara (*Interview*)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari tabel 1. di bawah diketahui bahwa perolehan all out stock yang diselesaikan menggunakan teknik EOQ adalah 11.003 dengan menggunakan pengulangan pembelian beberapa kali. Dalam keadaan organisasi yang sebenarnya, organisasi tidak menyimpulkan ukuran safetystockdan reorder point, sedangkan pada teknik EOQ, organisasi wajib memberikan safetystock dan reorder point. seperti yang ditunjukkan oleh hasil perhitungan, diketahui ukuran safety stock yang dibutuhkan Cv. Dohar Agro Mandiri hanya sekitar 609 zak.

Tabel 1. All Out Stok

NO.	KETERANGAN	METODE EOQ
1	Pemesanan barang dagang optimal	11.003
2	Frekuensi Pesanan Optimal	3
3	Persediaan pengaman	609
4	Pemesanan kembali	1.015
5	Penentuan persediaan maksimum	12.018
	<b>Total Biaya persediaan</b>	<b>24.648</b>

Dengan adanya safety stockakan sangat mempengaruhi usaha organisasi untuk mengikuti kelancaran proses usaha. Jika perusahaan sedang mempertimbangkan pilihan untuk mendapatkan stok kesejahteraan.Organisasi dapat menghindari bahaya kehabisan produk dengan asumsi ada masalah yang dapat mengambil langkah untuk mengganggu siklus bisnis, misalnya kekurangan produk atau penyedia terlambat menyampaikan permintaan stok.dengan memanfaatkan teknik EOQ organisasi diharuskan mengajukan permintaan kembali saat stok produk 1.015 zak. Artinya ketika stok produk benar-benar habis, susunan produk yang telah diminta selama 3 hari terakhir telah muncul di pusat distribusi sehingga interaksi bisnis tidak perlu berhenti karena penangguhan di penyedia yang menyampaikan pesanan barang dagangan menggunakan Dalam teknik EOQ, stok

terbesar yang harus dimiliki organisasi adalah sebanyak 12.018 per hari. Stok terbesar harus dimanfaatkan sebagai kontrol stok di Cv. Dohar Agro Mandiri karena dengan stok paling ekstrim perusahaan dapat menangani stok produk sehingga tidak ada penumpukan barang di gudang. Total biaya stok menggunakan teknik EOQ dapat dilihat bahwa total biaya stok kompos adalah 24.648 menggunakan istilah yang berbeda kontrol stok dengan strategi EOQ dapat membantu organisasi mencapai tingkat permintaan stok dan pengulangan permintaan yang ideal, bergabung dengan stok keamanan, fokus pemesanan ulang (reorder point) dan stok paling ekstrim (stok terbesar) yang dapat sangat mempengaruhi upaya organisasi untuk membatasi pengeluaran stok produk

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Pengujian Hipotesis**

- a. Uji t  
Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh atau independen secara parsial/ masing-masing mempengaruhi variabel terpengaruh atau dependen. pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.
- b. Uji F  
Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh/ independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terpengaruh/ dependen

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh motivasi dan kepuasan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT. Empat Lawang Agro Perkasa di Kabupaten Empat Lawang. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda (Lampiran 5) dijelaskan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.501	5.900		.254	.801
	Motivasi kerja	.380	.157	.360	2.424	.021
	Kepuasan kerja	.603	.185	.484	3.258	.003

a. Dependent Variable: Produktivitas kerja  
Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Dari hasil Tabel 2 koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linier berganda. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang berada pada kolom B (koefisien). Standar persamaan regresi linier berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 1,501 + 0,380X_1 + 0,603 X_2 + 5,900$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 1,501 mempunyai arti bahwa apabila variabel Motivasi (X1) dan kepuasan kerja (X2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel produktivitas kerja (Y) akan tetap sebesar 1,501.
2. Pengaruh Motivasi (X1) terhadap produktivitas kerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X1 (Motivasi) adalah sebesar 0,380, dengan asumsi apabila X1 (Motivasi) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Produktivitas kerja) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,380.
3. Pengaruh Kepuasan kerja (X2) terhadap Produktivitas kerja (Y). Nilai koefisien regresi variabel X2 (kepuasan kerja) adalah sebesar 0,603, dengan asumsi apabila X2 (kepuasan kerja) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (produktivitas kerja) akan mengalami peningkatan sebesar 0,603.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Jika Anda menggunakan strategi EOQ, Anda dapat menghindari bahaya kehabisan produk karena perusahaan menentukan jumlah persediaan keamanan dan titik pemesanan kembali di mana hal ini akan sangat mempengaruhi upaya perusahaan untuk mengikutinya. proses transaksi yang lancar, seperti halnya stok organisasi yang paling ekstrem. dapat menangani stok barang dagangan sehingga tidak terjadi agregasi produk di pusat distribusi.

### Saran

1. Bagi organisasi, konsekuensi dari review ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pemikiran bagi organisasi untuk meningkatkan inventory.
2. Bagi para spesialis masa depan, apa yang akan terjadi dalam eksplorasi ini dapat dijadikan semacam perspektif dan tolak ukur untuk pemeriksaan total di masa mendatang.
3. Bagi kalangan perguruan tinggi, ujian ini dapat dijadikan sebagai tambahan eksplorasi baru dengan memanfaatkan strategi EOQ.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 2012. Manajemen Produksi: Perencanaan Sistem Produksi. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Akbar, Muhammad. 2018. Analisis Persediaan Barang Dagang Menggunakan Metode EOQ (Economic Order Quantity) Pada PT. Mulia Prima Sentosa. Skripsi. Medan: Universitas Medan Area
- Assauri, Sofyan. 2010. Manajemen Pemasaran. edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit : Raja Grafindo, Jakarta.
- A. Rusdiana M, & Moch. Irfan, S. M. 2014. Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Pustaka Setia..
- Fahmi, I. 2016. Manajemen Produksi Dan Operasi. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Fajrin, Eldwidho Hanarista. 2015. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Pada Perusahaan Roti Bonansa. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Handoko, T. Hani, 2015. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi I. BPFE Yogyakarta.
- Heizer, Jay dan Barry, Render. 2015. Operations Management: Manajemen Operasi. Buku 2. Edisi Kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy. 2015. Manajemen Operasi. Edisi Ketiga, Jakarta: Grafindo.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2015. Standar Akuntansi Keuangan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2013. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.

- Manahan P, Tampubolon. 2018. Manajemen Operasi dan Rantai Pemasok. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Martono, Ricky Virona. 2018. Manajemen Operasi Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. Sistem Akuntansi. Yogyakarta: Salemba Empat..
- Rifqi, Latif Hanafi. 2012. Efisiensi Biaya Pengendalian Bahan Baku Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Pada PT. Sari Warna Asli V Kudus. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.
- Slamet, Achmad. 2010. Penganggaran Perencanaan dan Pengendalian Usaha. Semarang: UNNES PRESS.
- Stice. 2011. Akuntansi Keuangan Intermediate Accounting, Edisi Keenambelas. Diterjemahkan oleh Ali Akbar, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CAPS
- Sumayang, Lalu. 2010. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: Salemba Empat
- Syamsuddin. 2009. Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

# Implementation of E-Business Strategy to Increase Competitive Advantage (Case Study At PT. Airasia Indonesia)

## Penerapan Strategi E-Business untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus pada PT. Airasia Indonesia)

Sophia Rahmadhani<sup>1)</sup>; Anggita Rizki<sup>2)</sup>; Ahmad Ihsan Fiqih Siregar<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [Sophiarahmadhani68@gmail.com](mailto:Sophiarahmadhani68@gmail.com); <sup>2)</sup> [Gitarizzkia@gmail.com](mailto:Gitarizzkia@gmail.com); <sup>2)</sup> [FiqihSiregar20@gmail.com](mailto:FiqihSiregar20@gmail.com) <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Rahmadhani, S., Rizki, A., Siregar, A. I. F., Nurbaiti. (2021). Implementation of E-Business Strategy to Increase Competitive Advantage (Case Study At PT. Airasia Indonesia). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

### KEYWORDS

*E-bussines, Application of E-Bussiness, Air asia*

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



### ABSTRAK

E-business adalah penggunaan Internet dan jaringan lain serta teknologi informasi untuk memfasilitasi proses perdagangan elektronik, kerjasama bisnis dan komunikasi, dan aktivitas bisnis di web. Dengan kata lain, E-business memiliki cakupan yang lebih luas dari pada e-commerce. AirAsia adalah salah satu perusahaan penerbangan yang menggunakan penerapan e-business dalam core business function. Melalui <http://www.airasia.com> pelanggan hanya perlu mengunjungi website dari AirAsia.com untuk memesan tiket pesawat, bahkan memesan hotel dan berbagai paket menarik yang ditawarkan oleh AirAsia.com. E-business yang diterapkan oleh AirAsia termasuk dalam aplikasi B2C (Business-to-Consumer), yang bertujuan untuk konsumen dapat langsung menghubungi perusahaan tanpa melalui perantara. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan e-business pada PT AirAsia Indonesia, dan Apa langkah/perkembangan kedepan yang diajukan perusahaan AirAsia agar fungsi e-business dapat terus berkembang dan menjadikan perusahaan AirAsia semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui e-business yang diterapkan oleh PT AirAsia Indonesia dan Alternatif pengembangan e-business untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Metode yang digunakan untuk menulis artikel ini adalah penelitian kepustakaan. Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif AirAsia menggunakan sistem CRM yang berguna untuk mengetahui kebutuhan dan perilaku perubahan oleh konsumen.

### ABSTRACT

*E-business is the use of the Internet and other networks and information technology to facilitate the process of electronic commerce, business cooperation and communication, and business activities on the web. In other words, E-business has a wider scope than e-commerce AirAsia is one of the airlines that uses e-business implementation in its core business functions. Through <http://www.airasia.com> customers only need to visit the website from AirAsia.com to book airline tickets, even to book hotels and various attractive packages offered by AirAsia.com. E-business implemented by AirAsia is included in the B2C (Business-to-Consumer) application, which aims for consumers to directly contact the company without going through intermediaries. The focus of the problem in this research is how to implement e-business at PT AirAsia Indonesia, and what*

*future steps/developments are proposed by the AirAsia company so that the e-business function can continue to grow and make the AirAsia company more competitive. This study aims to determine the e-business implemented by PT AirAsia Indonesia and alternative e-business development to increase competitive advantage. The method used to write this article is library research. To increase the competitive advantage AirAsia uses a CRM system that is useful for knowing the needs and behavior of changes by consumers.*

## PENDAHULUAN

Saat ini, dunia komersial tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia komersial untuk dapat mengirimkan barang dan jasa secara cepat sesuai dengan permintaan konsumen. Transaksi internet ini lebih dikenal dengan istilah dusen. Pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia membuat e-commerce semakin dibutuhkan oleh perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya.

Penerapan e-business di AirAsia membawa berbagai manfaat tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi pelanggan. Sistem yang digunakan sebagai POS (POS) disebut Global Distribution System (GDS). GDS memiliki antarmuka dalam bentuk GUI (Graphical User Interface) yang berhadapan langsung dengan pelanggan. Ketika pelanggan berinteraksi dengan sistem melalui GUI, sistem dapat melakukan proses real-time back office, termasuk verifikasi, persetujuan, dan verifikasi, dan akhirnya memberikan pelanggan bukti dari suatu tiket.

Dengan adanya liberalisasi, otomatis akan terjadi persaingan yang sangat ketat antar maskapai, sehingga maskapai dituntut untuk selalu mengambil langkah-langkah penghematan biaya bagi maskapai. Perusahaan penerbangan memang akan selalu dituntut untuk melakukan inovasi demi kemajuan perusahaan. Oleh karena itu ditengah persaingan yang kompetitif manajemen maskapai penerbangan harus terus diperbaiki tak hanya untuk kemajuan perusahaan tapi juga untuk pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan (Maskapai wordpress 2008)

Keberhasilan AirAsia dalam menjaga kualitas maskapai dengan menggunakan e-business sebagai core business model untuk menjadi bukti bahwa teknologi dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis di pasar penerbangan di Asia khususnya Asia Tenggara karena Persaingan di pasar bebas sangat ketat.

## LANDASAN TEORI

### Profil perusahaan AirAsia

AirAsia merupakan maskapai penerbangan terdepan di Asia yang dibangun berdasarkan ini impian untuk memungkinkan Semua orang dapat menikmati layanan penerbangan. Air Asia pada awalnya dimiliki oleh DRB-HICOM milik pemerintah Malaysia. Namun maskapai ini memiliki beban yang berat dan akhirnya dibeli oleh mantan eksekutif time Warner Tony Fernandes dengan harga simbolik 1 ringgit pada 2 Desember 2001.

Tony Fernandes adalah orang yang terkenal di industri rekaman musik di Malaysia saat itu dia menjabat sebagai wakil presiden time Warner music Suth-East Asia tanggal 8 Desember 2001, melalui perusahaan yang dia danain vestornya didirikan, Tune Air, Tony Fernandes mengambil alih Air Asia dari DRB-Hicom sebesar 1 ringgit Malaysia (saat itu Rp. 2.509,-), bersama 2 pesawat Boeing 737-300, jaringan rute kecil dan mempunyai utang hampir Rp 100 milyar.

Keputusan ini mengundang banyak pihak pesimis dan mengatakan bahwa Tony Fernandes benar-benar gila. Salah satu Alasannya karena peluang bisnisnya yang tumbuh sangat besar berbekal semangat dan keyakinan yang dijalankan Tony Fernandes perlahan-lahan dapat mengubah perusahaan tersebut dan mulai menghasilkan keuntungan di tahun 2002 pemasukan Air Asia pada bulan Desember 2002 mencapai 285,5 miliar ar ar keuntungan Rp 48,5 milyar penumpang yang diangkut mencapai 1,1 juta orang dan neraca perusahaan stabil.

AirAsia terus melakukan ekspansi setelah menjadikan Bandara Internasional Kuala Lumpur sebagai pusat operasional pada 2003 di dibukalah pangkalan kedua di bandara senai Johor Bahru derat Singapura dan AirAsia melakukan penerbangan internasional ke Thailand sejak itu dibukalah Thai AirAsia hasil kerja sama bisnis dengan Shin Corporation. Thai AirAsia terbang dri bandara don Mueang Bangkok ke Kuala Lumpur pada penerbangan pertamanya dan disusul penerbangan ke Singapore dari Bangkok. Selama lima bulan sampai dengan 30 Juni 2004.

Di Indonesia juga terdapat perusahaan AirAsia yang didirikan pada tanggal 8 Desember 2004. yaitu Indonesia AirAsia yang sebelumnya bernama AWAIR. Dengan penerbangan dari Jakarta ke Yogyakarta Denpasar untuk tujuan lokal dan dari Surabaya ke Medan untuk rute domestik lainnya selain itu penerbangan dilakukan Keluar Indonesia melalui kota-kota besar seperti Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Balikpapan, dan Makassar. AWAIR sendiri didirikan pada september 1999 dan karena terbebani utang akhirnya berhenti beroperasi pada Maret 2002 Tony Fernandes mengambil AWAIR hanya sebesar USD 2. mulai 1 Desember 2005 berganti nama menjadi Indonesia AirAsia dan memperoleh kesempatan untuk memanfaatkan pasar penerbangan di Indonesia dengan populasi penduduk lebih dari 200 juta orang.

### **E-Business menurut Para Ahli**

1. E-Business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. (Sid L. Huff, dkk. 2000. Cases in Electronic Commerce. McGraw-Hill)
2. Menurut Kalakota dan Robinson (Kalakota, 2001) menuliskan bahwa E-Business adalah sebuah paduan yang kompleks antara proses-proses bisnis, aplikasi-aplikasi perusahaan dan beberapa struktur organisasi yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu model bisnis yang memiliki performansi yang jauh lebih baik dari keadaan sebelumnya.
3. E-Business adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. (Steven Alter. Information System: Foundation of E-Business. Prentice Hall. 2002). Pajak menurut Undang – Undang Nomor 16 Tahun 2009, Pasal 1 ayat (1) Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi ataubadan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang–Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagisebesar–besarnya kemakmuran rakyat.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan untuk menulis artikel ini adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah metode penelitian dengan mempelajari jurnal, buku, artikel, esai, dan referensi yang berkaitan dengan judul tulisan yang bersangkutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Customer Relation Management**

CRM adalah strategi dan proses yang komprehensif untuk menarik, mempertahankan, dan bermitra dengan pelanggan untuk menciptakan nilai positif bagi perusahaan dan pelanggannya. AirAsia berkomitmen untuk mengembangkan cara baru untuk menambah pelanggan dan mempertahankan pelanggan tetap. Fokus pelanggan akan berkontribusi pada realisasi nilai-nilai positif AirAsia. Penerapan manajemen hubungan pelanggan akan menjadi salah satu area aplikasi strategis di mana perusahaan dapat fokus untuk mencapai nilai tinggi bagi pemegang saham dan

pelanggan. Air Asia menggunakan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan sistem pengukuran kinerja.

Air Asia memiliki sistem CRM yang efisien untuk menangani rute yang terbukti menguntungkan, yaitu dari Malaysia ke Singapura. Alhasil, Air Asia meningkatkan jumlah penerbangan dari Malaysia ke Singapura dengan tujuan membantu mempertahankan . Selain itu, CRM juga dapat menganalisis kebiasaan membeli pelanggan. Dari situ, Air Asia dapat meningkatkan jumlah penerbangan, jumlah kursi, dan menawarkan paket layanan, hotel, dan insentif lainnya di destinasi wisata. Selain itu, pelanggan menerima informasi seperti pemandu wisata dan destinasi yang disarankan melalui SMS dan email. Upaya ini dapat membantu perusahaan mendapatkan lebih banyak prospek dengan mencocokkan CRM. Hasilnya, Air Asia berhasil memastikan bahwa siklus CRM pertama memiliki dampak besar pada seluruh siklus hidup rantai bisnis RM. , Aplikasi CRM sangat membantu dalam memberikan bisnis dengan pengetahuan tentang kebutuhan dan perilaku konsumen yang berkembang, di mana pengetahuan ini sangat penting untuk dapat melayani mereka dengan lebih baik (Haag & Cummings, 2008).

Aplikasi CRM memungkinkan analisis kontak konsumen sehingga AirAsia dapat mengelola dan memperbarui catatan pelanggan secara elektronik. Integrasi CRM dengan WEB dilakukan pada halaman Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ) yang memungkinkan Anda untuk memperbarui jawaban Anda secara online terkait dengan layanan mereka, seperti pemesanan, pembayaran online, dll. Aplikasi CRM mengurangi biaya operasional karena mereka menggunakan email atau web untuk menangani pertanyaan pelanggan, bukan pusat panggilan. Selanjutnya, fungsi keanggotaan di mana anggota Air Asia akan menerima informasi awal dari konsumen lain tentang promosi, berita, dll., dan informasi yang diberikan didukung dengan aman oleh departemen Air Asia (Lias et al., 2009).

#### Manfaat dari Customer Relationship Management (CRM)

1. Hemat biaya
2. Peningkatan kepuasan pelanggan
3. Peningkatan basis pelanggan
4. Meningkatkan strategi pemasaran dan informasi pesaing
5. memberikan manfaat jangka panjang dan berkelanjutan.

AirAsia juga menawarkan kemudahan yang luar biasa dalam hal layanan pelanggan termasuk layanan HEBAT atau frequent flyer untuk pelanggan setia AirAsia. Dan karena AirAsia memahami bahwa sangat merepotkan jika bagasi Anda tidak sampai di tempat tujuan, maka disediakan "layanan pelacakan bagasi online".) merupakan nilai tambah bagi pelanggannya.

Penerapan e-bisnis di Air Asia memberikan manfaat berikut baik bagi perusahaan maupun pelanggan dan mitranya:

- a. AirAsia.com kini memberikan kemudahan dan efisiensi bagi pelanggan dalam memesan tiket. Penjualan tiket meningkat karena sistem e-tiket lebih efisien untuk diterapkan, karena pengguna yang sudah dekat dengan Internet lebih memilih untuk memesan tiket secara online daripada biasanya.
- b. Nama perusahaan yang semakin dikenal masyarakat luas berkat pemasaran online (citra AirAsia, maskapai regional dan internasional yang sangat murah).
- c. AirAsia dapat mencapai profitabilitas
- d. Memiliki sistem informasi yang baik memudahkan Partner untuk mendukung operasional airAsia.

#### Supply Chain Management dan Enterprise Resource Planning

Daya Perusahaan Sistem ERP adalah sistem informasi untuk mengintegrasikan data dari berbagai fungsi organisasi seperti perencanaan, manufaktur, entri pesanan, manajemen inventaris, dll. (Oz. 2008). Pencatatan transaksi operasional harian, rantai pasokan Hemat manajemen dan biaya operasional Meningkatkan kinerja operasional menjadi lebih efisien (Bernama, 2005)

AirAsia bekerja sama dengan Merlot Aero dalam sistem manajemen operasinya. Merlot Aero adalah perusahaan perangkat lunak yang berbasis di Selandia Baru dengan pengalaman 50 tahun dalam desain, pengembangan, dan pengiriman perangkat lunak inovatif untuk sektor penerbangan. Sistem MerlotAero mengoptimalkan penggunaan pesawat dan kru. Ini semakin meningkatkan produktivitas pada waktu yang tepat dan meminimalkan biaya. Sistem ini mengelola informasi layanan dan penerbangan secara real time untuk semua media AirAsia, konsumen, bandara, dan layanan pendukung yang tersedia di seluruh jaringan global AirAsia.

### **Commerce dan Marketing**

AirAsia menggunakan sistem e-ticketing dalam bisnis e-commerce-nya. Tiket elektronik merupakan implementasi B2C (Business to Consumer) yang memungkinkan pemilik bisnis dan konsumen berinteraksi secara langsung. Sistem ini memungkinkan calon penumpang untuk memesan tiket melalui media elektronik di Internet. AirAsia juga menggunakan pemasaran email ketika perusahaannya memasarkan melalui Internet. Dengan AirAsia.com, pelanggan cukup mengakses website di AirAsia.com untuk memesan tiket pesawat.

### **Production, Manufacture and Repair**

Selama perbaikan Air Asia seperti MaintenanceByTheHour (MBHTM), Air Asia bermitra dengan ST Aerospace untuk mengelola perbaikan armada A320 Anda. ST Aerospace telah menjadi mitra Air Asia selama 10 tahun dan secara konsisten memberikan layanan perawatan, perbaikan, dan overhaul yang berkualitas tinggi dan hemat biaya.

### **Human Resource Management**

Perusahaan Air Asia tidak memiliki e-business sebanyak maskapai lain. Air Asia menggunakan e-business untuk merekrut karyawan dengan memasang iklan lowongan kerja di situs webnya yang disebut AirAsia Careers, yang dapat ditemukan di halaman Karir. Calon karyawan harus mengklik sistem yang disebut LinkedIn untuk menanyakan tentang lowongan yang saat ini dibuka oleh AirAsia. Di sini, di situs web Anda akan menemukan deskripsi dan pembaruan lowongan karyawan AirAsia terbaru. Di website tersebut, calon karyawan dapat melihat keuntungan menjadi karyawan AirAsia.

Rekrutmen pilot AirAsia dilakukan bekerja sama dengan Bali International Flying Academy (BIFA). Beberapa siswa memiliki kontrak kerja dengan AirAsia yang memungkinkan mereka untuk bergabung dengan AirAsia segera setelah lulus. Siswa akan mendapatkan kurikulum pendidikan dan pelatihan dengan simulasi berstandar internasional selama 4648 minggu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Air Asia adalah maskapai milik pemerintah Malaysia DRBHICOM yang bangkrut dan kemudian dijual kepada Tony Fernandez dengan harga simbolis 1RM. Sisa utang 100 miliar bisa dilunasi dan ada kemajuan pesat dengan sistem LCC atau Low-cost Carrier. Perkembangan zaman yang semakin bergantung pada teknologi membuat banyak perusahaan aktif di dunia internet. Seiring bertambahnya usia, mereka disebut e-business, dan e-commerce.

Air Asia adalah salah satu dari banyak perusahaan yang juga mengandalkan perangkat elektronik dalam semua transaksi bisnisnya. Divisi Korporasi Air Asia Corporation menggunakan e-commerce dan e-commerce untuk mendukung fungsi bisnisnya. Dalam CRM atau Customer Relationship Management, terdapat fungsi web yang telah terintegrasi dengan sistem informasi CRM, aplikasi CRM sangat membantu dalam memberikan bisnis dengan pengetahuan tentang kebutuhan mereka dan perilaku Konsumen yang terus berubah, di mana pengetahuan ini mungkin lebih baik untuk mereka.

## Saran

Kami berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan apa yang diharapkan oleh penulis adalah Perusahaan AirAsia dapat bersaing dengan perusahaan penerbangan lainnya dengan strategi e-business yang dimilikinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri Kristanto. 2007. Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya. PenerbitGaya Media.Klaten.
- Artikel NonPersonal.14 Agustus 2013.Internet, Wikipedia Bahasa Indonesia. <http://id.wikipedia.org/wiki/E-business>. Diakses 10 Maret 2014.
- Artikel Non Personal. 21 Oktober 2013. Sistem Informasi, Wikipedia Bahasa Indonesia. [http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem\\_informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi). diakses 18 Februari2014.
- Artikel Non Personal. 21 Oktober 2013. Sistem Informasi, Wikipedia Bahasa Indonesia. [http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem\\_informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi). diakses 1Februari2014.
- Alter, Steven. 2002. Information System: Business Process and The Value Chain.Prentice Hall
- Air Asia.2012. Anuual Report Air Asia 2012. [diunduh 2014 Februari 14].Tersedia pada: [diunduh 2014 Februari 14]. Tersedia pada:<http://maskapai.wordpress.com/2008/11/20/sistem-informasi-manajemen-transportasi-udara-2/>.
- [Anonim].(2008). "Sistem informasi manajemen pada transportasiudara".[Internet]. [diunduh 2014 Februari 14]. Tersedia pada:<http://maskapai.wordpress.com/2008/11/20/sistem-informasi-manajemen-transportasi-udara-2>
- [Anonim].(2008). "Cara mendapatkan tiket AirAsia".[Internet]. [diunduh 2014Maret 07]. Tersedia pada:<http://imbalo.wordpress.com/2008/09/20/air-asia-jpg>
- Haag, S., M. Cummings., D. J. McCubbrey. (2008). Management InformationSystem for The Information Age. New York, USA: Mc Graw Hill.
- Huff, Sid L. 2000.Cases in Electronic Commerce.McGraw-Hill.
- Jogiyanto H.M. (2005:1), Analisis dan Desain Informasi, Andi. Yogyakarta.
- Muktingrum. 2012. "Keterkaitan sistem informasi dengan ebuiness". [Internet]. [diunduh 2014 Maret 07]. Tersedia pada : <http://blog.pasca.gunadarma.ac.id/2012/04026/keterkaitan-sistem-informasi-dengan-e-business-e-commerce>.
- Stoole, Christoper. 2000. Ebusiness - Just What is It?. [Online] Available : <http://ebusiness.about.com/industry>. [2014, March 10] Samantha Shurety.1999. E-business with Net. Commerce. Prentice Hall.

# The Effect of Service and Location on Customer Satisfaction at the Andespar Manna Store, South Bengkulu

## Pengaruh Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan

Eensi Nurye Friza <sup>1)</sup>; Sulisti Afriani <sup>2)</sup> ; Nurzam<sup>2)</sup>

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

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

Email: [enuryefriza@gmail.com](mailto:enuryefriza@gmail.com)

### How to Cite :

Nurye Friza E. (2021). The Influence Of Location And Quality Of Service On Customer Satisfaction At Solo Eating House Jalan Lintas Manna Bengkulu EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v2i3>

### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

### KEYWORDS

*Service Effect, Location, Customer Satisfaction*

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



### ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan. Sampel dalam penelitian sebanyak 33 orang penjahit di Bengkulu Selatan yang berbelanja alat jahit dan dasar pada Toko Andespar 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 regresi berganda menunjukkan persamaan  $Y = 10,878 + 0,444X_1 + 0,364X_2 + 3,784$  arah regresi yang dihasilkan adalah positif sehingga mengandung arti bahwa semakin meningkat variabel pelayanan dan lokasi maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,852. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (pelayanan) dan  $X_2$  (lokasi) memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 85,2 % sedangkan sisanya 14,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil uji t memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa  $X_1$  (pelayanan) dan  $X_2$  (lokasi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial atau sendiri-sendiri. Hasil uji F memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama  $X_1$  (pelayanan) dan  $X_2$  (lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of service and location on customer satisfaction at the Andespar Manna Bengkulu Selatan Shop. The sampling technique is accidental sampling technique. The data was collected using a questionnaire and the analytical methods used were multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. Multiple regression results*

*show the equation  $Y = 10.878 + 0.444X_1 + 0.364 X_2 + 3.784$  The resulting regression direction is positive, meaning that the more service and location variables increase, the customer satisfaction will also increase. The coefficient of determination value is 0.852. This means that  $X_1$  (service) and  $X_2$  (location) have a contribution to customer satisfaction ( $Y$ ) of 85.2%, while the remaining 14.8% is influenced by other variables not examined in this study. Overall, the results of the t-test have a significant value less than 0.05, so it can be interpreted that  $X_1$  (service) and  $X_2$  (location) have a significant influence on customer satisfaction ( $Y$ ) partially or individually. The results of the F test have a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Because the significance level below 0.05 indicates that together  $X_1$  (service) and  $X_2$  (location) have a significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ).*

## PENDAHULUAN

Perekonomian dunia saat ini memudahkan para pelaku usaha untuk menunjukkan kapasitas seriusnya dalam dunia usaha, dengan perekonomian dunia ini akan semakin mempertimbangkan kerjasama pertukaran antar lokal di seluruh Wilayah Bengkulu, ini merupakan kesempatan yang luar biasa bagi individu yang dapat memanfaatkannya, dengan pertukaran antar daerah Hal ini memungkinkan peningkatan pendapatan bagi organisasi, memenuhi kebutuhan di Sustenance City serta dengan pertukaran dunia juga siap untuk membangun kegunaan organisasi dengan memperluas permintaan di luar Bengkulu Selatan.

Iklan di Rezim Bengkulu Selatan jelas juga akan mempengaruhi kenaikan gaji, tetapi ini juga merupakan bahaya besar bagi perusahaan yang tidak dapat memanfaatkan situasi keuangan global ini, dengan perusahaan asing memasuki wilayah dengan kualitas yang lebih baik daripada kualitas perusahaan. Di Bengkulu Selatan, hal ini tentu akan menjadi cambukan bagi organisasi-organisasi di Kota Bengkulu.

Melihat besarnya peluang dan bahaya yang disajikan oleh organisasi, organisasi harus bekerja pada sifat baik dari sifat barang atau administrasi yang diberikan, untuk memiliki pilihan untuk memanfaatkan jeda keberuntungan yang ada dan mengurangi tingkat keuntungan. Bahayanya, karena tidak dapat dipungkiri bahwa selain kualitas barang, kualitas administrasi juga mempengaruhi organisasi agar tetap ekonomis. dicari, dengan alasan bahwa dengan bantuan yang luar biasa dapat menawarkan manfaat tambahan bagi organisasi.

Dengan bantuan yang besar akan mempererat hubungan antara organisasi dan tamu, sehingga akan membuat hubungan antara keduanya, sehingga pemilik toko akan tahu apa tahap selanjutnya untuk mengembangkan administrasi yang dirasa kurang ideal. dan tamu akan lebih terpenuhi.

Bantuan besar akan sangat mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan asumsi klien senang dengan administrasi yang diberikan, klien akan membuat tujuan pembelian pada klien. administrasi merupakan komponen yang signifikan, sedangkan faktor yang termasuk adalah bukti nyata (substansial), kualitas yang teguh (ketergantungan), (daya tanggap), penegasan (konfirmasi), dan simpati (kasih sayang). (Tjiptono, 2016:198)

Ide dasar administrasi adalah sekelompok penggambaran barang yang dapat mendorong loyalitas konsumen dan dapat meningkatkan nilai tambah suatu barang. Loyalitas konsumen adalah kondisi klien yang terpenuhi atau tidak puas setelah terpenuhinya keinginan dan asumsi atas menu, biaya, kantor dan administrasi yang diberikan. Klien akan merasa terpenuhi dengan asumsi keinginan dan asumsi yang didapat terpenuhi, pada kenyataannya pembeli akan merasa tidak puas jika keinginan dan asumsi yang didapat belum terpenuhi. Dengan cara ini, restoran yang perlu

mendominasi dalam membuat loyalitas konsumen harus memiliki pilihan untuk fokus pada variabel yang mempengaruhinya.

Andespar adalah toko yang bergerak dibidang penjualan alat jahit dan dasar pakaian, terletak di Kota Medan Kecamatan Kota Manna Kabupten Bengkulu Selatan. Daribeberapa toko peralatan jahit yang berada di Manna, toko Andespar memiliki pelanggan yang cukup banyak. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan dengan pemilik toko Andespar yaitu Bapak H. Riswan diketahui penjualan meningkat dari awal tahun sampai pertengahan tahun 2020, tetapi semenjak adanya pandemi covid-19 yang telah melanda di kota Manna ini, terjadinya penurunan penjualan sampai Maret 2021 dan jumlah rata-rata pelanggan di bulan Januari sampai dengan Maret 2021 menjadi 30 orang penjahit di kota Manna.

Meskipun demikian toko Andespar tetap menjadi toko barang yang paling banyak diminati di Kabupaten Bengkulu Selatan dibandingkan dengan toko lain. Banyaknya peminat yang berbelanja dikarenakan lokasi Toko Andespar yang terletak di pusat Kota dan juga pelayanan yang sangat baik yang diberikan oleh pekerja di Toko Andespar terhadap pengunjung maupun pembeli yang datang.

## LANDASAN TEORI

### Manajemen Pemasaran

Menurut Gitosudarmo (2017: 3) mempromosikan para eksekutif adalah gerakan menampilkan yang sangat teratur, terkoordinasi, tersusun dan terarah yang akan menciptakan hasil yang dapat diterima.

Sunarto (2016:16) merekomendasikan bahwa papan iklan adalah pemeriksaan, pengaturan, pelaksanaan, dan pengendalian proyek yang dimaksudkan untuk membuat, membangun, dan mengikuti perdagangan produktif dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan organisasi.

### Administrasi

Menurut Wijaya (2014:52), kualitas administrasi adalah proporsi seberapa baik derajat administrasi yang diberikan dapat memenuhi asumsi klien. Sesuai Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa bantuan adalah derajat kebesaran yang diharapkan dan perintah atas derajat kebesaran untuk memenuhi keinginan klien.

Sebagaimana ditunjukkan oleh Ibrahim dalam Hardiyansyah (2015: 40) Administrasi adalah suatu kondisi unik yang diidentifikasi dengan item, administrasi, individu, proses, dan iklim di mana penilaian tidak ditetapkan pada saat pengaturan administrasi publik tersebut.

Stemvelt (2016: 210) menyatakan bahwa gagasan kualitas administrasi adalah kesan dari gangguan kualitas umum yang digagas dan berubah menjadi pemikiran yang harus direncanakan (merinci) sehingga penerapannya (eksekusi) dapat diuji ulang (penilaian), untuk berubah menjadi interaksi yang unik, maju, konsisten dalam mengumpulkan loyalitas konsumen. Dengan asumsi bantuan yang didapat atau dilihat benar adanya, maka pada saat itu kualitas bantuan dipandang baik dan enak.

### Daerah

Memilih area bisnis adalah pilihan bisnis yang harus dilakukan dengan hati-hati. Menurut Heizer dan Render (2015: 554) area merupakan penggerak pengeluaran dan pendapatan, sehingga area seringkali memiliki kemampuan untuk membuat teknik bisnis suatu organisasi. Area esensial berarti memperluas keunggulan area baru organisasi.

Area adalah saluran angkut, tepatnya cara yang digunakan untuk memindahkan barang dari pembuat ke pelanggan. Area adalah pilihan yang dibuat oleh organisasi dalam kaitannya dengan di mana kegiatan dan stafnya akan ditemukan (Lupiyoadi, 2015: 96). Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Swastha dan Handoko, (2016: 187) mengusulkan bahwa area (tempat) menunjukkan berbagai latihan yang dilakukan oleh organisasi untuk membuat barangnya mungkin dan dapat diakses oleh pembeli.

**Loyalitas konsumen**

Menurut Tjiptono (2016: 353) pemenuhan berasal dari bahasa latin “satis” yang berarti cukup atau memuaskan dan “facio” berarti melakukan atau membuat. Pemenuhan pembeli adalah evaluasi setiap pelanggan dengan membandingkan kondisi saat ini dan kondisi normal. Jika barang atau administrasi yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan asumsi klien, klien akan merasa terpenuhi. Kemudian lagi, jika barang atau administrasi yang diberikan oleh organisasi tidak memenuhi asumsi klien, klien akan merasa frustrasi.

Kotler dan Keller (2014: 177), menyatakan pemenuhan itu adalah sensasi kegembiraan atau kekecewaan individu yang muncul setelahnya mengontraskan pameran (atau hasil) yang tampak dari item tersebut dengan presentasi (atau hasil) normal. Pada akhirnya, seseorang merasa puas jika hasil yang diperoleh pada dasarnya siap untuk memenuhi keinginannya, sementara seseorang merasa kecewa jika hasil yang didapat tidak sesuai dengan keinginannya.

**METODE PENELITIAN**

**Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut (Sugiyono, 2016:192) :

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

- Keterangan :
- Y = Kepuasan Pelanggan
  - X<sub>1</sub> = Pelayanan
  - X<sub>2</sub> = Lokasi
  - 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.

**Analisis Korelasi Berganda**

Menurut Sugiyono (2016:231) korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel indenpenden secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefesien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan sebagai berikut

Tabel 1. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, 2016:184

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0 < R<sup>2</sup> < 1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel 2. berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.878	3.784		2.875	.007
	Pelayanan	.444	.123	.547	3.622	.001
	Lokasi	.364	.137	.403	2.666	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan

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:

$$Y = 10,878 + 0,444X_1 + 0,364 X_2 + 3,784$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X<sub>1</sub> = Pelayanan

X<sub>2</sub> = Lokasi

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 10,878 mempunyai arti bahwa apabila variabel Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) dianggap tetap maka variabel Kepuasan pelanggan (Y) akan tetap sebesar 10,878
2. Pengaruh Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)  
Nilai koefisien regresi variabel X<sub>1</sub> (Pelayanan) adalah sebesar 0,444 dengan asumsi apabila X<sub>1</sub> (Pelayanan) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kepuasan pelanggan) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,444 kali.
3. Pengaruh Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Nilai koefisien regresi variabel X<sub>2</sub> (Lokasi) adalah sebesar 0,364 dengan asumsi apabila X<sub>2</sub> (Lokasi) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (Kepuasan pelanggan) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,364 kali.

### Korelasi Berganda (R)

Uji korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan. Hasil perhitungan korelasi berganda adalah sebagai berikut

Tabel 3. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.852	.842	2.374

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan

Sumber: Output SPSS Versi 21.0, 2021

Keterangan :

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,674	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan output tersebut dapat dilihat bahwa koefisien korelasi antara variabel independent dan dependent sebesar 0,923. Koefisien korelasi bertanda positif artinya korelasi yang terjadi antara variabel X1 (pelayanan), dan X2 (lokasi), terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah searah, dimana semakin besar variabel independent maka akan diikuti oleh semakin besarnya variabel dependent. Nilai 0,923 menunjukkan korelasi dalam kategori hubungan yang sangat kuat karena angka 0,923 terletak pada interval 0,80 – 1,000.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

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 3.

Untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model R square. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,852. Hal ini berarti bahwa X1 (pelayanan) dan X2 (lokasi) memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 85,2% sedangkan sisanya 14,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

### Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel X secara sendiri-sendiri atau terpisah terhadap variabel Y. Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.878	3.784		2.875	.007
Pelayanan	.444	.123	.547	3.622	.001
Lokasi	.364	.137	.403	2.666	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

"Dari hasil perhitungan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Variabel X1 (Pelayanan)

Hasil pengujian untuk variabel X1 (pelayanan) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya X1 (pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

#### 2. Variabel X2 (Lokasi)

Hasil pengujian untuk variabel X2 (Lokasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya X2 (Lokasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

## Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh seluruh variabel yaitu X1 (pelayanan) dan X2 (lokasi) berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F terlihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	975.767	2	487.883	86.534	.000 <sup>b</sup>
	Residual	169.142	30	5.638		
	Total	1144.909	32			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan

Sumber: Hasil Penelitian (Lampiran 9) dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 5. di atas diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X1 (pelayanan) dan X2 (lokasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji simultan maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, antara Variabel-variabel bebas yaitu X1 (pelayanan) dan X2 (lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan pelanggan (Y)..

## Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Andespar

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan, karena nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat pelayananyang diberikan oleh Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian di Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan ada beberapa faktor, misalnya karyawan membantu pelanggan yang terlihat sedang bingung memilih dasar pakaian maupun peralatan jait yang akan dibeli, pelayanan yang baik di Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan sudah dapat membentuk kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan tercipta karena adanya hubungan yang harmonis antar pelanggan dengan Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Andespar Manna dapat dilihat dari cara karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan dengan cara menjelaskan macam-macam pelatan jahit yang tersedia, karyawan akan memerikan pilihan kepada pelanggan seperti dalam pembelian dasar pakaian. Karyawan akan menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari dasar yang akan dibeli dan juga menjelaskan harga dari dasar yang akan dijual. Untuk peralatan jait juga berbagai macam merek dan jenisnya, karyawan juga akan menjelaskan tentang peralatan jait yang disediakan. Selain itu di Toko Andespar juga tersedia tempat atau ruang tunggu pada saat berbelanja.

Hubungan harmonis itu tercipta karena adanya kepuasan dari pihak pelanggan. Penelitian ini menunjukkan ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, pelayanan karyawan rumah makan yang baik mempengaruhi kepuasan konsumen atau membentuk suatu sikap loyal konsumen. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan sudah cukup optimal, misalnya dalam merespon dan bertindak cepat untuk melayani konsumen.

Menurut 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 Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan kepada para pelanggan, dan pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan tersebut maka pelanggan akan selalu berbelanja kebutuhan alat jaitnya pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanita (2015) yang menemukan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan.

### **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Andespar**

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin strategis lokasi maka kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan juga akan semakin meningkat.

Lokasi Toko Andespar Manna yang terletak di pinggir jalan raya akan memudahkan bagi konsumen untuk berbelanja peralatan jait di toko Andespar Manna Bengkulu Selatan. Selain itu toko Andespar juga menyediakan lahan parkir dan bebas parkir sehingga pelanggan merasa nyaman untuk memarkir kendaraannya meskipun berbelanja cukup lama. Lokasi parkir Toko Andespar sangat memadai baik untuk kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat.

Saat lokasi yang berorientasi terhadap konsumen maka lokasi tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan dalam waktu dan tempat. Lokasi perusahaan perlu berada dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir dan transportasi menuju perusahaan. Karena lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum akan menjadi daya tarik bagi pelanggan (Alma, 2017:101).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat (2019) yang menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Andespar**

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa pelayanan dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan yang maksimal akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan juga pelanggan akan memberitahukan kepada kerabatnya kalau pelayanan yang diberikan oleh Toko Andespar membuat mereka puas. Selain itu lokasi toko Andespar yang strategis dan mudah dijangkau dapat juga membuat konsumen merasa puas dan akan tetap berbelanja di toko Andespar Manna Bengkulu Selatan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Hasil pengujian untuk variabel X1 (pelayanan) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya X1 (pelayanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).
2. Hasil pengujian untuk variabel X2 (Lokasi) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya X2 (Lokasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).
3. Hasil uji F memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X1 (pelayanan) dan X2 (lokasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Saran**

1. Untuk Lokasi diharapkan kepada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan untuk lebih memperluas area parkir karena lokasi toko yang terletak di pinggir jalan dapat mengganggu kelancaran lalu lintas.
2. Diharapkan kepada Toko Andespar Manna Bengkulu Selatan untuk dapat memaksimalkan pelayanan antar alamat, karena pada saat pandemi Covid 19 ini masyarakat lebih di anjurkan untuk tetap dirumah

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanita. 2015. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT. Bank Bengkulu Cabang Manna. Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu
- Hardiyansyah. 2015. Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Yogyakarta : Gava Media.
- Heizer, Jay and Render Barry, 2015, Manajemen Operasi, Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11. Jakarta: Salemba Empat
- Hidayat 2019. Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di UD. Naysila Toys Simpang SKPD. Jurnal Ekonomi Vol. 2. No. 3
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Nugroho dan Ratih Paramita. 2015. Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. EKOBIS vol. 2 no. 1. Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2013 . Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Stemvelt, R.C. 2016. (Diterjemahkan oleh Purwoko) Perception of Service Quality. Allyn and Bacon, Massachusetts.
- Sunyoto, Danang. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Swastha, Basu dan Handoko Hani, 2016. Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama
- Tjiptono, Fandy. 2016, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2014. Manajemen Kualita Jasa. Jakarta: Indeks.
- Wulandari. 2013. Pengaruh Kualitas Peroduk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi
- Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L., 2016. . (Diterjemahkan oleh Sutanto). The Quest for Global Quality. Pustaka Delapratasa, Jakarta

## Influence of Pos Giro Mobile (PGM) in Running the Service Process of PT. Pos Indonesia (Case Study at Padangsidempuan Post Office)

## Pengaruh Pos Giro Mobile (PGM) dalam Menjalankan Proses Pelayanan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Kantor Pos Padangsidempuan)

Ayu Widyastuti Rafisa<sup>1)</sup>; Halimah Safitry Al-Fauziah<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [ayuwidyastuti775@gmail.com](mailto:ayuwidyastuti775@gmail.com) <sup>2)</sup> [safitry13112001@gmail.com](mailto:safitry13112001@gmail.com) <sup>3)</sup> [Nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:Nurbaiti@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Rafisa, A. W., Al-Fauziah, H. S., Nurbaiti. (2022). Influence of Pos Giro Mobile (PGM) in Running the Service Process of PT. Pos Indonesia (Case Study at Padangsidempuan Post Office). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]  
Revised [10 Desember 2021]  
Accepted [28 Desember 2021]

### KEYWORDS

*E-Business; Pos Giro Mobile; technology, digital; service*

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



### ABSTRAK

Seiring pesatnya perkembangan teknologi, pebisnis dituntut untuk dapat memanfaatkan internet sebagai media melakukan bisnis secara online guna untuk meningkatkan efektivitas pelayanan agar pelanggan dapat mengakses layanan dengan mudah dimana saja dan kapan saja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran Pos Giro Mobile (PGM) dalam menjalankan proses pelayanan PT. Pos Indonesia. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan meneliti apa saja manfaat dan bagaimana upaya mengenalkan PGM pada masyarakat serta hambatan apa saja yang dilalui. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia telah mengenalkan produk Pos Giro Mobile (PGM) pada masyarakat. Namun masyarakat yang minim pengetahuan terhadap teknologi menjadi salah satu hambatan sehingga PT. Pos Indonesia memutuskan untuk sosialisasi secara langsung sekaligus mengajarkan bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut.

### ABSTRACT

*Along with the rapid development of technology, business people are required to be able to use the internet as a medium for doing business online in order to increase service effectiveness so that customers can access services easily anywhere and anytime. This study aims to analyze how the role of Pos Giro Mobile (PGM) in carrying out the service process of PT. Indonesian post. The research method used is descriptive by examining what are the benefits and how to introduce PGM to the community as well as what obstacles are passed. The results showed that PT. Pos Indonesia has introduced the Pos Giro Mobile (PGM) product to the public. However, people who lack knowledge of technology become one of the obstacles so that PT. Pos Indonesia decided to socialize directly as well as teach how to use the application.*

## PENDAHULUAN

Di era modern ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat karena media digital dapat dengan mudah diakses dan dapat digunakan oleh banyak orang, dan media digital telah banyak membantu segala rutinitas banyak orang, mulai dari kegiatan komunikasi hingga penyebaran informasi dapat diterima dengan cepat. Saat ini fenomena penciptaan teknologi oleh semua perusahaan besar di era globalisasi ini semakin menegat, agar selalu berkembang dan menguasai pangsa pasar (market

share). Merek dan brand merupakan komponen yang sangat penting dalam memudahkan konsumen untuk mengingat suatu produk dan juga sebagai ciri pembeda aplikasi atau produk tersebut dari para pesaingnya.

Pada pasar e-business, para pendatang baru mempunyai keunggulan yang signifikan dibandingkan usaha yang telah ada. Pada dasarnya, perusahaan lebih mengandalkan formula sederhana dimana biaya operasional diusahakan harus rendah, produksi meningkat, dan membuka cabang baru dengan begitu mereka menjadi jarang berinovasi di pasar. Sifat pendatang baru tidaklah demikian dalam mengidentifikasi nilai-nilai yang baru bagi perusahaan. Karena itu, perusahaan yang telah lama berkecimpung dalam bisnis perlu memikirkan kembali pemikiran mereka dan melakukan perubahan mendasar. Manajemen harus mampu menjaga tingkat kenyamanan yang baik agar tidak terjadi yang namanya status quo, yaitu pengembangan kemampuan untuk memperhatikan trend yang tengah terjadi terlebih dahulu untuk mengantisipasi persaingan, mengambil keputusan yang cepat dan tangkas untuk membentuk atau mengadopsi model bisnis yang baru.

Pesatnya perkembangan yang seolah tidak ada habisnya di bidang Teknologi Informasi (TI) yang secara langsung juga mendukung terhadap perkembangan internet, semakin memudahkan para pengguna (users) dalam hal ini para pengusaha untuk mengelola dan dengan mudah mengembangkan usaha dan kegiatan bisnis. Kelajuan dunia Internet membuat kemungkinan adanya berbagai teknologi yang membantu dalam hal mempublikasikan informasi yang beragam dalam format elektronik, tidak hanya dengan cara yang efisien dan ramah terhadap pengguna (user friendly), namun juga dengan cara menawarkan mekanisme guna untuk menyediakan basis data terpusat serta sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh siapapun dengan cara yang tidak terlalu sulit.

E-Business adalah penggunaan teknologi informasi untuk memfasilitasi guna mempermudah dalam proses bisnis, melakukan e-commerce dan memberikan dukungan kerjasama dan komunikasi dengan perusahaan pendukung menurut Abdurrozak et.al (2020). Selain itu, E-Business juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam proses pertukaran barang atau jasa dengan menggunakan media sebagai alat komunikasi. Business merupakan implementasi dan pengelolaan serangkaian proses bisnis utama seperti desain produk, manajemen pasokan bahan baku, produksi, penjualan, memenuhi pesanan, dan menyediakan layanan melalui pemanfaatan teknologi komunikasi komputer dan data yang telah terkomputerisasi oleh Sairamesh (2004). E-business memanfaatkan teknologi informasi berupa internet dan jaringan komputer lainnya untuk melakukan proses bisnis utama yakni penjualan dan pembelian. Awalan "e" pada kata e-business memiliki arti "elektronik" yang bermakna kegiatan atau transaksi yang digunakan tanpa pertukaran atau kontak fisik, transaksi dilaksanakan secara elektronik atau digital, hal ini jadi memungkinkan dengan dukungan perkembangan komunikasi digital yang terbilang pesat.

PT. Pos Indonesia merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkiprah pada bidang jasa kurir, logistik, dan transaksi keuangan. PT Pos Indonesia memberikan kemudahan akses layanan transaksi keuangan bagi pelanggan pos dengan menyediakan layanan mobile yang dapat diakses kapan saja, di mana saja untuk memenuhi perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan masyarakat (khususnya pelanggan pos) serta upaya untuk dengan mudah mendukung strategi nasional untuk meningkatkan akses layanan dan inklusi keuangan di Indonesia kapan saja, di mana saja. *Pos Giro Mobile* (PGM) adalah sebuah layanan Teknik Informatika yang bersifat platform digital berbasis rekening Giropos yang digunakan oleh pelanggan Pos Indonesia yang dapat mengakses layanan Giropos dan layanan transaksi keuangan pos lainnya secara mobile. Pos Giro Mobile merupakan layanan yang lebih fleksibel yang dapat diintegrasikan dengan bank, merchant dan pihak yang lain, sehingga dengan satu rekening pos Giro, anda bisa melakukan banyak hal seperti transfer, pembayaran bahkan bisa juga untuk melakukan pembelian di Indomaret dengan menggunakan rekening tersebut.

Pos Giro Mobile adalah jawaban atas pesatnya kebutuhan masyarakat yang saat ini terasa serba cepat dikatakan oleh Ihwan Sutardiyanta. Kantor Pos menawarkan kemudahan pelayanan dan fasilitas pelayanan transaksi keuangan secara mobile, yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Pelanggan juga dapat menggunakan *virtual account* untuk membayar uang sekolah dan lain-lain. Layanan Giropos merupakan salah satu layanan keuangan legacy selain Weselpos yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia (Persero) dan juga layanan Giropos juga digunakan untuk mendukung program-program pemerintah dalam hal penyaluran dana ke berbagai wilayah di Indonesia. Untuk itu, Pos Indonesia meluncurkan aplikasi yang dapat membantu masyarakat umum melakukan pembayaran apapun melalui Pos Giro Mobile. Seiring perkembangan zaman, sebagian masyarakat pelan tapi pasti telah meninggalkan era pembayaran tunai. Data Bank Indonesia (BI) menunjukkan nilai transaksi uang elektronik pada bulan November 2021 telah tercatat sebesar Rp. 31,3 Triliun atau tumbuh 61,82% *year of year* dan nilai transaksi digital banking meningkat dari 47,08% *year of year* menjadi Rp. 3.877,3 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa pembayaran secara online atau online payment menjadi pilihan masyarakat karena memiliki beberapa keunggulan. Yang utamanya karena lebih praktis, pembayaran bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana penerapan e-business pada Pos Giro Mobile? (2) Apa saja hambatan-hambatan dalam memperkenalkan Pos Giro Mobile ini dikalangan masyarakat Kota Padangsidempuan? (3) Bagaimana upaya dalam mengatasi hambatan tersebut? (4) Apakah PGM dapat membantu mempermudah masyarakat tersebut dalam menggunakan pelayanan PT. Pos Indonesia? Hal tersebut dalam rangka (1) Untuk mengetahui penerapan e-business pada Pos Giro Mobile. (2) Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam memperkenalkan Pos Giro Mobile ini dikalangan masyarakat Kota Padangsidempuan. (3) Untuk mengetahui upaya dalam mengatasi hambatan tersebut. (4) Untuk mengetahui bagaimana PGM dapat membantu mempermudah masyarakat tersebut dalam menggunakan pelayanan PT. Pos Indonesia. Penelitian yang dilakukan terhadap Kantor Pos Padangsidempuan ditemukan bahwa (1) PT. Pos Indonesia memanfaatkan teknologi dalam Pos Giro Mobile. (2) Masyarakat masih minim pengetahuan terhadap teknologi. (3) PT. Pos Indonesia melakukan sosialisasi bertujuan untuk mengajarkan penggunaan PGM secara langsung. (4) PGM menyediakan fitur yang telah bekerja sama dengan beberapa bank sehingga dapat dimanfaatkan untuk transaksi lainnya.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian E-Business

Abdurrozzak Hasibuan dkk (2020). E-Business adalah penggunaan teknologi informasi untuk memfasilitasi guna mempermudah dalam proses bisnis, melakukan e-commerce dan memberikan dukungan kerjasama dan komunikasi dengan perusahaan pendukung. Selain itu, E-Business juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam proses pertukaran barang atau jasa dengan menggunakan media sebagai alat komunikasi.

Sairamesh (2004) E-Business merupakan implementasi dan pengelolaan serangkaian proses bisnis utama seperti desain produk, manajemen pasokan bahan baku, produksi, penjualan, memenuhi pesanan, dan menyediakan layanan melalui pemanfaatan teknologi komunikasi komputer dan data yang telah terkomputerisasi. E-business memanfaatkan teknologi informasi berupa internet dan jaringan komputer lainnya untuk melakukan proses bisnis utama yakni penjualan dan pembelian. Awalan "e" pada kata e-business memiliki arti "elektronik" yang bermakna kegiatan atau transaksi yang digunakan tanpa pertukaran atau kontak fisik, transaksi dilaksanakan secara elektronik atau digital, hal ini jadi memungkinkan dengan dukungan perkembangan komunikasi digital yang terbilang pesat.

### Pengertian Pos Giro Mobile (PGM)

*Pos Giro Mobile*, adalah aplikasi *Smartphone* berbasis Android yang tersedia bagi pelanggan sebagai kanal digital untuk mengakses layanan pos Giro dan layanan transaksi keuangan lainnya secara mandiri. Pos Giro Mobile merupakan layanan yang lebih fleksibel yang dapat

diintegrasikan dengan bank, merchant dan pihak yang lain, sehingga dengan satu rekening pos Giro, anda bisa melakukan banyak hal seperti transfer, pembayaran bahkan bisa juga untuk melakukan pembelian di Indomaret dengan menggunakan rekening tersebut.

Ihwan Sutardiyanta mengatakan bahwasanya Pos Giro Mobile adalah jawaban atas pesatnya kebutuhan masyarakat yang saat ini terasa serba cepat. Kantor Pos menawarkan kemudahan pelayanan dan fasilitas pelayanan transaksi keuangan secara mobile, yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Pelanggan juga dapat menggunakan *virtual account* untuk membayar uang sekolah dan lain-lain.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan meneliti langsung melalui wawancara kemudian menganalisis informasi yang didapatkan, selain itu dalam penelitian ini juga bersumber dari jurnal-jurnal terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Pembahasan tentang teori sejarah e-business diperoleh dari beberapa macam buku dan jurnal ilmiah yang banyak membahas tentang e-business.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah e-business ini diperkenalkan pertama kali oleh Louis Gerstner, seorang CEO di perusahaan IBM. Menurut IBM sendiri, e-business merupakan sebuah pendekatan yang aman, fleksible serta terintegrasi guna memberikan nilai bisnis yang beragam dengan menggabungkan sistem dan proses yang mengelola operasi bisnis terpenting dengan menggunakan pemanfaatan teknologi internet. Setelah konsep e-business ini dipopulerkan oleh IBM, banyak perusahaan perangkat lunak besar muncul dan berpartisipasi dalam pengembangan layanan e-business. Konsep e-business ini di motivasi oleh adanya krisis yang dialami oleh IBM dimana pada akhirnya mereka mengganti CEO-nya pada tahun 1991 karena pertumbuhan internet sangat cepat pada tahun itu. Melihat keadaan tersebut yang dapat mengubah cara kerja perusahaan, akhirnya pada tahun 1995 Louis Gerstner selaku penerus CEO yang menggantikannya, berhasil menghadapi krisis tersebut dan memperkenalkan bagaimana internet dapat menjadi salah satu alat bisnis-ke-bisnis yang sangat bermanfaat.

Untuk mewujudkan rencana besar Louis, divisi internet akhirnya dibentuk dibawah kepemimpinan Irving Wladawsky Berger, yang bertugas untuk merumuskan dan menjalankan strategi internet perusahaan untuk keseluruhan unit bisnis. Dengan begitu, pada saat musim gugur tahun 1997 melalui IBM Louis mengkampanyekan pemasaran yang sangat kreatif guna untuk mengajak dan menyediakan pelayanan sehingga setiap perusahaan dapat menerapkan e-business serta memanfaatkan internet sebagai salah satu nilai bisnis.

Sejarah telah lama mendokumentasikan keberadaan Pos Indonesia, kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff saat tanggal 26 Agustus 1746 yang bertujuan memberikan keamanan yang terjamin terhadap dokumen penting penduduk utamanya untuk mereka yang berjualan dari kantor-kantor di luar Jawa serta untuk mereka yang datang dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak saat itu, lahirlah pelayanan pos untuk mengemban peran dan fungsi pelayanan terhadap public. Sesudah berdirinya kantor pos Batavia, terhitung empat tahun kemudian Kantor pos Semarang didirikan guna melaksanakan komunikasi pos yang teratur antara kedua tempat ini dan mempercepat pengiriman jalur perjalanan pos kala itu melalui Karawang, Cirebon, Pekalongan. Pos Indonesia telah beberapa kali melalui pergantian status mulai dari Jawatan PPT (Post, Telegraph dan Telephone).

Mencermati perubahan zaman, dapat dilihat dari sektor pos dan komunikasi mengalami perkembangan secara cepat, saat tahun 1965 berubah melahirkan PN Pos dan Giro, tahun 1978

berganti jadi Perusahaan Umum Pos dan Giro yang pada saat itu dikukuhkan jadi salah satu badan usaha tunggal dalam penyelenggaraan Dinas Pos dan Giro Pos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri selama 17 tahun dengan status Perum, kemudian saat Juni 1995 mengalami perubahan menjadi Perseroan Terbatas bernama PT. Pos. Sejalan dengan berkembangnya teknologi jejaring, komunikasi, serta informasi. Pos Indonesia telah memiliki sekitar 3.800 Kantor pos online dan didukung dengan mobile pos elektronik di beberapa kota besar. Setiap titik adalah kode pos yang dibuat untuk memudahkan dalam pengelolaan kiriman post yang setiap daerah Indonesia dapat dikenali dengan akurat. Sistem kode pos diciptakan untuk memudahkan dalam pengolahan kiriman post dimana setiap jengkal daerah di Indonesia dapat diidentifikasi dengan akurat.

Pos Giro Mobile (PGM) merupakan salah satu aplikasi Android yang diciptakan guna memudahkan akses pelanggan kantor pos terhadap pelayanan transaksi keuangan, termasuk memperkenalkan layanan mobile agar dapat dijalankan dimanapun dan kapanpun. Dengan berkembangnya teknologi informasi serta adanya kebutuhan masyarakat (terkhususnya pada konsumen Kantor pos) akan kemudahan dalam mengakses layanan pos, dimanapun dan kapanpun, serta cara mendukung strategi nasional dalam peningkatan Inklusi keuangan di Indonesia.

PGM juga merupakan layanan yang lebih fleksible dan dapat diintegrasikan dengan bank, merchant dan pihak-pihak yang lain, sehingga dengan memiliki rekening Giro, pelanggan dapat melakukan banyak hal seperti transfer bank, pembayaran dan juga di masa depan pelanggan bisa belanja di Indomaret dengan menggunakan rekening Giro. Pos Giro Mobile juga bisa dikatakan sebagai platform digital berbasis rekening giro pos, yang diberikan untuk yang memiliki rekening giro pos. Pemilik rekening bisa mengakses layanan Giro Pos dan layanan transaksi keuangan pos lainnya secara mobile.

Ihwan Sutardiyanta mengatakan PGM merupakan jawaban mengenai kebutuhan masyarakat yang berubah dengan cepat. Kantor Pos menawarkan kemudahan layanan dan fasilitas layanan transaksi keuangan secara mobile yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Pelanggan juga dapat memanfaatkan *virtual account* untuk membayar uang sekolah dan lain-lain. Sehingga dengan adanya aplikasi Pos Giro Mobile (PGM) dapat memberikan kemudahan kepada setiap masyarakat untuk berhubungan dengan Kantor pos atau yang lainnya. Dengan adanya Aplikasi PGM ini masyarakat juga lebih memudahkan masyarakat dalam menyelesaikan segala transaksi yang berhubungan dengan kantor pos. Aplikasi PGM ini memiliki banyak fitur yang bisa dipakai oleh para pengguna yaitu ada Giro Pos, Tagihan PLN Token, BPJS, Telco dan masih banyak lagi. Jadi, aplikasi PGM ini tidak hanya dapat digunakan untuk kantor pos saja tetapi juga bisa digunakan untuk hal lainnya.

PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan telah melakukan beberapa cara pada saat pengenalan aplikasi PGM ini kepada masyarakat Padangsidimpuan, yang antara lain:

a. Pengenalan Produk Kepada Masyarakat

PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan memperkenalkan produk Pos Giro Mobile dengan mengadakan sosialisasi dengan berbagai mitra - mitra Pos Indonesia Padangsidimpuan di ke berbagai daerah. PT. Pos Indonesia memperkenalkan produk tersebut dengan menjelaskan bahwa aplikasi PGM merupakan aplikasi *Smartphone* berbasis Android yang diberikan kepada pelanggan sebagai saluran digital untuk mengakses layanan Pos Giro dan layanan transaksi keuangan lainnya secara mandiri. Pos Giro Mobile merupakan aplikasi yang dapat di unduh pada handphone untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Selain itu PT. Pos Padangsidimpuan juga menjelaskan keunggulan dari aplikasi Pos Giro Mobile yaitu memiliki berbagai layanan yang dapat di akses melalui aplikasi PGM diantaranya pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, PDAM, BPJS dan lainnya. Kemudian, akomodasi pengiriman uang antar rekening Giro pos dan layanan Wesel pos Instan bagi pemegang rekening Giro pos. PT. Pos Padangsidimpuan juga memberikan promo-promo untuk menarik perhatian pengguna baru. Dalam hal ini pos Indonesia meningkatkan kemampuan konsumen untuk mengunduh serta memanfaatkan aplikasi Pos Giro Mobile.

Dan tidak lupa bahwa Kantor Pos Indonesia memperkenalkan Program *customer reward* kepada konsumen. *Customer reward* ini merupakan salah satu program resmi Pos Indonesia untuk mengapresiasi pelanggan setia dengan memberikan reward yang diberikan oleh pihak perusahaan pada konsumen supaya konsumen selalu setia menggunakan pelayanan PT. Pos Indonesia.

b. Melakukan Riset

Riset ini dilaksanakan guna untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai target Pos Giro Mobile, yaitu menargetkan para pengguna aplikasi Pos Giro Mobile dimulai dari umur 17 tahun keatas hingga 50 tahun. Aplikasi Pos Giro Mobile ini juga dapat di pakai oleh wanita atau pria. Serta aplikasi Pos Giro Mobile ini dapat di pakai pada HP Smartphone.

Dalam setiap bisnis yang berbasis e-business, yang paling sulit itu adalah dalam hal pemasaran begitu juga dengan pemasaran aplikasi PGM ini, banyak kendala yang ditemui pada saat memasarkan aplikasi ini yang diantaranya:

1. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang aplikasi. Aplikasi Pos Giro Mobile ini termasuk aplikasi yang masih baru di telinga masyarakat, jelas hal ini membuat banyak masyarakat belum mengetahui bahkan terkadang mengabaikan produk aplikasi Pos Giro Mobile, sehingga dalam penerapan pemasaran dan penjualan aplikasi baik itu melalui pemasaran langsung ataupun berupa sosialisasi. Ketika masyarakat ditawarkan aplikasi Pos Giro Mobile banyak masyarakat yang langsung menolak tanpa mengetahui dan melihat aplikasi tersebut. Karena hal itulah, ini adalah salah satu kendala yang terkuat pada saat memasarkan aplikasi PGM ini.
2. Kurangnya fokus Sales SDM dalam melaksanakan Pemasaran Salah satu strategi dalam memasarkan aplikasi Pos Giro Mobile adalah dengan mengadakan promo-promo, namun dalam pelaksanaan promosinya yang berupa iklan, sosialisasi dan lainnya. Kurangnya fokus beberapa SDM atau karyawan menjadi kendala bagi pos Indonesia dalam penerapannya dilapangan, hal ini didasari pada kebanyakan dari mereka sales sdm PT. Pos Indonesia tidak fokus ada saat mempromosikan aplikasi PGM.

Adapun upaya yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam melaksanakan pemasaran aplikasi Pos Giro Mobile adalah sebagai berikut:

1. Melakukan promosi-promosi. Dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat tentang aplikasi Pos Giro Mobile ini, PT. Pos Indonesia gencar melakukan promosi baik itu berupa iklan di jejaring sosial media (Instagram, Facebook, dll), maupun brosur, spanduk, dan pamflet. Selain itu, PT. Pos Indonesia juga banyak melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat melalui door-to-door atau sosialisasi yang tidak hanya kepada mitra pos tetapi juga untuk masyarakat umum.
2. Merekrut sales khusus yang lebih handal dan terampil. Untuk mengatasi kurangnya fokus sales dalam melaksanakan strategi pemasaran yang ditempuh oleh PT. Pos Indonesia, maka PT. Pos Indonesia berencana untuk melakukan perekrutan sales baru yang lebih handal dan berkualitas khusus mempromosikan aplikasi pos Indonesia terkhususnya aplikasi PGM, dimana rekrutmen ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas penjualan Pos Giro Mobile sehingga target yang dirancang oleh PT. Pos Indonesia dapat berjalan dengan baik, sebaliknya perekrutan tersebut tetap menjadi bagian dari pegawai kontrak tetap PT. Pos Indonesia, tetapi bukan sebagai pegawai tetap utama PT. Pos Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. PT. Pos Indonesia Padangsidempuan melakukan beberapa hal pada saat memperkenalkan aplikasi Pos Giro Mobile (PGM). Ada dua jenis kegiatan yang dilakukan pada saat pengenalan aplikasi Pos Giro Mobile oleh PT. Pos Indonesia yaitu, pertama pengenalan produk yaitu PT. Pos Indonesia memperkenalkan aplikasi Pos Giro Mobile dengan mensosialisasikan aplikasi tersebut kepada mitra – mitra PT. Pos Indonesia Padangsidempuan dan keberbagai daerah. Dan uga

- memperkenalkan program customer reward terhadap pelanggan. Kedua melakukan riset, PT. Pos Indonesia melakukan riset terhadap aplikasi Pos Giro Mobile yang dimana riset ini dilaksanakan guna untuk mengumpulkan informasi yang tepat mengenai target Pos Giro Mobile yakni menargetkan usia untuk pengguna aplikasi Pos Giro Mobile dari umur 17 Tahun keatas hingga 50 tahun, aplikasi Pos Giro Mobile ini dapat digunakan dengan baik oleh wanita maupun pria. Dan aplikasi Pos Giro Mobile ini dapat digunakan pada HP Smartphone.
2. Kendala yang dihadapi PT. Pos Indonesia Padangsidempuan dalam memasarkan Pos Giro Mobile (PGM) antara lain adalah kurang fokusnya sales SDM dalam melakukan pemasaran dan penjualan, didukung oleh kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap aplikasi Pos Giro Mobile dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang IPTEK.
  3. Adapun upaya-upaya yang dilakukan PT. Pos Indonesia dalam mengatasi kendala-kendala yang ada pada saat melaksanakan strategi pemasaran Pos Giro Mobile sebagai berikut, melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai manfaat yang didapatkan dalam penggunaan Pos Giro Mobile, serta menjelaskan kegunaan Pos Giro Mobile, dan juga merekrut sales baru yang lebih berkualitas yang memang memiliki skill.

### DAFTAR PUSTAKA

Hasibuan, A. (2020). *E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Herman, Y. Kajian Tentang Perkembangan E-Business Terhadap Praktik Bisnis. *Jurnal Commit*.

Hidayat, A. P. Analisis Kinerja Pengiriman Barang Terhadap Pelayanan E-Commerce PT.Pos Indonesia. *Jurnal Tranfortasi Multimoda*.

Nuraisyah, T. G. E-Business: The Scope of E-Business Towards the Life of Modern Globalization. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*.

Permanasari, Y. W. Proses Tranformasi PT.Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Kantor Pricessing Centre Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.

Romindo. (2019). *E-Commerce Implem (Herman)entasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sari, R. Kualitas Pelayanan PT.Pos Indonesia Cabang Bariton Selatan. *Jurnal Administrasi Publik*.

Sudarso, A. (2020). *Konsep E-Business*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sumarna, D. L. Pengukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan PT.Pos Indonesia Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Logistik Bisnis*.

Wijaya, D. R. Strategi dan Kebijakan Pengembangan E-Business di Indonesia. *Jurnal Digital Information & System Conference*.

# The Effect Of Motor Vehicle Tax Services On Taxpayer Satisfaction In The Samsat Of Bengkulu City

## Pengaruh Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Wajib Pajak Di Kantor Samsat Kota Bengkulu

Atika Puspita Sari <sup>1)</sup>; Karona Cahya Susena<sup>2)</sup>; Rinto Noviantoro <sup>3)</sup>

<sup>1,3)</sup> Department of Accounting, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: [atikafusviyta@gmail.com](mailto:atikafusviyta@gmail.com)

### How to Cite :

Puspita Sari A.(2021) The Effect Of Motor Vehicle Tax Services On Taxpayer Satisfaction In The Samsat Of Bengkulu City. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

### KEYWORDS

*Bengkulu City Samsat, service, taxpayer satisfaction*

*This is an open access article under the CC-BY-SA license*



### ABSTRAK

Dalam hal meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak akan berdampak pada Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Oleh karena itu, Petugas Kantor Samsat Kota Bengkulu harus berupaya mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini, adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan pajak kendaraan bermotor terhadap kepuasan wajib pajak di kantor SAMSAT Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari regresi linier sederhana menunjukkan kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) = 4,838 + 0.921X . Nilai konstanta sebesar 4,838 artinya jika tidak ada pelayanan pajak sebesar nol (0), maka kepuasan wajib pajak nilainya sebesar 4,838. Sedangkan koefisien regresi pelayanan pajak sebesar 0.921 artinya jika pelayanan pajak naik 1%, maka kepuasan wajib pajak juga akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 5.759 % (4,838 + 0.921)

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of motor vehicle tax services on taxpayer satisfaction at the Bengkulu City SAMSAT office. This type of research is descriptive qualitative research, with data collection techniques used are observation and questionnaires. The data analysis technique used is descriptive quantitative analysis method. The results showed that from simple linear regression showed taxpayer satisfaction ( $Y$ ) = 4.838 + 0.921X. The constant value of 4.838 means that if there is no tax service of zero (0), then the satisfaction of the taxpayer is 4.838. While the regression coefficient for tax services is 0.921, meaning that if tax services increase by 1%, then taxpayer satisfaction will also increase or increase by 5.759% (4.838 + 0.921).*

## PENDAHULUAN

Pajak Kendaraan Bermotor merupakan salah satu primadona dalam membiayai pembangunan daerah provinsi. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan yang berdampak pada peningkatan kepuasan Wajib Kendaraan Bermotor sehingga diharapkan berdampak pada kepatuhan

Wajib Pajak dalam membayar atau melunasi kewajiban perpajak kendaraan bermotornya. Kantor Sistem Pelayanan Satu Atap (SAMSAT) Kota Bengkulu merupakan salah satu instansi pemerintah yang memberikan pelayanan kepada publik/masyarakat yang berkaitan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Pada hakekatnya pelayanan Samsat Kota Bengkulu bertujuan untuk memberikan kepuasan masyarakat sebagai pengguna pelayanan. Samsat Kota Bengkulu harus mampu melayani masyarakat secara maksimal dari penyelenggaraan pelayanan, kinerja aparat, dan mekanisme kerja yang ada. Selain itu kepuasan masyarakat sebagai wajib pajak merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan aparat pajak. Pada hakekatnya pelayanan Samsat Kota Bengkulu bertujuan untuk memberikan kepuasan masyarakat sebagai pengguna pelayanan. Samsat Kota Bengkulu harus mampu melayani masyarakat secara maksimal dari penyelenggaraan pelayanan, kinerja aparat, dan mekanisme kerja yang ada. Selain itu kepuasan masyarakat sebagai wajib pajak merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan aparat pajak.

## LANDASAN TEORI

### Pajak

Mardiasmo (2016:3) Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang melaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. Mardiasmo (2016:3). Iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum. Untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum. Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH, dalam buku Perpajakan Edisi Revisi (2013:1) menjelaskan Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (ypemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membayar publik investment. Siregar (2012:7). Pelayanan yang baik adalah sebuah keharusan yang harus dilakukan oleh Negara kepada masyarakat yang telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan membangun Negara melalui pembayaran pajak. Rangkuti dalam Silalahi (2014:22) menyebutkan pelayanan adalah merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain.

Thomas Sumarsan (2017:9) adalah sebagai berikut: Wajib pajak adalah orang pribadi ataupun badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan. Siti Kurnia Rahayu (2017:273) adalah sebagai berikut: "Orang pribadi atau badan yang memenuhi syarat objektif, yaitu untuk Wajib Pajak Dalam Negeri memperoleh atau menerima penghasilan yang melebihi PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), dan jika Wajib Pajak Luar Negeri, menerima penghasilan dari sumber-sumber yang ada di Indonesia yang tidak ada batas minimumnya (PTKP). Diana Sari (2016:178) adalah sebagai berikut: "Wajib pajak adalah pihak yang berdasarkan ketentuan peraturan perundang pundangan perpajakan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan." Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas dapat dikatakan bahwa jumlah wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Adapun indikator variabel kepuasan wajib pajak menurut Nadeak (2012:17) adalah sebagai berikut: 1) Timeliness (ketepatan waktu), Timeliness adalah kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu sistem dalam menyajikan ang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbul (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Agung (2014:16) bahwa pajak memiliki ciri-ciri diantaranya: Pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta pelaksanaannya yang sifatnya dapat dipaksakan. Dalam membayar pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi secara langsung oleh pemerintah. Pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode analisis pada penelitian ini adalah: 1) Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden sesuai dengan variabel yang diteliti yaitu bagaimana pengaruh pelayanan pajak kendaraan bermotor terhadap kepuasan wajib pajak. 2) Analisis kuantitatif adalah metode yang menggunakan perhitungan statistik pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi statistika SPSS v. 25.

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

Y : Nilai Perkiraan (Proyeksi)

X : Periode Waktu

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

Hasil perhitungan r hitung kemudian dikonsultasikan dengan r tabel dengan taraf signifikan 0.05. Apabila r hitung > r tabel maka butir instrumen dapat dikatakan valid, akan tetapi jika r hitung < r tabel maka dikatakan bahwa instrumen tersebut tidak valid. Uji validitas digunakan dengan cara menguji korelasi antara skor item dengan skor total masing-masing variabel. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dalam angka tabel r person correlation. Apabila nilai r hitung > r tabel, maka instrumen tersebut tidak valid. 2) Reliabilitas, reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut cukup baik Suharsini, (2016: 178). Instrumen dikatakan reliabel adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai cronbach's alfa > 0.60 Ghazali, (2017: 45). 3) Analisis Regresi Linier Sederhana, metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu Pelayanan Pajak dan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Masyarakat. Persamaan umum regresi linier sederhana antara lain:  $Y = a + bX$  Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari regresi linier sederhana menunjukkan kepuasan wajib pajak ( $Y = 4,838 + 0.921X$ ). Nilai konstanta sebesar 4,838 artinya jika tidak ada pelayanan pajak sebesar nol (0), maka kepuasan wajib pajak nilainya sebesar 4,838. Sedangkan koefisien regresi pelayanan pajak sebesar 0.921 artinya jika pelayanan pajak naik 1%, maka kepuasan wajib pajak juga akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 5.759 % ( $4,838 + 0.921$ ).

Siregar (2012:7) mengatakan bahwa pelayanan yang baik adalah sebuah keharusan yang harus dilakukan oleh Negara kepada masyarakat yang telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan membangun Negara melalui pembayaran pajak. Sejalan dengan penelitian ini bahwa masyarakat perlu mendapatkan apresiasi terhadap kesediaannya tersebut dengan memberikan pelayanan sebagai timbal balik atas respon positif yang telah dilakukan Negara dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat diharapkan dapat membantu masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan kewajiban perpajakan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pelayanan pajak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Dugaan ini dapat diterima karena nilai t hitung lebih

besar dari t tabel. Hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 50.270 > t_{tabel} = 1,660$ .  $T_{hitung} > t_{tabel}$  maka kesimulannya menerima hipotesa.

2. Hasil dari regresi linier sederhana menunjukkan kepuasan wajib pajak ( $Y = 4,838 + 0.921X$ ). Nilai konstanta sebesar 4,838 artinya jika tidak ada pelayanan pajak sebesar nol (0), maka kepuasan wajib pajak nilainya sebesar 4,838. Sedangkan koefisien regresi pelayanan pajak sebesar 0.921 artinya jika pelayanan pajak naik 1%, maka kepuasan wajib pajak juga akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 5.759 % ( $4,838 + 0.921$ ).
3. Koefisien bernilai positif (+) artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan pajak dengan kepuasan wajib pajak, semakin tinggi pelayanan pajak yang diberikan oleh kantor SAMSAT kota Bengkulu maka akan meningkatkan kepuasan wajib pajak yang datang dan membayar pajak disana. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan dalam membayar pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

### Saran

1. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi lagi maka pihak Samsat kota Bengkulu harus memperhatikan faktor diluar pelayanan, misalnya faktor lain seperti fasilitas parkir yang luas sehingga kendaraan dapat terjaga dengan aman.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel indeviden lainnya diluar variabel pelayanan, seperti variabel indeviden lainnya diluar variabel pelayanan, seperti variabel fasilitas.
3. Hasil penelitian ini bisa dijadikan masukan dan menentukan kebijakan untuk menyusun strategi untuk lebih meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan.

### DAFTAR PUSTAKA

Agung, Mulyo. 2014. Perpajakan Indonesia. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Angestoeti dan Setiawan, 2016. "Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Badung Utara". E-Journal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.2, 913- 937.

Beti Betriani. 2020. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Kaur". Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Dehasen.

Diana Sari. 2016. Konsep Dasar Perpajakan. Bandung: Refika Aditama.

Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Karona Cahya Susena, Suwarni, dan Joko Widiyanto. 2018. "Hubungan Self Assesment System Dengan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Argamakmur Provinsi Bengkulu". Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.

Mardiasmo. 2016. Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Nadeak, Reanuli. 2012. "Pengaruh Kualitas Sistem E-Registration terhadap Kepuasan Pengguna dan Kepatuhan Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cimahi". Bandung: Universitas Sahid.

Rangkuti (2014:22) Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siregar Anita Yuli dkk. 2012. "Pengaruh Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak di Siti Resmi, 2014. Perpajakan Teori dan Kasus Edisi 8-Buku 1. Salemba Empat. Jakarta

- Semarang Tengah)". Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono (2017:93) Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suharsimi Arikunto. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siti Kurnia Rahayu. 2017. Perpajakan Konsep dan Aspek Formal, Bandung: Rekayasa Sains.
- Thomas Sumarsan. 2017. Perpajakan Indonesia Edisi Kelima. Jakarta: Indeks.
- Undang-Undang No 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
- UU Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (perubahan ketiga UU 6 Tahun 1983)..

## Food Online Business Challenges During the Pandemic in Medan City

### Tantangan Bisnis Online Makanan Selama Pandemi di Kota Medan

Yudi Bimantaka<sup>1</sup>; Sugeng Arifandi Banurea<sup>2</sup>; Nurbaiti<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: <sup>1</sup>[yudibimantaka3682@gmail.com](mailto:yudibimantaka3682@gmail.com), <sup>2</sup>[sugengarifandi9@gmail.com](mailto:sugengarifandi9@gmail.com), <sup>3</sup>[nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Bimantaka, Y., Banurea, S. A., Nurbaiti. (2022). Food Online Business Challenges During the Pandemic in Medan City. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]  
Revised [10 Desember 2021]  
Accepted [28 Desember 2021]

#### KEYWORDS

*Survival Strategy, Micro Business, Internet*

*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 tantangan bisnis makanan dengan menggunakan e-business di kota medan dan beberapa mahasiswa UINSU yang berjualan makanan atau jajanan kecil kecilan. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan : 1) masih bisa berjualan online saat seperti ini (covid 19). 2) tantangan yang umum di rasakan atau di alami ialah, konsumen yang ingin serba cepat dan instan, merasa takut gagal dalam mencoba hal baru seperti berjualan online di saat pandemi seperti ini, harus ekstra dalam menarik pelanggan yang tidak seperti biasanya. 3) ada cara untuk menghadapi tantangan tersebut yaitu dengan mempromosikan dagangan melalui media sosial walaupun harus menambah biaya untuk melakukan promosi tersebut.

#### ABSTRACT

*This research aims to find out the challenges of food business by using e-business in the city of Medan and some UINSU students who sell food or small snacks. This study uses qualitatively derifrict by collecting observational data, documentation, and interviews. The results showed: 1) can still sell online at this time (covid 19). 2) The common challenge felt or experienced is, consumers who want to be fast and instant, feel afraid of failing in trying new things such as selling online in times of pandemic like this, must be extra in attracting customers who are not as usual. 3) There is a way to deal with these challenges by promoting merchandise through social media even though it has to increase the cost to do the promotion*

## PENDAHULUAN

Di masa pandemi Covid19, sistem pemesanan dan pengantaran makanan secara online menjadi salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan pangan konsumen tanpa keluar rumah sekaligus mendongkrak perekonomian nasional. Akibatnya, keamanan pangan, risiko paparan virus, dan kelangsungan hidup makanan tetap menjadi tantangan untuk membuat ini berhasil dengan begitu banyak produk dari industri makanan yang belum diidentifikasi sertifikasi halal.

Untuk menguatkan keamanan makanan pada jasa antar makanan online, pemerintah di setiap daerah harus mengurangi halangan masuk pasar bagi para pelaku bisnis makanan online. Proses sertifikasi pasar harus sederhana, melakukan pemahaman terhadap keamanan pangan yang semsetinya, dan memberikan pengawasan serta penelusuran isu-isu keamanan pangan. Bersama-sama dengan pihak swasta membentuk struktur kerja keamanan pangan. Yang dimana pengaturan

tersebut memudahkan penerapan umum keamanan pangan dan memenuhi persiapan peraturan bersama kemauan sektor swasta. Hal ini wajib disahkan di dalam bahasan Rancangan Undang-Undang (RUU) Pengawasan Pangan dan Obat-Obatan.

Orang-orang masi takut terhadap makanan yang dijual di rumahan karena belum terlihat adanya standar kebersihan keamanan sudah ke higienisan nya, maka sangat perlu adanya pengembangan terhadap kuliner-kuliner yang ada di kota medan ini untuk memajukan perekonomian dan mensejahterakan masyarakat. Masyarakat selalu berpendapat bahwasannya masakan di rumah lebih higienis dari pada makanan di luar sana, terlebih di saat pandemi seperti ini orang-orang akan lebih memilih masakan di rumahnya masing-masing dari pada harus beli makanan diluar dengan memesan online. Maka ini menjadi tantangan bagi pelaku bisnis makanan online yang ada dikota medan agar mereka tetap bisa berjualan dan memiliki pendapatan yang semestinya sebelum terjadinya pandemi covid 19 saat ini.

Disini mencari apa saja tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis makanan yang ada dikota medan dengan mewawancarai para pelaku bisnis. Dengan mewawancarai pelaku bisnis maka akan kami dapatkan informasi yang terkait dengan judul kami atau bahkan kami bisa menemukan solusi bagi pelaku bisnis yang menggunakan e-business.

## LANDASAN TEORI

### E-Business

Istilah EBusiness biasanya mengacu pada penggunaan Internet untuk tujuan bisnis atau bisnis. Ada kesamaan antara istilah dan email, e-commerce, karena keduanya menggunakan Internet. Istilah yang lebih umum untuk e-commerce, tidak hanya berfokus pada pembelian dan penjualan, tetapi juga pada layanan pelanggan dan bekerja dengan mitra bisnis. Dalam definisi yang paling sederhana, e-commerce adalah penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan dan membentuk kembali proses bisnis utama. Sebagian besar bisnis sudah mulai beralih dari cara bisnis tradisional atau konvensional ke e-commerce.

Penggunaan teknologi berbasis e-commerce menyederhanakan operasi bisnis dan meningkatkan kualitas produksi. Penerapan teknologi ini dapat memperluas pangsa pasar perusahaan terutama biaya promosi yang murah dibandingkan dengan promosi di jalan atau di media massa. Hanya sosialisasi ekstensif dan pembelajaran serta persiapan menyeluruh yang diperlukan sebelum menerapkan aplikasi e-bisnis. Kelemahan e-commerce dapat ditangani dengan hati-hati, tetapi dibutuhkan lebih dari sekadar rencana yang matang, serta pakar profesional untuk mengatasinya. Perusahaan yang tidak mau beralih ke teknologi ini lambat laun akan kewalahan menghadapi era pasar bebas di masa depan.

### Usaha Kuliner

Bisnis kuliner merupakan salah satu profesi yang tidak pernah ada habisnya, karena kapanpun manusia membutuhkan makanan untuk hidup. Oleh karena itu, peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan bisnis kuliner yang menguntungkan pengusaha. Jika Anda memulai bisnis catering, konsep yang sedang dibangun tidak boleh hanya didasarkan pada lokasi. Ada banyak hal lain yang perlu diperhatikan agar bisnis berjalan dengan baik. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menguntungkan dan selalu diminati, alasannya karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita. Bisnis makanan ini juga mencakup berbagai kategori, mulai dari makanan ringan dan minuman hingga makanan pokok. Semua kategori kegiatan kuliner ini (jajanan, minuman, makanan pokok) memiliki potensi yang sangat bagus, tergantung bagaimana kita memasarkannya.

### Berjualan online (E-Business)

bisnis online adalah bisnis yang dijalankan melalui internet. Artinya, aktivitas bisnis seperti jual-beli, pelayanan kepada konsumen, promosi, dan sebagainya dilakukan secara

online. Menariknya, Anda bisa menjual berbagai jenis produk melalui bisnis online. Mulai dari barang, jasa, hingga produk digital. Bahkan, tak ada batasan dari mana calon konsumen produk untuk tersebut. Sebab, pembeli produk bisa berasal dari seluruh Indonesia, bahkan dari luar negeri.

### Tantangan /Halangan

Tantangan yang kami maksud disini yaitu masalah yang di dapat selama berjualan makanan online, apa perlu dilakukan para pelaku bisnis makanan di era serba digital saat ini, apakah mereka bisa bertahan dalam keadaan yang seperti ini, dikarenakan sebelumnya mereka hanya berjualan offline atau sama sekali tidak menggunakan teknologi digital.

Apa yang harus dilakukan untuk melewati tantangan ini, hanya ada 2 pilihan yaitu harus dilalui dan merubahnya atau hanya berdiam dan pasrah apa yang akan terjadi, kalah dalam persaingan dan menonton para pelaku bisnis lainnya

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Penelitian kualitatif adalah metode untuk menemukan dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok tertentu terhadap masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya yang cukup besar, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data spesifik dari partisipan, menganalisis data secara bijaksana dari topik khusus, ke topik umum, dan menjelaskan makna data. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Medan, Kota Medan yang terletak di provinsi Sumatera Utara, di pulau Sumatera. Subyek penelitian ini adalah warga daerah Medan Denai dan sekitarnya. Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini. Wawancara, observasi, dokumentasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil observasi terdapat 5 Bisnis jualan makanan online yang telah kami lakukan wawancara yaitu :

- a. Warung Rosojoyo  
Warung Rosojoyo adalah warung makanan yang menjual makanan mulai dari gorengan sampai dengan aneka mie. Warung Rosojoyo milik Bu Ayu ini sudah dibuka mulai tahun 2015 lalu. Awalnya warung ini hanya berjualan melalui offline tetapi dikarenakan keadaan dan perkembangan digital Bu Ayu selaku pemilik warung mulai menjual makanan di warungnya melalui online yaitu dengan menawarkan makanannya melalui media social facebook, whatsapp, dan instagram. Bu Ayu merasakan saat sekarang ini persaingan dan tantangan dengan berjualan online sudah semakin ketat.
- b. Warung ayam geprek berkah  
Warung ayam geprek berkah milik pak Ready Saranan seorang mahasiswa dari UINSU berdiri pada awal bulan oktober di tahun 2021, di warung ayam geprek berkah tersebut menjual lontong, ayam geprek, salad, dan bakso. Selain berjualan offline pak Ready juga menawarkan jualannya di gofood dan grabfood serta mempromosikan di media social seperti whatsapp dan instagram.
- c. Usaha popcorn jaya  
Usaha popcorn jaya adalah usaha jualan makanan ringan milik pak Rafly, usaha ini dimulai pada tahun 2019 lalu. Usaha makanan ringan ingin telah memasarkan barangnya di social media seperti whatsapp, instagram, dan facebook. Pak Rafly mengatakan di era yang serba didigital saat ini kita tidak boleh hanya pasrah dengan keadaan tetapi harus ikut mengambil bagian di persaingan yang serba online ini. Usaha makanan ringannya ini sudah sangat di kenal di kalangan pecinta jajanan di kota Medan.
- d. Dapur coklat

Dapur coklat adalah toko kue yang baru saja didirikan pada tahun 2020 lalu oleh seorang mahasiswa aktif UINSU. Dapur coklat ini menjual aneka ragam kue mulai dari kue ulang tahun sampai kue lokal dan sudah lumayan dikenal dikalangan masyarakat dan mahasiswa. Dapur coklat sendiri memasarkan barangnya dengan bergabung menjadi mitra di gofood dan grabfood serta sering memajang iklan di social media seperti whatsapp, instagram, dan facebook.

e. Martabak terang bulan

Martabak terang bulan adalah usaha yang dibuat oleh pak ahmad, ia mulai menjalankan bisnis ini pada tahun 2017 lalu. Usahanya ini ia jalankan melalui offline dan juga online. Pemasaran online yang dilakukan pak Ahmad adalah dengan join bersama pihak grabfood dan gofood.

Dalam wawancara yang kami lakukan terhadap pemilik usaha makanan di sekitaran kota medan dan dengan beberapa mahasiswa kami mendapat jawaban dari para narasumber tentang tantangan-tantangan yang di hadapi dan cara-cara menghadapinya selama bergelut di usaha bisnis makanan secara online.

1. Alasan memilih berjualan secara online

Rata-rata alasan para pelaku usaha bisnis makanan berjualan secara online adalah dikarenakan keadaan pandemi dan diberlakukannya PPKM di kota medan, serta saat sekarang ini banyak masyarakat yang lebih menyukai membeli makanan via online karena lebih menghemat waktu mereka.

Warung Rosojoyo memilih untuk melakukan pemasaran melalui social media dikarenakan di berlakukannya PPKM di kota Medan yang membuat warungnya yang semula ramai pengunjung menjadi sepi dan menuntutnya untuk melakukan penjualan secara online (Bu Ayu 20 oktober 2021)

Warung ayam geprek berkah Alasan warung ayam geprek berkah melakukan penjualan melalui online adalah dikarenakan mereka menyadari di era serba digital ini banyak masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk datang langsung ke tempat makan dan lebih memilih untuk memesan makanan via online atau aplikasi ditambah dengan keadaan pandemi juga. (pak Readi 20 oktober 2021)

Usaha popcorn jaya memilih untuk melakukan pemasaran secara online dikarenakan kemudahan yang di tawarkan jika berjualan secara online yaitu waktu yang digunakan lebih fleksibel dan tidak memakan tempat dan juga konsumen yang di gapai lebih luas sehingga dapat mencapai target pemasaran(Rafly 20 oktober 2021)

Dapur coklat mengatakan alasan mereka untuk joim dengan pihak gofood dan grabfood adalah untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas dan dengan bergabung dengan mitra tersebut mereka menjadi lebih mudah dalam proses pengiriman barang kemana saja ( Nabila 20 oktober 2021)

Martabak terang bulan, pendapatan Pak Ahmad dari usahanya ini sangat turun drastis semenjak di berlakukannya PPKM di kota medan dan dia mengambil solusi untuk meningkatkan kembali pendapatan dari usahanya adalah dengan menjual makanannya melalui via aplikasi yaitu dengan bergabung dengan pihak gofood dan grabfood (Pak Ahmad 20 oktober 2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan kepada para pelaku usaha bisnis makanan melalui online di kota Medan dan beberapa mahasiswa dari UINSU kami dapat menarik kesimpulan bahwa alasan para pelaku bisnis ini melakukan usaha nya melalui online sebagian besar dikarenakan oleh kemajuan era digital dan juga disebabkan oleh pandemic yang sedang melanda sert ada juga yang mengatakan jika berjualan dengan online waktu yang di gunakan lebih flaksibel dan capaian dari bisnis secara online ini sangat luas.

Para pelaku bisnis ini banyak memasarkan jualannya melalui aplikasi seperti gofood, grabfood, whatsapp, instagram dan juga facebook. Para pelaku usaha ini merasa sangat terbantu oleh aplikasi-aplikasi tersebut.

2. Tantangan-tantangan yang dihadapi selama berjualan secara online

Di era yang serba digital sekarang ini para pelaku bisnis makanan harus mampu melakukan yang terbaik guna menarik minat para konsumen untuk membeli ditempat mereka. Dalam mencapai itu semua tentunya banyak sekali tantangan yang harus di hadapi. Dari wawancara yang kami lakukan pada 20 oktober 2021 kepada para pelaku bisnis makanan secara online ini, kami mendapat jawaban tentang banyaknya tantangan yang harus mereka hadapi , tantangan yang mereka hadapi di mulai dari, ketatnya persaingan di dunia bisnis kuliner online, cara memahami keinginan oara konsumen, mengikuti tren yang berkembang , dan cara menarik minat para pelanggan serta banyak lainnya.

Berikut ini pernyataan dari para responden yang kami wawancarai :

Tantangan yang saya hadapi selama berjualan online ini sangan banyak mulai dari rasa takut gagal karena kita harus mencoba hal baru, harus memahami dunia internet, saya yang dulunya tidak terlalu memahami tentang internet sekarang harus belajar mengikuti era dimana semua serba online, itu tantangan yang harus hadapi selama malakukan usaha jualan makanan selama online. (Bu Ayu pemilik warung Rosojoyo)

Pernyataan yang di sampaikan oleh pak Readi sebagai pemilik warung ayam geprek berkah juga hampir sama tantangan yang ia hadapai yaitu harus mampu memenuhi keinginan pelanggan dimana semua harus serba cepat dan praktis, tantangan utama yang di hadapi adalah menarik pelanggan untuk mau membeli di warung kita, ini adalah hal yang harus di pikirkan dengan baik ,tuturnya.

Pak Rafly selaku pemilik usaha popcorn jaya mengatakan tantangan utama yang di hadapi dalam menjalankan bisnisnya adalah banyaknya pesaing yang mulai bermunculan, sebagai pemilik usaha popcorn tentunya harus mampu mengambil bagian di persaingan tersebut dan harus meningkatkan kualitas dan relasi kepada para konsumen.

Pemilik usaha dapur coklat yaitu Bu Nabila mengatakan tantangan yang ia hadapi selama melakukan penjualan secara online adalah dalam proses pengantaran (*delivery*) , proses pengantaran kue dengan makanan lain tentunya sangat berbeda jadi hal utama yang harus di perhatikan adalah bagaimana supaya kue yang di pesan oleh konsumen sampai kepada mereka dengan baik, itu saja tantangan terbesar yang harus saya hadapi ujar Bu Nabila

Pernyataan yang serupa di sampaikan oleh Pak Ahmad sebagai pemilik usaha martabak terang bulan tantangan terbesar yang saya hadapi sellain dari menarik pelanggan adalah proses pengirimannya kepada para pelanggan, tak jarang martabak yang saya jual sampai ke pelanggan tidak seperti yang saya iklankan dikarenakan pengiriman yang kurang baik, tutur nya.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan kepada para pemilik usaha makanan online, dapat disimpulkan tantangan yang di hadapi adalah

- Menarik pelanggann
- Rasa takut gagal karena harus memulai sesuatu yang baru
- Persaingan yang ketat
- Memenuhi keinginan konsumen yang kadang berubah ubah
- Pengiriman yang kadang kurang memuaskan

Dalam menghadapi tantangan tersebut tentunya setiap usaha memiliki cara tersendiri untuk menghadapinya.

### 3. Cara menghadapi tantangan

Setelah mengetahui tantangan yang di hadapi kini para pelaku usaha harus mencari cara menghadapi tantangan tersebut. Berikut hasil wawancara yang kami lakukan tentang cara yang di lakukan oleh para pelaku usaha dalam menghadapi tantangan myang mereka hadapi.

Dari tantangan yang kita sebutkan diatas ada berbagai cara dalam menghadapinya seperti Bu Ayu dalam menarik minat pelanggan yaitu dengan memberikan beberapa promosi kepada para konsumen sehingga mereka akan tetap membeli di warungnya, dan tetap berusaha memberikan pelayanan terbaik.

Pak Readi juga melakukan hal yang sama yaitu memberikan diskon pembelian kepada para konsumen yang membeli lebih dari 3 kali di tokonya, dan juga ia makin memperbanyak iklan tentang warung yang ia miliki.

Usaha yang dilakukan Pak Rafly dalam menghadapi ketatnya persaingan adalah dengan memperbanyak relasi kepada masyarakat dan organisasi-organisasi untuk bisa tetap mempertahankan kelangsungan usahanya.

Bu Nabila memilih bergabung dengan pihak gofood dan grabfood untuk bisa menghadapi tantangan dalam bisnisnya, dimana pengiriman makanan dari tokonya bisa lebih terjamin dan aman sampai kepada para konsumen dengan memilih join kepada pihak gofood dan grabfood.

Pak Ahmad juga melakukan hal yang sama dengan Bu Nabila menggunakan jasa yang disediakan oleh pihak grab dan gojek, dan pengirimannya bisa lebih aman.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diambil kesimpulan usaha-usaha yang dilakukan para pemilik usaha dalam menghadapi tantangan dalam bisnisnya yaitu :

- Memberikan promosi kepada para pelanggan tetap agar tidak pindah membeli ke toko lain
- Berusaha memahami kebutuhan para konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik
- Memperluas relasi kepada masyarakat dan organisasi-organisasi
- Memilih join dengan beberapa mitra seperti jasa pengiriman gofood & grabfood

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang kami lakukan maka penelitian ini dapat kami simpulkan. Tantangan yang besar dihadapi para pelaku usaha ketika system mereka berjualan yang semula hanya secara sederhana yaitu face to face dengan kehadiran teknologi dan semua serba online membuat para pelaku ini harus mampu mengikuti arus perkembangan teknologi atau sekarang sering disebut dengan nama *E-BUSSINES*. Semakin maju teknologi tidak hanya berdampak pada perusahaan-perusahaan besar tetapi juga berdampak pada pelaku usaha kecil menengah. Para pelaku usaha harus mampu memanfaatkan semua peluang yang ada untuk mencapai tujuan dari usahanya.

### Saran

Semakin maju teknologi tidak hanya berdampak pada perusahaan-perusahaan besar tetapi juga berdampak pada pelaku usaha kecil menengah. Para pelaku usaha harus mampu memanfaatkan semua peluang yang ada untuk mencapai tujuan dari usahanya

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M Kwartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil Dan Menengah*. Yogyakarta: AndiOffset.
- Ari Mulianta Ginting dkk., *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), 7.
- Setyowati, Eni. Dkk. 2020. *Work From Home*. Tulungagung. IAIN Tulungagung Press.
- Sunarsi, D. 2020. Implikasi Digitalisasi UMKM. *Digitalisasi UMKM*, 57.

## Sales Volume, Operating Cost and its Effect on Profitability (Study on Listed Companies in The Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2017-2020)

### Volume Penjualan, Biaya Operasional dan Pengaruhnya terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020)

Padriyansyah<sup>1)</sup>; Ryan Al Rachmat<sup>2)</sup>; Trie Sartika Pratiwi<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Department of Accounting, Faculty of Economic, Tridnanti University, Palembang

<sup>2)</sup> Department of Accounting, Sekayu Polytechnic, Musi Banyuasin

<sup>3)</sup> Department of Accounting, Faculty of Economic, Sriwijaya University

Email: <sup>1)</sup> [Padriyansyah@univ-tridnanti.ac.id](mailto:Padriyansyah@univ-tridnanti.ac.id); <sup>2)</sup> [ryan-alrachmat@hotmail.co.id](mailto:ryan-alrachmat@hotmail.co.id); <sup>3)</sup> [trie.sartika@fe.unsri.ac.id](mailto:trie.sartika@fe.unsri.ac.id)

#### How to Cite :

Padriyansyah., Rachmat, R. A., Pratiwi, T. S. (2022). Sales Volume, Operating Cost and its Effect on Profitability (Study on Listed Companies in The Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2017-2020). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [03 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Sales Volume, Operating Cost, Profitability

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



#### ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yaitu menggunakan lebih dari satu variabel independen untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti yaitu volume penjualan, biaya operasional dan profitabilitas. Data yang digunakan berupa laporan keuangan laba rugi perusahaan, yang diperoleh dari situs bursa efek indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi yang digunakan adalah laporan keuangan tahunan yang telah di publikasikan selama 4 periode tahun 2017-2020 sebanyak 16 perusahaan. Sampel dalam penelitian berupa laporan keuangan tahunan (laporan laba rugi) periode 2017-2020 sebanyak 10 perusahaan (40 sampel) sesuai dengan kriteria penarikan sampel. Hasil diperoleh, Volume Penjualan dan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas dibuktikan dengan hasil Fhitung 6,827 > Ftabel sebesar 3.250 dengan tingkat signifikan 0,003. Sedangkan secara parsial Volume Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas dibuktikan dengan hasil thitung sebesar 2,980 dan ttabel sebesar 2.026 dengan nilai signifikan sebesar 0,005, dan juga Biaya Operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas dibuktikan dengan thitung sebesar -3,599 dan ttabel sebesar 2.026 dengan nilai signifikansi 0,001

#### ABSTRACT

This study is associative research that uses more than one independent variable to determine the relationship between the variables studied, namely sales volume, operating costs, and profitability. The data used are in the form of company profit and loss financial statements, which were obtained from the Indonesian stock exchange website [www.IDX.co.id](http://www.IDX.co.id). The population used is the annual financial statements published for 4 periods 2017-2020 as many as 16 companies. The sample in this study is in the form of annual financial statements (profit and loss statements) for the 2017-2020 period as many as 10 companies (40 samples) according to the sampling criteria. The results obtained, Sales Volume and Operational Costs affect Profitability as evidenced by the results of Fount 6.827 > Fable of 3.250 with a significant level of 0.003. While partially Sales Volume affects Profitability as evidenced by the results of count of 2,980 and table of 2,026 with a significant value of 0.005, and also Operational Costs affect

*Profitability as evidenced by a count of -3.599 and table of 2.026 with a significance value of 0.00.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, laba atau profit merupakan salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha. Tanpa diperoleh laba, perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan lainnya yaitu pertumbuhan yang terus-menerus (*going concern*) dan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Untuk menjamin agar perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan laba. Dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan beban (Firmansyah, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wisesa (2015) banyak cara untuk memperoleh laba maksimal, salah satunya adalah dengan meningkatkan volume penjualan dan menekan biaya operasional yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Munawir (2016: 117) berpendapat bahwa, untuk dapat mencapai laba bersih yang maksimal dalam perencanaan maupun realisasinya manajemen dapat melakukan beberapa langkah, salah satunya dengan meningkatkan volume penjualan semaksimal mungkin. Berikut ini data Volume Penjualan, Biaya Operasional dan Profitabilitas pada perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia

**Tabel 1. Volume Penjualan, Biaya Operasional dan Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020 (Dalam Jutaan Rupiah)**

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Volume Penjualan	Biaya Operasional	Profitabilitas
1	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	2017	4.257.738	51.447	0,03
		2018	3.629.327	62.839	0,03
		2019	3.120.937	44.698	0,07
		2020	3.634.297	51.430	0,05
2	PT. Delta Jakarta Tbk.	2017	777.308	85.421	0,36
		2018	893.006	79.000	0,38
		2019	827.136	68.361	0,38
		2020	546.336	78.513	0,23
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	2017	35.606.593	4.013.447	0,10
		2018	38.413.407	4.429.860	0,12
		2019	42.296.703	2.119.627	0,13
		2020	46.641.048	2.557.502	0,16
4	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	2017	70.186.618	7.237.120	0,07
		2018	73.394.728	7.817.444	0,07
		2019	76.592.955	8.489.356	0,08
		2020	81.731.469	9.007.860	0,11
5	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	2017	3.389.736	525.328	0,39
		2018	3.649.615	610.693	0,34
		2019	3.711.405	367.927	0,32
		2020	1.985.009	257.864	0,14
6	PT. Mayora Indah Tbk.	2017	20.816.673	1.909.487	0,08
		2018	24.060.802	3.045.558	0,07
		2019	25.026.739	4.027.986	0,08
		2020	24.476.953	3.769.234	0,09

7	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.	2017	2.491.100	806.041	0,05
		2018	2.766.545	976.075	0,05
		2019	3.337.022	1.142.309	0,07
		2020	3.512.034	1.200.337	0,05
8	PT. Sekar Laut Tbk.	2017	914.188	107.267	0,03
		2018	1.045.029	116.622	0,03
		2019	1.281.116	134.870	0,04
		2020	1.253.700	146.973	0,03
9	PT. Sekar Top Tbk.	2017	2.825.409	187.164	0,08
		2018	2.826.957	168.669	0,09
		2019	3.512.509	217.197	0,14
		2020	3.846.300	180.762	0,16
10	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk.	2017	4.879.559	689.769	0,15
		2018	5.472.882	855.358	0,13
		2019	6.223.057	890.515	0,17
		2020	5.967.362	773.759	0,19

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan tabel diatas, terdapat fenomena khusus yang terjadi terhadap 10 perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini. Pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk terjadi pada tahun 2020 meskipun volume penjualan dan biaya operasional meningkat dari tahun sebelumnya tetapi tingkat profitabilitas menurun dari tahun sebelumnya. Pada PT. Multi Bintang Indonesia Tbk terjadi pada tahun 2018 dimana volume penjualan meningkat namun biaya operasional yang tinggi sehingga menyebabkan tingkat profitabilitas menurun. Pada PT. Mayora Indah Tbk terjadi pada tahun 2018 dimana volume penjualan meningkat namun biaya operasional yang tinggi sehingga menyebabkan tingkat profitabilitas menurun.

Pada PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk pada tahun 2020 volume penjualan meningkat dan biaya operasional meningkat tetapi tingkat profitabilitas menurun. Sedangkan, pada PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk pada tahun 2018 meskipun volume penjualan meningkat dan biaya operasional juga meningkat tetapi tingkat profitabilitas perusahaan menurun.

Adapun berdasarkan riset hasil penelitian terdahulu yang oleh Wisesa (2015) yang membahas tentang pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Usaha Dagang Agung Ehsa tahun 2013 memperlihatkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih dibuktikan dengan perhitungan  $t_{hitung} = 5.650 > t_{tabel} = 1.181246$  berpengaruh sebesar 0,883. serta, Biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih dibuktikan dengan  $t_{hitung} = 3.078 > t_{tabel} = 1.181246$  berpengaruh sebesar -0,716. Selain itu, secara simultan Volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Usaha Dagang Agung Ehsa tahun 2013 adalah 96,8% , sisanya 3,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi, berdasarkan pada latar belakang tersebut maka penulis ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas perusahaan, dan pengaruh biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Penjualan

Menurut Utari (2016: 222) bahwa : "Penjualan ialah jumlah barang yang dijual atau volume penjualan kali harga. Jika sebelum melakukan kegiatan bisnis ditentukan standar volume penjualan dan harga standar, maka setelah kegiatan dilaksanakan akan lahir varian penjualan. Varian penjualan ialah selisih antara penjualan standar dan penjualan aktual yang dapat disajikan dalam bentuk varian volume penjualan dan varian harga".

Selanjutnya, Dharmastha (2015: 197) mengatakan bahwa: "Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi). Dalam menganalisa volume penjualan, manager dapat membandingkan hasil penjualannya, dengan sasaran atau target perusahaan dan juga dengan penjualan industri"

### Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan, kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, dengan adanya kegiatan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Dharmesta (2015: 80) tujuan penjualan yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapat laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

### Pengertian Biaya

Pengertian biaya secara umum adalah semua pengorbanan yang di perlukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi ataupun yang akan terjadi. Beberapa pengertian menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Sujarweni (2015 :9) menyatakan bahwa: "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan".

### Pengertian Biaya Operasional

Menurut Wardiyah (2017:13) biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha. Biaya penjualan dan biaya administrasi berhubungan dengan operasi yang dilakukan.

Menurut Dharmesta (2015:205) bahwa biaya operasi dapat dibagi menjadi dua golongan biaya yaitu:

1. Biaya langsung  
Biaya-biaya yang terjadi dalam kaitannya dengan satu segmen pasar atau satu unit organisasi penjualan. Contohnya: gaji dan biaya perjalanan wiraniaga di daerah A, merupakan biaya langsung untuk daerah tersebut. Contoh lain adalah biaya media untuk mengiklankan produk C, merupakan biaya pemasaran langsung untuk produk tersebut.
2. Biaya tidak langsung  
Biaya-biaya yang terjadi diantara lebih dari satu unit pemasaran dan tidak dapat ditujukan jumlahnya untuk satu produk, daerah penjualan atau segmen pasar saja. Biaya tidak langsung ini terjadinya dapat secara keseluruhan atau sebagian (parsial). Contohnya: biaya pemasaran dan biaya pengiriman (biaya tidak langsung parsial). Biaya administrasi pemasaran (biaya tidak langsung total).

### Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio keuangan dalam laporan keuangan yang penting karena berhubungan dengan tingkat laba besarnya penjualan harga pokok penjualan serta beban operasi dan beban non operasi untuk menilai sumber daya (*persistence*) pengukuran dan pengukuran dan hubungan ekonomi utamanya penilai ini memungkinkan untuk membedakan kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi.

Profitabilitas perusahaan termasuk bagian yang penting dari analisis laporan keuangan seluruh laporan keuangan dapat digunakan untuk analisis profitabilitas namun yang paling penting adalah laba rugi laporan laba rugi menunjukkan hasil operasi perusahaan selama satu periode.

Menurut Sartono dalam Fatmawati (2017:19) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Pada umumnya perusahaan lebih menyukai pendapatan yang mereka terima digunakan sebagai sumber utama dalam pembiayaan untuk investasi. Apabila sumber dari perusahaan maka alternatif lain yang digunakan adalah dengan mengeluarkan hutang, baru kemudian mengeluarkan saham baru sebagai alternatif lain untuk pembiayaan.

Menurut Hery (2015: 228) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

### Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja tetapi juga bagi pihak dari luar perusahaan terutama pihak pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2016: 197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu :

1. Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri, dan tujuan lainnya.

Sementara itu, menurut Kasmir (2016: 198) manfaat yang di peroleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Manfaat lainnya "

### Jenis – Jenis Rasio Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai macam cara tergantung laba aktiva dan modal yang akan di perbandingkan satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan analisis ROE mengukur seberapa besar perusahaan mampu memuaskan kepentingan pemegang saham.

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016: 199) dalam prakteknya jenis – jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

1. *Profit Margin (Profit Margin On sales)*
2. *Return On Investment (ROI)*
3. *Return On Equity (ROE)*
4. Laba Per Lembar Saham

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:11) "jenis penelitian yang ditinjau dari tingkat eksplanasi (*level of explanation*) adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Berdasarkan hal ini,

penelitian dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu: (1) Penelitian Deskriptif, (2) Penelitian Komperatif dan (3) Penelitian Assosiatif. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian assosiatif yaitu menggunakan lebih dari satu variabel independen dan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti yaitu volume penjualan, biaya operasional dan profitabilitas.

#### Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini sumber data yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, yang diperoleh secara tidak langsung, data tersebut adalah laba-laba yang diolah lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain. Data yang digunakan berupa laporan keuangan laba rugi perusahaan, yang diperoleh dari situs bursa efek indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com) dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam adalah dokumentasi.

#### Populasi, Sampel, Sampling

Populasi yang digunakan adalah laporan keuangan tahunan yang telah di publikasikan selama 4 periode tahun 2017-2020 sebanyak 16 perusahaan. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (laporan laba rugi) perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020 sebanyak 10 perusahaan (40 sampel) sesuai dengan kriteria penarikan sampel.

1. Perusahaan industri makanan dan minuman yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun penelitian yaitu tahun 2017 sampai 2020.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang melaporkan secara publik laporan keuangannya selama satu periode akuntansi (12 bulan).
3. Perusahaan makanan dan minuman yang memperoleh laba positif (tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2017-2020)

Menggunakan *purposive sampling* dari penarikan sampel diatas maka diperoleh sebanyak 40 sampel (laporan keuangan tahunan ) dari 10 perusahaan dengan periode laporan keuangan 4 tahun (2017-2020) yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Daftar Sampel Perusahaan Makanan dan Minuuman yang Memenuhi Kriteria

No	Kode	Nama perusahaan	Sampel
1	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	4
2	DLTA	Delta Jakarta Tbk	4
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	4
4	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	4
5	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	4
6	MYOR	Mayora Indah Tbk	4
7	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	4
8	SKLT	Sekar laut Tbk	4
9	STTP	Siantar Top Tbk	4
10	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	4
Total Sampel			40

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas.

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan F regresi linear berganda menunjukkan bahwa antara Volume Penjualan dan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil  $F_{hitung} 6,827 > F_{tabel}$  sebesar 3.250 dengan tingkat signifikan 0,003, apabila dibandingkan dengan tingkat signifikan  $F_{hitung}$  lebih kecil daripada tingkat signifikan yang

diharapkan ( $0,003 < 0,05$ ) artinya Volume Penjualan dan Biaya Operasional secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020.

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Wisesa (2015) yang berjudul "Pengaruh Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada Usaha Dagang Agung Esha". Dikatakan bahwa untuk meningkatkan laba bersih, maka volume penjualan pada suatu perusahaan harus meningkat juga biaya harus efisien, serta biaya tersebut harus tinggi dari pendapatan yang diperoleh.

### **Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan hasil uji hipotesis uji t menunjukkan thitung sebesar 2,980 dan ttabel sebesar 2.026 (  $thitung < ttabel$  ), sedangkan nilai signifikan sebesar 0,005 artinya  $< 0,05$ . Koefisien regresi variabel Volume Penjualan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Volume Penjualan terhadap Profitabilitas searah, artinya hasil akhir penjualan yang dicapai memenuhi target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Hasil uji koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa Volume Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020, sehingga dapat dikatakan H2 diterima.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa perusahaan dengan volume penjualan yang besar ada kecenderungan memiliki laba bersih yang lebih tinggi. Volume penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas karena bila penjualan meningkat maka diharapkan akan menaikkan laba bersih pula, selama hasil penjualan dan pendapatan tersebut lebih besar dari biaya yang dikeluarkan.

Hasil penelitian ini sependapat dengan teori Munawir (2016:117), salah satu langkah untuk meningkatkan profitabilitas (laba bersih) adalah dengan memperhatikan besar kecilnya volume penjualan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Wisesa (2015) yang membahas tentang pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Usaha Dagang Agung Ehsa yang menyimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih dengan  $thitung = 5.650 > ttabel = 1.181246$  berpengaruh sebesar 0,883.

### **Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel biaya operasional ( $X_2$ ) menunjukkan thitung sebesar -3,599 dan ttabel sebesar 2.026 ( $thitung < ttabel$ ), sedangkan nilai signifikansi 0,001 artinya  $< 0,05$ , maka H3 diterima, artinya Biaya Operasional ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap profitabilitas (Y)

Hasil penelitian ini selaras dengan bukti empiris yang menyatakan bahwa perusahaan dengan biaya operasional yang kecil ada kecenderungan memiliki tingkat profitabilitas lebih tinggi. Biaya operasional berpengaruh terhadap profitabilitas karena bila biaya operasional perusahaan menurun maka diharapkan akan menaikkan tingkat profitabilitas pula, selama biaya operasional tersebut lebih kecil dari pada pendapatan perusahaan.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wisesa (2015) yang menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih sebesar -0,716, apabila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. sedangkan, apabila terjadi pemborosan biaya maka akan mengakibatkan menurunnya *net profit*. Selain itu, hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2015) dengan judul "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Dengan Perputaran Persediaan Sebagai Variabel Temoderasi" yang menyimpulkan bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih dengan nilai sebesar -1,687. Semakin berkembangnya atau besarnya perusahaan maka secara otomatis akan meningkat kegiatan yang dilakukan perusahaan dan semakin adanya peningkatan kegiatan perusahaan akan membuat biaya yang dikeluarkan untuk

operasional perusahaan semakin meningkat atau tinggi. Jadi, agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti pemborosan dan penyelewengan biaya, seluruh biaya yang dikeluarkan harus digunakan dengan efektif dan efisien dan sesuai dengan yang di anggarakan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Volume Penjualan dan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Volume Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Biaya Operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### Saran

Penelitian ini hanya mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas, diharapkan pada masa yang akan datang peneliti lain dapat menggunakan sampel lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian lebih valid. Pihak manajemen atau perusahaan sebaiknya memperhatikan penjualan, profitabilitas dan biaya operasional untuk meningkatkan laba.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. 2015. *Manajemen Pemasaran*. BPFE : Yogyakarta
- Fatmawati. 2017. Pengaruh ROE, EPS dan PER Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Barang Konsumsi di BEI. *Jurnal Akuntansi*. 2017
- Firmansyah, Jabar. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih, Perubahan Pendapatan Dan Beban Pada Pt. Alumindo Light Metal Industry Tbk. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Palembang*
- Hery. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Satu. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Munawir. 2016, *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi keempat. Cetakan Kelima Belas: Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta : Bandung.
- Utari, Dewi. 2016. *Manajemen SDM Abad 21 (Sumber Daya Manusia)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Wardiyah, Mia Lasmi. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Pustaka Setia
- Wisesa, I Wayan Bayu. 2014. Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Agung Esha Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. Vol.4 No.1*  
[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## Implementation of Virtual Classroom and Zoom Networks in Continuing Student Learning

### Implementasi Jaringan Virtual Classroom dan Zoom dalam Keberlangsungan Belajar Siswa

Nurbaiti <sup>1)</sup>; Nadhrah Al Aflah <sup>2)</sup>; Supardi<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: <sup>1)</sup> [Nurbaiti@uinsui.ac.id](mailto:Nurbaiti@uinsui.ac.id) ; <sup>2)</sup> [Nadhrahalafiah2778@gmail.com](mailto:Nadhrahalafiah2778@gmail.com); <sup>3)</sup> [Supardireal71@gmail.com](mailto:Supardireal71@gmail.com)

#### How to Cite :

Nurbaiti., Aflah, N. A., Supardi. (2022). Implementation of Virtual Classroom and Zoom Networks in Continuing Student Learning. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [03 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Covid-19, Virtual Learning,

Zoom Meeting, Classroom

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



#### ABSTRAK

Almost all corners of the world have been affected or affected by this Covid-19 virus disease, even some countries have set a lockdown status and other anticipations for the spread of the Covid-19 virus. The alternative used in this bold learning activity system is to utilize the internet network, namely the Zoom Meeting and Classroom application. This study aims to determine students' perceptions of the use of internet networks such as zoom meetings and classrooms used and how effective learning is during the Covid-19 pandemic. The research conducted here uses descriptive qualitative research methods. And the results of this study indicate that the zoom application is an application that is very effective and preferred by students because it is easier to use and very efficient when the learning process is bold and shows that some students who give their perception of the application used during learning that are brave are the Zoom Meeting application, namely the application. Zoom Meeting. by 66.7%, followed by the Google Meet application at 22.2% and the Classrom application at 11.1%.

#### ABSTRACT

Hampir seluruh penjuru dunia yang mengalami dampak atau sudah terkena penyakit virus Covid-19 ini, bahkan beberapa negara sudah menetapkan status lockdown dan antisipasi lainnya untuk menghentikan penyebaran penularan Covid-19 ini. Alternatif yang digunakan dalam sistem kegiatan pembelajaran daring adalah dengan memanfaatkan jejaring internet yaitu aplikasi Zoom Meeting dan Classroom. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi siswa terhadap penggunaan jejaring internet seperti zoom meeting dan classroom yang digunakan dan seberapa efektif saat keberlangsungan belajar di masa pandemi virus Covid-19. Penelitian yang dilakukan disini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi zoom merupakan aplikasi yang sangat efektif dan disukai para siswa karena lebih mudah digunakan dan sangat efisien saat proses pembelajaran daring dan menunjukkan bahwa dari beberapa siswa yang memberikan persepsi mereka mengenai aplikasi yang banyak digunakan saat pembelajaran daring adalah aplikasi Zoom Meeting yaitu sebesar 66,7%, kemudian disusul dengan aplikasi Google Meet sebesar 22,2% dan aplikasi Classrom sebesar 11,1%.

## PENDAHULUAN

Pada era zaman perkembangan sekarang, dimana masyarakat dunia sedang dilanda penyakit virus yang menular yaitu Covid-19, termasuk negara Indonesia salah satunya. Covid-19 (Corona Virus Disease 19) tersebar mulai pertama kali muncul sejak akhir Tahun 2019 di Wuhan, China. Covid-19 merupakan sebuah penyakit atau virus yang menular sangat cepat dan sulit untuk mengetahui ciri-ciri orang yang terkena virus ini karena masa inkubasinya selama kurang 14 hari. Hampir seluruh penjuru dunia yang mengalami dampak atau sudah terkena penyakit virus Covid-19 ini, bahkan beberapa negara sudah menetapkan status lockdown dan antisipasi lainnya untuk menghentikan penyebaran penularan Covid-19 ini. Akibat dari kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh negara yang terkena virus Covid-19 ini, banyak sektor-sektor yang terkena dampaknya seperti sektor perekonomian dan ini merupakan sektor yang paling utama terkena dampak besar dari kebijakan-kebijakan tersebut. Selain dari sektor perekonomian ada juga sektor yang terkena dampak langsung dari kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan yaitu sektor pendidikan. Menurut UNESCO tercatat setidaknya 1,5 milyar anak sekolah yang terkena dampak dari virus Covid-19 ini dari 188 negara termasuk 60 juta diantaranya adalah negara Indonesia. Akibat virus ini banyak sekali sekolah-sekolah yang ditutup dan ini merupakan salah satu untuk pencegahan penularan dari virus Covid-19 ini.

Kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah di tiap-tiap negara adalah Social Distancing. Social Distancing merupakan suatu tindakan dimana setiap orang diharuskan dan diwajibkan untuk saling menjaga jarak, menjaga kebersihan serta menggunakan masker guna untuk memutus mata rantai penyebaran dari virus Covid-19. Di Indonesia sendiri, pihak pemerintah telah mengeluarkan surat edaran Kemendikbud No. 2 Tahun 2020 dan No.3 Tahun 2020 tentang pencegahan dan penanganan Covid-19 mewajibkan lembaga pendidikan untuk melakukan kegiatan pembelajaran secara daring atau online. Oleh karena itu, guru maupun dosen harus memikirkan alternatif apa yang harus digunakan untuk sistem pembelajaran daring tersebut. Alternatif yang digunakan dalam sistem kegiatan pembelajaran daring adalah dengan memanfaatkan jejaring internet. Dengan memanfaatkan jejaring internet maka akan mempermudah guru atau dosen dalam kegiatan pembelajaran daring. Banyak sekali jejaring internet yang bisa digunakan dalam media pembelajaran daring. Salah satu jejaring internet nya adalah aplikasi Zoom Meeting dan Classroom.

Zoom Meeting adalah media pembelajaran yang berbasis video meskipun didalamnya terdapat ruang chat dan tempat share Power Point (PPT) atau dokumen. Aplikasi zoom juga memiliki fitur pendukung kegiatan proses pembelajaran seperti fitur share screen yang berfungsi untuk menampilkan materi pembelajaran. Aplikasi zoom dibuat oleh seorang tokoh California yaitu Eric Yuan dan kemudian diresmikan pada Tahun 2011 di San Jose, California. Zoom meeting juga dapat mendukung pembelajaran dan mempermudah siswa dalam belajar atau menerima sebuah materi pembelajaran sehingga siswa dapat menerima pesan dengan efisien dan efektif. Kemudian ada Classroom yang merupakan media pembelajaran yang berbasis Virtual Classroom (kelas maya) yang memiliki konsep dirasa lebih modern sehingga terciptalah interaksi antara guru dan siswa yang tidak terbatas ruang dan waktu yang akan membawa situasi kelas nyata ke dalam teknologi dan mengubah situasi belajar mengajar tersebut seolah-olah menjadi nyata. Classroom bertujuan untuk menyederhanakan untuk membuat, mendistribusikan dan menilai tugas dengan cara tanpa kerja dan tujuan utama dari classroom adalah untuk merampingkan proses berbagi file antara guru dan siswa (Googlegroup). Dari kedua jejaring internet media pembelajaran tersebut dapat memudahkan guru atau dosen melakukan kegiatan selama pembelajaran daring dan membantu siswa agar lebih cepat dan tanggap dalam menyerap kompetensi yang diajarkan oleh guru atau dosen.

## LANDASAN TEORI

Pendidikan jarak jauh adalah pendidikan formal berbasis lembaga yang peserta didik dan infrastrukturnya berada dilokasi terpisah sehingga memerlukan sistem telekomunikasi interaktif untuk menghubungkan keduanya dan berbagai sumber daya yan diperlukan didalamnya. Pembelajaran jarak jauh merupakan sistem belajar mengajar yang di terapkan oleh pemerintah Indonesia dalam menanggulangi krisis pendidikan yang terjadi akibat pandemi covid-19. Pembelajaran jarak jauh ini di laksanakan dengan pihak pendukung berupa aplikasi jejaring virtual berupa aplikasi belajar online seperti aplikasi zoom meeting, aplikasi classroom dan lainnya.

Dalam jurnal penelitian ini akan di bahas mengenai aplikasi belajar online akan yang akan lebih Efektif dalam keberlangsungan pembelajaran jarak jauh, Adapaun penelitian ini menggunakan matode pengembangan materi jurnal yang berhubungan dengan judul jurnal yang kami ambil. Dengan membandingkan kedua aplikasi belajar online antara zoom meeting dan classroom kami akan menyimpulkan aplikasi mana yang lebih banyak di gunakan dalam pembelajaran jarak jauh.

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan disini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana penelitian ini merupakan penelitian yang mengembangkan isi jurnal pendidikan yang kami ambil. Pada metode penelitian ini kami melalui beberapa tahapan yaitu : 1.) Pengumpulan data dengan berdasarkan jurnal dan pembahasan kami, 2.) Perencanaan analisis yang di perlukan dalam pengguna kegiatan belajar mengajar berupa aplikasi jejaring virtual, 3.) Pengembangan data pembelajaran virtual yang berbasis online yakni berupa aplikasi virtual zoom dan google classsroom. Selain itu, penelitian ini mengumpulkan data dengan cara menggunakan metode grounded theory dengan teknik wawancara atau pengisian kusioner melalui Google Form yang nantinya akan ditunjukkan kepada beberapa siswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat milenial merupakan masyarakat yang memiliki sifat dinamis, la dapat berubah-ubah seiring dengan perjalanan teknologi yang terjadi. Masyarakat milenial sangat peka terhadap perkembangan teknologi yang terjadi, baik dalam hal sosial, pendidikan, seni, dan lainnya. Sebagai pelaku dan yang mengkonsumsi teknologi, masyarakat milenial harusnya mampu mengimbangi perkembangan teknologi yang ada, salah satu contohnya seperti saat ini yang mana Masyarakat di tuntutan mampu mengimbangi diri dengan sistem pendidikan yang ketergantungan dengan teknologi apalagi dengan di barengi situasi pandemi covid yang mengharuskan para siswa dapat beradaptasi dengan sistem pendidikan online yang di terapkan olehnya dinas pendidikan.

Secara konvensional, kegiatan proses belajar mengajar harusnya di lakukan dengan tatap muka, secara langsung antara guru dan siswa. Guru yang bertugas untuk memberikan pembelajaran dan siswa yang memiliki hak untuk mendapatkan ilmu yang falid dari guru. Interaksi yang terjadi antara guru dan siswa ini seharusnya dilakukan secara langsung, agar siswa yang diajarkan mendapatkan ilmu dan memahami apa yang di sampaikan oleh guru.

Namun yang terjadi pada saat ini, kegiatan belajar mengajar dilaksanakan secara virtual, menggunakan jejaring internet, dikarenakan situasi yang mengharuskan untuk tetap berada di rumah dan siswa harus tetap melanjutkan kegiatan pendidikan dari guru. Kegiatan belajar mengajar Kegiatan belajar mengajar saat ini masih tetap berlangsung namun dengan jaringan virtual menggunakan aplikasi pendidikan baik barupa zoom dan classroom, banyak guru yang mewajibkan para siswanya untuk mengunduk aplikasi tersebut untuk tetap melanjutkan kegiatan belajar mengajar. Kgiatan belajar mengajar ini dilaksanakan dengan guru yang memberikan materi dan para siswa yang menerima materi dari melalui aplikasi virtual tersebut.

Apa itu virtual learning. Perkembangan teknologi dan informasi yang pada saat ini telah berkembang dan melesat tinggi, memberi kemudahan bagi sebgain orang untuk kepentingan pribadinya ,baik dalam kehidupan peribadi, pekerjaan kantor, tak luput pula bagi para siswa yang di arahkan untuk menggukan media virtual untuk pengganti pembelajaran tatap muka. Virtual learning merupakan metode pembelajaran online degan jarak jauh menggunakan jaringan virtual dan aplikasi pendukung.

Virtual learning ialah alternatif pembelajaran secara Online melalui jaringan internet. Penerapan virtual learning ini di anggap mampu menjadi solusi untuk permasalahan yang terjadi akibat covid-19, yang mana mengakibatkan seluruh siswa hanya belajar di rumah dan memalui media virtual. Virtual learning di kembangkan untuk lebih memudahkan pembelajaran tetap berlangsung selama masa pandemi dan para siswa tetap mendapatkan materi pembelajaran walaupun melalui media aplikasi virtual.

Efektivitas pembelajaran virtual ini masih dapat dipertimbangkan untuk tetap melangsungkan pembelajaran, dengan metode pembelajaran jarak jauh virtual learning ini di terapkan sebagai satu-satunya solusi yang ada untuk melangsungkan sistem belajar mengajar selama seluruh siswa di liburkan. Virtual learning di lakukan dengan beberapa aplikasi pendukung adapun di antaranya ialah aplikasi zoom meeting, e-learning, classroom, dan lainnya

Zoom meeting merupakan aplikasi Yang memberikan layanan video conference yang memudahkan penggunaanya untuk melangsungkan obrolan online berbasis virtual dengan menggunakan teknologi cloud komputer. Zoom meeting merupakan aplikasi vitual yang di kembangkan oleh perusahaan Zoom Video Communication, inc. Dengan menggunakan zoom meeting ini penggunaanya dapat melangsungnya obrolan online yang dapat nyertakan video wajah nya secara langsung. Aplikasi ini sangat memungkinkan untuk menajdi alternatif yang efektif untuk pengganti sistem belajar tatap muka.

Melalui aplikasi zoom meeting ini para guru dapat menjelaskan materi nya yang dapat di dengar langsung oleh para siswa. Keunggulan yang didapat saat menggunakan zoom meeting saat pembelajaran daring, yaitu : 1. Ketika presentasi kita dapat mendengarkan materi ketimbang materi dalam bentuk voice note, 2. Merasa seperti belajar offline, dapat melihat dosen yang menjelaskan dan melihat temanteman, 3. Aplikasi zoom lebih lengkap fasilitasnya dibandingkan aplikasi conference yang lain, dimana aplikasi zoom ini memberikan pelayanan suara yang jernih, berbagi layar, dan fitur menarik lainnya, 4. lebih efektif dan dapat digunakan diamana pun dan kapan pun. 5. Dan masih banyak lagi.

Zoom meeting memiliki beberapa vitur utama yang mendukung keefektifitan pembelajaran online, diantaranya ialah

1. Support audio dan video
2. Berbagai layar (share screen)
3. Penjadwalan (schedule)
4. Keamanan
5. Room chat
6. Recording ( perekam), dll



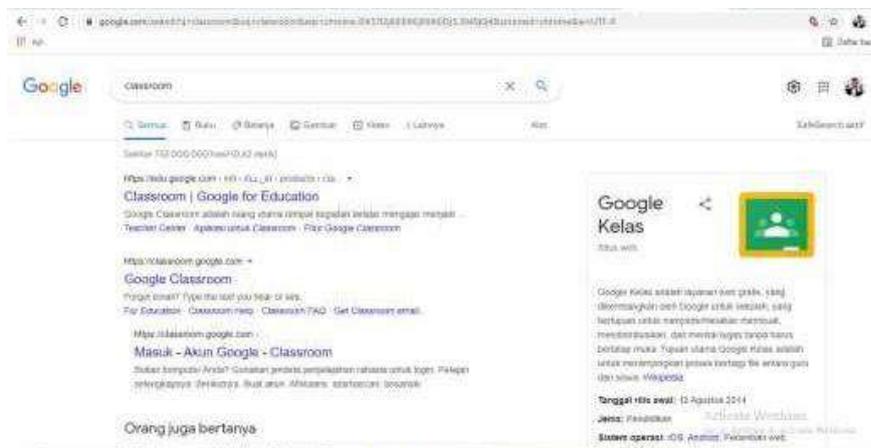
Gambar 1. Tampilan penggunaan aplikasi zoom meeting saat pembelajaran

## Classroom

Apa itu Classroom ? Classroom merupakan sebuah aplikasi belajar melalui jejaring internet yang dimana classroom ini digunakan para siswa maupun guru atau dosen saat pembelajaran online atau daring (kelas maya). Classroom ini dapat memudahkan siswa, dosen maupun guru dalam melaksanakan proses pembelajaran saat daring. Aplikasi ini membantu dalam proses pembelajaran seperti membuka forum diskusi, pengumpulan tugas, menilai tugas, mengerjakan tugas dirumah tanpa batas waktu dan lain sebagainya.

Aplikasi ini juga bisa digunakan oleh siapa saja yang tergabung didalam kelas tersebut dan kelas yang telah dibuat tersebut sesuai desain dari dosen atau guru dengan kelas yang di ajarinya. Manfaat kelas maya (classroom) dalam pembelajaran daring adalah mendorong untuk tukar pikiran pendapat, meningkatkan interaksi para siswa supaya lebih aktif, memperkuat sisi sosial dan lain sebagainya. Google classroom dapat memberikan informasi online bagi siswa sejauh mungkin untuk menyampaikan menyampaikan informasi keseluruhan dan membantu dosen atau guru dalam memberikan pekerjaan rumah. Google classroom dapat di download melalui playstore untuk android maupun melalui web untuk PC.

Ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh classroom, yaitu : 1. Classroom dapat digunakan oleh siapa saja dan di tentukan kelas yang telah dibuat oleh dosen maupun guru, 2. Jumlah siswa yang bergabung dalam classroom lebih dari 100 orang, 3. Waktu pembelajaran saat menggunakan classroom tidak terbatas maksudnya, 4. Classroom bisa diakses dimana saja baik itu dari aplikasi yang di download maupun dari web internet, 5. Dapat memudahkan dosen maupun guru dalam mengetahui siapa-siapa saja siswa yang telah mengumpulkan tugas dan yang belum.



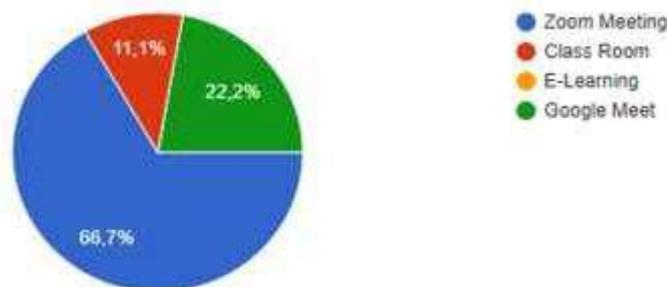
Gambar 2. Tampilan masuk/login classroom dengan menggunakan web

Ada berbagai macam fasilitas yang dimiliki dalam aplikasi classroom saat mendukung pembelajaran daring : Forum, Tugas kelas, Anggota, Google calender, Google drive, Tugas kuis, Tugas, Pertanyaan, Bahan ajar, dan Google meet.

Faktor-faktor penghambat saat penggunaan zoom meeting dan classroom bagi siswa adalah :

1. Kendala jaringan internet. Tidak semua tempat tinggal siswa yang memiliki jaringan internet yang cukup bagus sdan itu membuat para siswa kesulitan saat pembelajaran daring terutama aplikasi zoom.
2. Quota internet terlalu mahal. Quota internet merupakan hal terpenting dan dibutuhkan saat pembelajaran daring. Banyak siswa yang kesulitan dalam pembelajaran ketika daring dikarenakan quota yang sangat mahal apalagi para siswa berpikir ekonomi mereka cukup terbatas.
3. Penyimpanan memori hp yang terlalu penuh. Penyimpanan memori data hp yang terlalu penuh merupakan hambatan yang biasa sering dialami para siswa. Karena pasalnya setiap pembelajaran daring menggunakan aplikasi zoom ataupun classroom pastikan ada data yang tersimpan atau berkas-berkas yang bertambah.
4. Belum terbiasa menggunakan aplikasi zoom dan classroom. Mungkin ada beberapa siswa yang tidak pandai menggunakan aplikasi-aplikasi baik itu cara pemakaiannya kemudian cara menggunakan aplikasi tersebut dan lai sebagainya.

Dengan demikian didalam penelitian ini, penulis melakukan survei mengenai persepsi siswa terhadap aplikasi mana yang lebih unggul digunakan pada saat pembelajaran daring. Dan penelitian survei yang dilakukan penulis adalah dengan cara membagikan kusioner yang telah dibuat penulis mengenai jejaring internet yang tepat digunakan saat daring dan mewawancarai beberapa siswa mengenai hal tersebut



**Gambar 3. Diagram Hasil Survei**

Dari pernyataan data diagram diatas yang diambil dari hasil survei kusioner yang telah dibagi kepada beberapa siswa menunjukkan bahwa dari beberapa siswa yang memberikan persepsi mereka mengenai aplikasi yang banyak digunakan saat pembelajaran daring adalah aplikasi Zoom Meeting yaitu sebesar 66,7%, kemudian disusul dengan aplikasi Google Meet sebesar 22,2% dan aplikasi Classroom sebesar 11,1%. pada saat pembelajaran daring, kemudian bisa secara langsung berinteraksi dengan dosen secara face to face dan lebih mudah dalam menyampaikan materi pembelajaran

**Tabel 1. Persepsi Siswa**

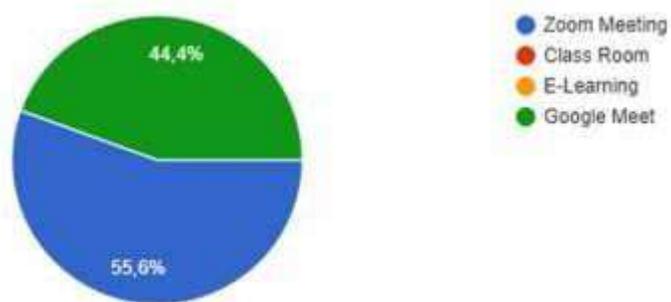
No	Nama Siswa	Alasan Siswa Menggunakan Aplikasi Yang dipilih
1	Yuda pratama	Nyaman
2	Muhammad Fikri Anshori	lebih sedikit menguras kuota
3	Dilihasma Vikri Al Aflah	Lebih mudah
4	Mhd Agung Pratama Trg	Biar Kuliah online
5	Tri Uci Rahmayani Siagian	Karena lebih efektif dalam melangsungkan pembelajaran dalam via daring
6	Nurul Fadhillah	Karena dalam perkuliahan dosen sering menggunakan apps tersebut
7	Rizky Aryansyah	Sudah ketentuan dari kelas sendiri
8	Ahmad Muharmansyah	Karna hemat kuota
9	Lin Arshy Cahaya	Karena aplikasi zoom merupakan aplikasi yang sangat tepat digunakan pada saat pembelajaran daring, kemudian bisa secara langsung berinteraksi dengan dosen secara face to face dan lebih mudah dalam menyampaikan materi pembelajaran

Dari tabel diatas merupakan persepsi para siswa mengenai alasan mereka memilih aplikasi tersebut. Rata-rata dari beberapa siswa ada yang memiliki alasan yang sama dalam menggunakan aplikasi tersebut seperti lebih hemat kuota, kemudian lebih mudah digunakan dan sudah ketentuan dari kelas mereka masing-masing dengan menggunakan aplikasi tersebut saat pembelajaran daring.

Kemudian dari kusioner yang telah di bagikan kepada beberapa siswa mengenai aplikasi mana yang menurut para siswa yang lebih efektif dan mereka sukai digunakan saat pembelajaran daring. Berikut jumlah data diagram dibawah yang menunjukkan aplikasi mana yang lebih efektif dan disukai. Rata-rata para siswa lebih banyak suka dengan aplikasi Zoom Meeting sebesar 55,6% dibandingkan aplikasi Classroom yang tidak ada sama sekali datanya, tetapi ada juga beberapa siswa yang suka dan memilih aplikasi Google Meet digunakan saat pembelajaran daring dan lebih efektif.

Aplikasi mana yang menurut anda lebih efektif dalam sistem belajar online ?

9 jawaban



Dari deskripsi data penelitian diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebagian para siswa lebih suka menggunakan aplikasi zoom meeting dibandingkan aplikasi classroom karena aplikasi zoom meeting lebih efektif digunakan saat pembelajaran daring karena menurut para siswa aplikasi zoom meeting adalah aplikasi yang sangat mudah digunakan saat belajar online dan bisa secara langsung berinteraksi dengan dosen secara face to face dan lebih mudah dalam menyampaikan

materi pembelajaran walaupun menggunakan aplikasi zoom dapat menguras qouta internet. Akan tetapi ada juga sebagian siswa yang memilih aplikasi lain yaitu Google Meet yang efektif digunakan saat belajar online.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa jejaring internet yang lebih efektif digunakan saat pembelajaran daring adalah aplikasi zoom meeting. Karena aplikasi zoom merupakan suatu sarana terpenting yang dapat digunakan para mahasiswa, guru maupun dosen dalam kegiatan pembelajaran apalagi masa pandemi Covid-19 ini. Dan aplikasi zoom sangat mudah digunakan saat belajar online dan bisa secara langsung berinteraksi dengan dosen secara face to face dan lebih mudah dalam menyampaikan materi pembelajaran walaupun menggunakan aplikasi zoom dapat menguras qouta internet. Agar supaya para siswa lebih mampu menangkap materi pembelajaran yang telah disampaikan oleh guru ataupun dosen dan para siswa yang nantinya akan mendapatkan hasil yang lebih baik dari proses pembelajaran daring. Apalagi pemerintah telah mewajibkan proses pembelajaran dilakukan secara online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nahdi, Dede Salim & Mohamad Gilar Jatisunda. 2020. Analisis Literasi Digital Calon Guru SD Dalam Pembelajaran Berbasis Virtual Classroom Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Pendas*, Vol. 6 No. 2,
- Rachayu, Imma & Diah Selviani. 2020. Optimalisasi System Kelas Virtual Berbasis Google Classroom dan Hipnoterapi. *Journal of Dehasen Education Review (JDER)*, Vol. 1 (3)
- Kusnayat, Agus, dkk. 2020. Pengaruh Teknologi Pembelajaran Kuliah Online Di Era COVID-19 Dan Dampaknya Terhadap Mental Mahasiswa. *Jurnal Edukasi dan Teknologi Pembelajaran*, Vol. 1 No. 2
- Setiawan, Tabah Heri & Aden. 2020. Efektivitas Penerapan Blended Learning Dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Akademik Mahasiswa Melalui Jejaring Schoology Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*, Vol. 3 No. 5
- Aditia, Orizia. 2020. Penerapan Media Google Classroom Di Era Pandemi COVID-19 Pada Pembelajaran PAI. *Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, Vol. 2 No. 1
- Ma'ruufah, Maulidyanawati Aqmarina, dkk. 2021. Pemanfaatan Teknologi Dalam Pembelajaran Daring Era COVID-19 Pada Peserta Didik Kelas V Sekolah Dasar. *Jurnal Nalar Pendidikan*, Vol. 9 No. 1
- Eliya, Rochman & Abdulmajid Nuur Wachid. 2018. Membangun Virtual Classroom Melalui Social Learning Network. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, Vol. 8 (1)
- Astini, Ni Komang Suni. 2020. Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 3 No. 2
- Arista, Hermin. 2021. Persepsi Mahasiswa Program Studi Teknik Elektro Terhadap Pembelajaran Daring Melalui Zoom Cloud Meeting. *Jurnal Pedagogy*, Vol. 0 No. 2
- Rahayu, Aryuna Dini & Mohammad Syahidul Haq. 2021. Sarana dan Prasarana Dalam Mendukung Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 9 No. 1.

## Analysis of Factors Affecting Public Interest in Investing in the Capital Market (Case Study on the Paluta Community)

## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Masyarakat Paluta)

Epa Purnama Sari Harahap <sup>1)</sup>; Purnama Rahmadani Silalahi <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [epapurnamasariharahap@gmail.com](mailto:epapurnamasariharahap@gmail.com); <sup>2)</sup> [purnamarahmadani@uinsu.ac.id](mailto:purnamarahmadani@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Harahap, E. P. S., Silalahi, P. R. (2022). Analysis of Factors Affecting Public Interest in Investing in the Capital Market (Case Study on the Paluta Community). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [03 Januari 2022]

### KEYWORDS

Investment, Interest, Capital Market

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



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat paluta terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal, dari 28 responden yang mengisi kuisioner tersebut masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi di pasar modal. Dan investasi di pasar modal merupakan kegiatan penanaman modal berupa pembelian saham (surat berharga) perusahaan. Jadi dengan membeli saham perusahaan, kamu menjadi pemilik perusahaan tersebut. Selain saham, produk investasi di pasar modal yakni, reksadana dan obligasi.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the Paluta community's opinion on the factors that influence people's interest in investing in the capital market, of the 28 respondents who filled out the questionnaire, the Paluta community knew what investment in the capital market was. And investment in the capital market is an investment activity in the form of buying company shares (securities). So by buying company shares, you become the owner of the company. In addition to stocks, investment products in the capital market are mutual funds and bonds..

## PENDAHULUAN

Pada era revolusi saat ini masyarakat tidak asing lagi yang namanya investasi. Dengan kecanggihan teknologi yang memudahkan mendapatkan informasi, kebanyakan dari masyarakat sudah mengetahui banyak sedikitnya mengenai investasi. Indonesia yang merupakan negara berkembang dengan populasi manusia terbanyak yang menempati nomor urut ke-4 setelah Amerika Serikat. Dengan populasi sebanyak ini hanya beberapa persen masyarakat yang menjadi produktif untuk berinvestasi.

Sepanjang tahun 2020, pasar modal kerap dihadapkan dengan berbagai tantangan selama kondisi pandemi COVID-19. Kendati demikian, regulator pasar modal mampu beradaptasi secara dinamis dan terus berupaya menjawab kebutuhan pasar, serta kembali mencatatkan sejumlah pencapaian yang mendukung kemajuan pasar modal Indonesia. Di tengah Pandemi COVID-19, minat perusahaan untuk masuk ke pasar modal tidak surut. Hingga 30 Desember 2020, telah terdapat 51 perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) dan mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). ([idx.co.id](http://idx.co.id)).

Pasar modal merupakan media untuk menyerap investasi sebagai upaya untuk memperkuat kondisi keuangan suatu perusahaan. Pasar modal bertindak sebagai penghubung antar investor (pemodal) dengan perusahaan ataupun institusi pemerintah melalui perdagangan instrumen keuangan (Estefan, 2019).

Investasi di pasar modal sebagai salah satu cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa perlu menguras banyak tenaga dan dapat dilakukan secara fleksibel, sehingga memunculkan minat dalam berinvestasi. Minat berinvestasi di pasar modal berkaitan dengan perasaan seseorang tentang suka atau senang terhadap suatu objek atau aktivitas dalam kegiatan investasi (Saputra, 2018).

Pada dasarnya masyarakat telah memiliki minat untuk melakukan investasi pada pasar modal. Tetapi, terdapat beberapa rintangan ataupun kendala yang dihadapi khususnya bagi investor yang baru seperti mahasiswa. Calon investor baiknya harus memiliki pengetahuan tentang berinvestasi karena akan menentukan keberhasilan berinvestasi yang dilakukan.

Teori prospek adalah penjelasan tentang pengambilan keputusan manusia dalam keadaan hasil yang tidak pasti. Ini dapat diterapkan pada situasi mulai dari keputusan hidup seperti berganti karir atau pindah ke luar negeri, hingga opsi keuangan seperti memilih dana investasi atau memutuskan apakah akan membeli asuransi. Teori prospek menunjukkan bahwa orang menilai kerugian dan keuntungan secara berbeda, dan dengan demikian individu membuat keputusan berdasarkan keuntungan yang dirasakan daripada kerugian yang dirasakan. Juga dikenal sebagai teori "kerugian-keengganan", konsep umumnya adalah bahwa jika dua pilihan diletakkan di depan seorang individu, keduanya sama, dengan satu disajikan dalam hal potensi keuntungan dan yang lainnya dalam hal kemungkinan kerugian, opsi pertama akan dipilih.

Teori prospek menunjukkan bahwa manusia adalah pembuat keputusan yang tidak rasional. Tversky dan Kahneman mengusulkan bahwa kerugian menyebabkan dampak emosional yang lebih besar pada individu daripada jumlah keuntungan yang setara, jadi pilihan yang diberikan disajikan dua cara (yang keduanya menawarkan hasil yang sama), seorang individu akan memilih opsi yang dirasakan menawarkan keuntungan lebih tinggi.

Dikutip dari Bakhri (2018); Prihatini, P., & Susanti, D. (2018) untuk menarik minat masyarakat berinvestasi PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui kampanye "Yuk Nabung Saham" guna mengajak masyarakat untuk mulai berinvestasi di pasar modal, dimulai dengan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berinvestasi saham yang selanjutnya dapat menaikkan jumlah investor lokal juga menyejahterakan perekonomian masyarakat Indonesia. Berbagai program edukasi juga dilakukan kerjasama dengan institusi pendidikan yang bertujuan agar masyarakat dan mahasiswa lebih mengetahui tentang pasar modal, memahami pentingnya berinvestasi, mengenal saham sebagai alat investasi yang ideal, memahami kendala-kendala sekaligus menarik minat masyarakat sebagai calon investor untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia.

Motivasi adalah suatu proses pemberian dorongan dari diri sendiri maupun dari pihak lain untuk menentukan intensitas, arah serta ketekunan dari seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkannya (Zulaikha, 2017). Masyarakat diberi kegiatan-kegiatan motivasi contohnya nabung di saham maka mereka akan timbul rasa ingin berinvestasi saham di pasar modal. Atas dasar tersebut maka semakin tinggi motivasi berinvestasi akan semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk dapat berinvestasi di pasar modal. Penelitian yang dilakukan Patrianissa (2018) motivasi berinvestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Manfaat adalah suatu hal yang memiliki nilai guna yang dapat memberikan faedah (Putri, 2018). Dalam melakukan investasi hendaknya masyarakat sudah mengetahui manfaat apa yang akan didapat dalam berinvestasi. Pengetahuan mengenai manfaat seperti keuntungan atau *return* akan mendorong masyarakat untuk melakukan investasi di pasar modal. Maka semakin banyak manfaat yang akan didapatkan seseorang akan semakin tinggi pula minat masyarakat berinvestasi di pasar modal.

Penelitian yang dilakukan Saputra (2018) memberikan bukti empiris bahwa manfaat berinvestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Uang saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu (Setyarini dan Cahya, 2020). Dalam

melakukan investasi tentunya dibutuhkan dana investasi yang didapatkan dari uang saku. Dengan semakin terjangkaunya pembukaan rekening di pasar modal dan banyaknya jumlah uang saku masyarakat diharapkan dapat menumbuhkan minat berinvestasi di pasar modal. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian patrianissa (2018) yang menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal.

## LANDASAN TEORI

*Prospect theory* adalah teori pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Teori prospek lebih menekankan analisis mengenai perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan ekonomi di antara dua pilihan bersamaan dengan ilmu ekonomi dan dasar matematika yang kuat. Teori prospek berfokus pada bagaimana keputusan nyata diambil Tversky, (1979). Teori ini kemudian dikembangkan oleh para investor untuk mengevaluasi keuntungan dan kerugian yang telah diperoleh, sebagai akibat dari pendapatan yang diperoleh negatif, bentuk yang asimetris dalam merefleksikan resiko kerugian. Seorang peneliti selalu berasumsi bahwa keputusan investasi selalu berhubungan dengan hal yang rasional. Pada kenyataannya, beberapa penelitian menemukan suatu fenomena baru yang menyatakan bahwa anggapan "rasionalitas" tersebut sering tidak digunakan.

*Prospect Theory* juga melihat tidak hanya pada tingkat kerasionalan melainkan juga aspek lainnya, seperti aspek ekonomi, aspek sosiologi, dan aspek psikologi. Model pengambilan keputusan Teori Prospek yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan seorang individu berbasis pada keuntungan dan kerugian yang dihadapi, bukan berbasiskan pada total kekayaan. Hal ini berarti setiap individu akan mengambil keputusan tidak hanya berdasarkan hasil akhir yang diharapkan, namun juga berdasarkan kondisi yang dihadapi setiap individu dan bagaimana kondisi tersebut dapat mempengaruhi lingkungan sekitar dalam mengambil keputusan. Sehingga teori prospek ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan tidak selalu bertindak rasional dibawah risiko dan ketidakpastian, akan tetapi seseorang juga akan dipengaruhi oleh faktor psikologi, emosional dan perilaku yang tidak menentu dalam mengambil keputusan yang rasional. Dalam prospek teori masyarakat dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal harus mengambil keputusan dalam melakukan kegiatan investasi di pasar modal, seperti:

### 1. Minat

Menurut Nandar (2018) Minat berkembang sebagai hasil dari suatu kegiatan dan akan menjadi sebab untuk digunakan kembali dalam kegiatan yang sama. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor innerurge yaitu rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.

### 2. Investasi

Investasi didefinisikan sebagai saham penukaran uang dengan bentuk bentuk kekayaan lain seperti saham atau harta tidak bergerak yang diharapkan dapat ditahan selama periode waktu tertentu supaya menghasilkan pendapatan. Pada umumnya, investasi dibedakan menjadi dua yaitu investasi pada financial asset dan investasi pada real asset. Investasi financial asset dilakukan di pasar uang berupa sertifikat deposito, Surat Berharga Pasar Uang (SBPU) dan juga di pasar modal. Sedangkan investasi real asset dilakukan dengan membeli asset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, dan lainnya (Salim, H.S dan Sutrisno, B., 2008).

Investasi bisa dilakukan secara langsung dengan membeli langsung active keuangan yang dapat diperjual belikan di pasar uang, pasar modal atau pasar turunan. Sedangkan investasi yang tidak langsung dilakukan dengan membeli saham dari perusahaan investasi yang mempunyai portfolio aktiva keuangan dari perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Orang yang melakukan investasi disebut investor, investor ada dua jenis yaitu investor individual dan investor institutional. Investor individual terdiri dari individu - individu yang

melakukan investasi sedangkan investor institutional terdiri dari perusahaan – perusahaan asuransi, lembaga penyimpanan semisal bank, lembaga simpan pinjam dan lembaga dana pension (Siahaan, N.M, 2011).

### 3. Pasar Modal

Capital Market atau Pasar Modal adalah suatu pasar atau tempat untuk memperjualbelikan berbagai macam instrument jangka panjang seperti surat utang (obligasi), reksadana, ekuiti (saham), serta instrument lainnya. Disebut jangka panjang karena instrument-instrument yang diperjualbelikan keterikatannya selama lebih dari satu tahun.<sup>5</sup> Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi. Bisa dikatakan, pasar modal merupakan tempat yang memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli maupun kegiatan terkait lainnya.

Adapun instrument keuangan yang diperdagangkan di pasar modal merupakan instrument dengan jangka panjang atau dengan jangka waktu lebih dari 1 tahun seperti obligasi, right, reksadana, saham, waran, dan berbagai instrument derivative seperti option, futuresw, dan lain-lain. Instrument keuangan (produk) yang diperdagangkan di Pasar Modal Indonesia: Undang-Undang Pasar Modal No.8 tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai “kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan Perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek”.

Peran penting Pasar modal bagi perekonomian suatu Negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai upaya untuk mendapatkan dana atau sarana bagi pendanaan usaha dari masyarakat pemodal (investor). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain. Kedua pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrument keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Maka dari itu, masyarakat jadi lebih bisa memilih untuk menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuangan dan risiko masing-masing instrument.

### 4. Motivasi

Motivasi bisa diartikan sebagai suatu proses individu dimana ia mengenal kebutuhannya serta mengambil suatu tindakan guna memuaskan kebutuhannya. Dalam kandungannya tersebut dapat dijelaskan bahwa motivasi adalah proses dan suatu proses ini dapat menjelaskan perbedaan intensitas dalam perilaku konsumen (investor). Kandungan lainnya dari definisi tersebut bahwa motivasi merupakan dorongan, yaitu dorongan bagi manusia untuk mengambil tindakan tertentu dalam upaya memuaskan kebutuhannya. Bahwa seorang investor termotivasi untuk mengambil keputusan memulai berinvestasi karena dalam rangka memenuhi kebutuhan dirinya (kesuksesan atau return) dan juga membantu dalam perkembangan perekonomian dalam afiliasi juga dengan emiten atau perusahaan terbuka, dan untuk kebutuhan kekuasaan yang juga terkait dengan menjaga keterpenuhan kebutuhan diri atau keluarganya dalam rangka jangka waktu yang lama (keturunan) dan juga bisa ditafsirkan untuk mengembangkan kekuasaan dalam investasi untuk menjaga kestabilan perekonomian dengan menjadi mayoritas pemegang saham

### 5. Modal

Hogan (2019:24), menurutnya pada masa sekarang ini ada banyak perusahaanperusahaan sekuritas menawarkan pembukuan rekening saham dengan modal dana awal hanya 100 ribu saja. Dimana membuat investasi lebih mudah bagi masyarakat dari beraneka ragam golongan, dengan investasi yang kecil maka akan menumbuhkan mahasiswa investasi ke pasar modal.

### 6. Return

Return biasa diartikan sebagai keuntungan atau kerugian atau hasil yang didapatkan pada suatu investasi dalam periode tertentu. Return adalah imbalan atas keberanian investor menanggung risiko, serta komitmen waktu dan dana yang telah dikeluarkan oleh investor.<sup>10</sup> Nandar (2018), menurutnya dalam konteks manajemen investasi, keuntungan atau tingkatan pendapatan investasi biasa disebut sebagai return. Pada konteks manajemen investasi, perlu

dibedakan antara return harapan dan return actual atau yang terjadi. Return harapan merupakan tingkat return yang diantisipasi investor di masa mendatang.

#### 7. Risiko

Dalam berinvestasi mengandung unsur ketidakpastian atau risiko. Investor tidak mengetahui dengan pasti hasil dari investasi yang dilakukannya. Dalam kondisi tersebut, investor dikatakan mengalami risiko. Maka demikian seorang investor tidak semata hanya mencari keuntungan. Jadi apabila seorang investor mengharapkan mendapatkan keuntungan yang tinggi, maka risiko yang didapatkan juga kemungkinannya tinggi. Kemudahan dari berinvestasi pada sekuritas adalah kemudahan untuk membentuk portofolio investasi yaitu dapat melakukan difersifikasi investasi (pemilihan lebih dari satu investasi) pada berbagai kesempatan investasi.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dalam bentuk survei, yaitu suatu penelitian dimana data dan informasi diperoleh dari sejumlah besar nara sumber. Sumber data adalah para Masyarakat Paluta sebanyak 28 masyarakat yang bersedia mengisi kuisioner dan mengunggahnya melalui aplikasi form Google. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang menjawab dengan memberikan sekumpulan pernyataan tertulis kepada responden. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dengan menggunakan rumus persentase. Setelah dilakukan klasifikasi, data yang diperoleh dari narasumber ditampilkan dalam bentuk diagram batang, dianalisis dan diambil kesimpulannya.

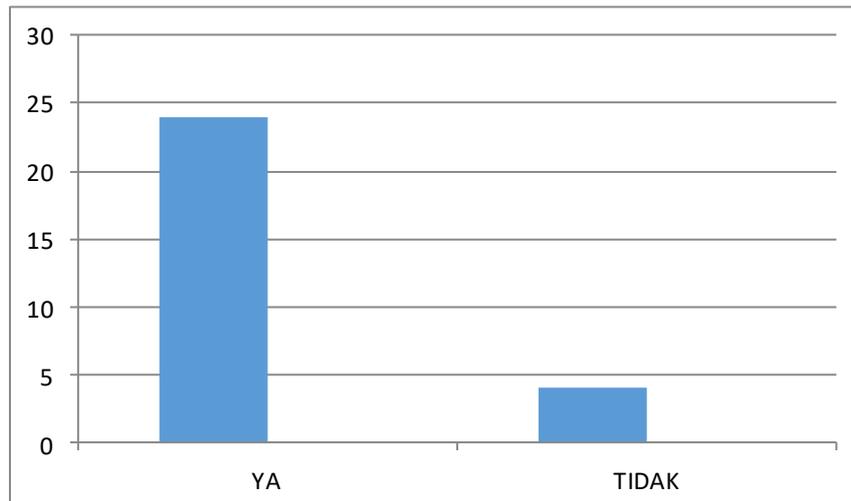
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal, terlebih dahulu masyarakat harus mengetahui apa itu investasi di pasar modal agar tidak terjadinya pemikiran negatif tentang investasi di pasar modal, dengan masyarakat bisa memahami apa itu investasi di pasar modal masyarakat bisa melakukan kegiatan investasi di pasar modal, masyarakat paluta tidak asing lagi dengan namanya investasi akan tetapi tidak semua masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi seperti masyarakat paluta pedalaman atau pedesa yang di desa tersebut terkadang jaringan untuk internet masih kurang apalagi jika di desa tersebut mati lampu dan jaringan internetpun hilang, di desa juga masih terdapat ciri khas desa-desa dikarenakan masih ada orang-orang terdahulu, dan pemahaman tentang investasi juga belum tersedia. Seiring berjalannya waktu di berbagai desa pun mengetahui apa itu investasi di pasar modal dikarenakan zaman yang sudah mulai canggih, zaman yang sudah digital semuanya serba mudah, dan di paluta sendiri di jalan-jalan menuju kota utama sudah ada menyebarkan sepandung tentang investasi ketika masyarakat ingin berlibur menuju arah kota utama paluta bisa melihat dan dengan itu masyarakat palutapun penasaran apa itu investasi lalu melihat nya di google atau aplikasi pencarian lainnya.

Pada hasil penelitian dan pembahasan ada beberapa aspek pertanyaan-pertanyaan penting yang dikemukakan kepada para responden dalam kuisioner tersebut, yaitu:

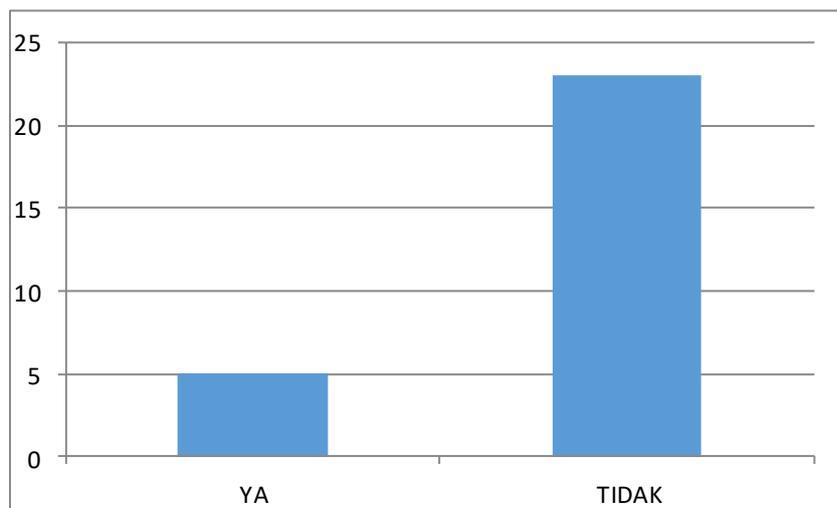
1. Apakah Anda mengetahui apa itu investasi di pasar modal?
2. Apakah Anda pernah melakukan investasi di pasar modal?
3. Menurut Anda apakah investasi di pasar modal itu bagus?
4. Bagaimana pendapat Anda tentang investasi di pasar modal?
5. Jika Anda mengetahui apa itu investasi di pasar modal, jenis produk investasi pasar modal apa yang pernah kamu ikuti?
6. Hal positif dan negatif apa saja yang Anda dapatkan dalam berinvestasi di pasar modal?

Dan adapun hasil penelitian dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal pada masyarakat PALUTA dapat dilihat pada gambar berikut:



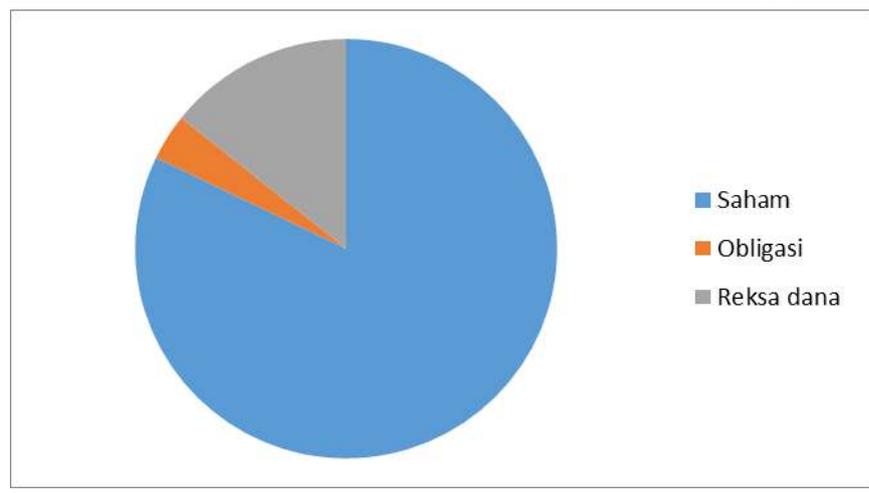
Gambar 1. Hasil faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal pada masyarakat PALUTA

Pada gambar satu yaitu menunjukkan bahwa masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi di pasar modal, dari 28 responden 24 (85,71%) masyarakat menyatakan Ya dan 4 (14,29%) masyarakat menyatakan Tidak. Dari data tersebut diketahui bahwa di daerah paluta tidak asing lagi dengan namanya investasi di pasar modal.



Gambar 2. Hasil masyarakat paluta yang pernah melakukan investasi di pasar modal

Pada gambar dua yaitu menunjukkan bahwa masyarakat paluta yang pernah melakukan investasi di pasar modal hanya 5 (17,86%) masyarakat yang melakukan investasi di pasar modal dan 23 (82,14%) masyarakat yang tidak melakukan investasi di pasar modal.



Gambar 3. Hasil masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi

Dari gambar diatas diketahui bahwa masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi di pasar modal akan tetapi tidak banyak yang melakukan kegiatan investasi di pasar modal. Walaupun masyarakat paluta tidak banyak melakukan kegiatan investasi di pasar modal, akan tetapi masyarakat paluta mengetahui jenis produk investasi pasar modal seperti pada gambar 3 masyarakat paluta lebih banyak mengetahui tentang saham. Dari 28 responden masyarakat, 23 (82,14%) masyarakat menegtahui apa itu saham, 1 (3,57%) masyarakat mengetahui apa itu obligasi dan 4 (14, 29%) masyrakat mengetahui apa itu reksa dana.

Para masyarakat paluta berpendapat positif tentang investasi di pasar modal, ada juga yang berpendapat negatif tentang investasi di pasar modal. Masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi di pasar modal namun tidak banyak melakukan kegiatan tersebut di karenakan pemikiran masyarakat yang takut tertipu, gak punya modal, dan lain sebagainya. Dari data tersebut peneliti mengetahui bahwa masyarakat paluta masih kurang dalam mengambil keputusan dan menghadapi resiko dalam melakukan investasi di pasar modal oleh karena itu masyarakat paluta harus lebih bisa mengambil keputusan dan menghadapi resiko dengan mengikuti pemahaman dalam pengetahuan, pelatihan, seminar-seminar yang bertemakan tentan investasi dan di zaman sekarang ini semuanya serba praktis jika ingin mengetahui lebih dalam tentang investasi kita bisa mengaksesnya melalu google, youtube, aplikasi-aplikasi tentang investasi dan lain sebagainya agar masyarakat kalo investasi di pasar modal itu tidak takut dan lebih berani.

Dan minat investasi masyarakat yang rendah dapat diakibatkan oleh pengetahuan yang kurang mengenai investasi di pasar modal, sementara pada era ini pengetahuan mengenai investasi sangatlah penting agar menghindari risiko kerugian yang ditimbulkan akibat ketidaktahuan serta untuk menjaga kondisi keuangan tetap baik di masa datang. Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan disertai rasa percaya akan kemampuan diri dalam mengelola keuangan dapat memahami apa yang akan dihadapinya, seperti mendapatkan keuntungan ataupun menghadapi risiko kerugian.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa masyarkat paluta mengemukakan, yaitu:

1. Sebanyak 28 responden, 24 (85,71%) masyarakat paluta mengetahui apa itu investasi di pasar modal dan 4 (14, 29%) masyarakat paluta tidak mengetahui apa itu investasi di pasar modal.
2. Sebanyak 28 responden, 5 (17,86%) masyarakat paluta pernah melakukan investasi di pasar modal dan 23 (82,14%) masyarakat paluta tidak pernah melakukan investasi di pasar modal.
3. Sebanyak 28 responden, 23 (82,14%) masyarakat paluta megetahui apa itu saham, 1 (3,57%) masyarakat paluta mengetahui apa itu obligasi, dan 4 (14,29%) masyarakat paluta mengetahui apa itu reksa dana.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat paluta dalam berinvestasi di pasar modal yaitu sebagian dari masyarakat mengetahui apa itu investasi di pasar modal, sebagian mengetahui investasi di pasar modal akan tetapi takut melakukannya dan ada juga masyarakat paluta sama sekali tidak mengetahui apa itu investasi di pasar modal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Erma Yuliaty<sup>1</sup>, Sri Hadijono<sup>2</sup>, Siti Mundari<sup>3</sup>, 2021, *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA MELAKUKAN INVESTASI SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA*. Journal Of Industrial And Systems Optimization, Volume 4, Nomor 1, Juni2021, 55-60.
- Tri Pangestika, Ellen Rusliati, 2019, *LITERASI DAN EFIKASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 12, No 1, Febuari 2019, Hal. 37-42
- Ahmad Dahlan Malik, 2017, *ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI BURSA GALERI INVESTASI UISI*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Ni Putu Sriasih<sup>1</sup>, Made Arie Wahyuni<sup>2</sup>, 2020, *Determinan Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 8, Number 2, Tahun 2020, pp. 190-195.
- Aminatun Nisa<sup>1</sup>, Luki Zulaika<sup>2</sup>, 2017, *PENGARUH PEMAHAMAN INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL*. Jurnal PETA, Vol. 2, No. 2, Juli 2017 Hal 22-35.
- Dimas Raka Prayudha<sup>1</sup>, Adi Kuswanto<sup>2</sup>, *Factors that Influence Investors in Investing Stock with Investment Interest as Mediating Variable in Indonesian Capital Market*. International Journal of Advance Study and Research Work (2581-5997)/ Volume 2/Issue 4/April 2019.
- R. Rajesh<sup>1</sup>, Devansh Daga<sup>2</sup>, *Factors Affecting Students' Investment Behaviour In Bangalore – An Empirical Analysis*. Emperor International Journal of Finance and Management Research, Volume - V Issue - 2 February – 2019.
- I Gede Bayu Widi Perdana<sup>1</sup>, Gerianta Wirawan Yasa<sup>2</sup>, *The Effect of Minimum Investment Capital, Financial Literacy Level, and Family Environment on Students Investment Interest in the Indonesian Capital Market*. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN :2378-703X Volume-5, Issue-2, pp-253-260.
- Paskanova Christi Gainau, *Have Students Comprehended Investment?*. Journal of Accounting and Investment Vol. 21 No. 3, September 2020.
- Forouzan Miladi<sup>1</sup>, Fataneh Alizadeh Meshkani<sup>2</sup>, Abdullah Naami<sup>3</sup>, *Identifying and ranking factors affecting marketing investment in the petrochemical industry*. Azerbaijan Focus Journal Of International Affairs, 11 (2) (2015) 119-127.

## Analysis of the Village Revenue and Expenditure Budget Administration Accounting System (APBDes) in Ulak Paceh Village

### Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) pada Desa Ulak Paceh

Eka Sevtia Mesta <sup>1)</sup>; Ryan Al Rachmat <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Program Studi DIII Akuntansi, Politeknik Sekayu

Email: <sup>1)</sup> [ekamesta86@gmail.com](mailto:ekamesta86@gmail.com); <sup>2)</sup> [Ryan-alrachmat@hotmail.co.id](mailto:Ryan-alrachmat@hotmail.co.id)

#### How to Cite :

Mesta, E. S., Rachmat, R. A. (2022). Analysis of the Village Revenue and Expenditure Budget Administration Accounting System (APBDes) in Ulak Paceh Village. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2021]

Revised [27 Desember 2021]

Accepted [03 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Analysis, Procedure,  
Accounting, Village

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



#### ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menghasilkan model sistem penatausahaan akuntansi desa untuk diterapkan di desa-desa sesuai dengan undang-undang dan peraturan pemerintah. Hasil penelitian ini adalah Prosedur Penatausahaan Akuntansi Desa untuk digunakan di desa-desa di Indonesia sebagai pedoman penatausahaan. Teknik analisis data penelitian yaitu mengumpulkan data dari wawancara observasi dan dokumentasi kemudian data tersebut dijadikan bahan untuk Analisis sistem dan prosedur. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa pegawai penatausahaan akuntansi desa Ulak Paceh perlu mempelajari undang-undang dan peraturan pemerintah ketika melakukan penatausahaan akuntansi desa. Dengan keterbatasan kompetensi mereka dibidang akuntansi dan administrasi kegiatan penatausahaan ini sangat menyulitkan mereka. Dengan adanya analisis sistem akuntansi penatausahaan APBDes pada desa Ulak Paceh diharapkan agar kegiatan penatausahaan pada desa Ulak Paceh menjadi lebih baik dari sebelumnya.

#### ABSTRACT

*This study aims to produce a model of the village accounting administration system to be applied in villages in accordance with government laws and regulations. The result of this study is the Village Accounting Administration Procedure to be used in villages in Indonesia as an administrative guideline.. The research data analysis technique is collecting data from observation interviews and documentation and then the data is used as material for system and procedure analysis. The results of this study found that Ulak Paceh village accounting administration employees need to learn the laws and government regulations when administering village accounting. With their limited competence in the field of accounting and administration, this administrative activity is very difficult for them. With the analysis of the APBDes administrative accounting system in Ulak Paceh village, it is hoped that administrative activities in Ulak Paceh village will be better than before.*

## PENDAHULUAN

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa

masyarakat, hak asal usul dan hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sumber pendapatan dana desa yaitu pendapatan asli desa, dana desa yang bersumber dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara (APBN), bagian dari hasil Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah (PDRD) Kab/Kota, Alokasi dana desa yang berasal dari Kabupaten, bantuan keuangan dari APBD provinsi dan APBD Kabupaten, Hibah dan sumbangan pihak ke-3 serta lain-lain pendapatan desa yang sah. Dana desa (DD) merupakan dana yang bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) bagi desa, yang ditransfer melalui anggaran belanja daerah kabupaten/kota, untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah, pelaksanaan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat desa.

Pengelolaan keuangan desa yang baik adalah pengelolaan yang sesuai dengan pedoman yang telah diatur oleh pemerintah yaitu Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa. Tahapan pengelolaan keuangan desa dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban. Anggaran pendapatan dan belanja desa (APBDes) merupakan rencana keuangan tahunan pemerintah desa, APBDes terdiri dari pendapatan desa, belanja desa, dan pembiayaan desa.

Desa Ulak Paceh merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Lawang Wetan Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan. Desa ini memiliki luas 3.351 hektar yang terdiri dari pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan permukiman. Jumlah penduduk desa ulak paceh sebanyak 3.460 jiwa yang terdiri dari 1.266 Kepala Keluarga (KK). Potensi keunggulan yang ada di Desa Ulak Paceh untuk meningkatkan pendapatan penduduk perkapita pada dasarnya adalah petani, dikarenakan lahan yang masih sangat luas dan subur. Secara administratif Desa Ulak Paceh dibagi menjadi 6 dusun yang terdiri dari 12 RT.

Penatausahaan akuntansi desa harus transparan, akuntabel, dapat dipertanggungjawabkan, dan sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku, diperlukan suatu model sistem dan prosedur penatausahaan akuntansi dana desa. Sumber Daya Manusia (SDM) pegawai penatausahaan desa kebanyakan kurang mumpuni dalam hal penatausahaan akuntansi desa sehingga diperlukan dokumentasi sistem dan prosedur akuntansi desa yang detail untuk digunakan di desa-desa di Indonesia sebagai pedoman penatausahaan akuntansi dana desa. Saat ini, sistem penatausahaan yang ada hanya berpedoman pada Undang-Undang dan belum ada pedoman sistem lengkap yang terdokumentasi.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti temukan bahwa pegawai penatausahaan akuntansi desa Ulak Paceh perlu mempelajari Undang-Undang Dan Peraturan Pemerintah ketika melakukan penatausahaan akuntansi desa. Dengan keterbatasan kompetensi mereka di bidang akuntansi dan administrasi kegiatan penatausahaan ini sangat menyulitkan mereka dikarenakan sistem akuntansi. Prosedur akuntansi sangatlah penting dalam menunjang pemerintah kota/kabupaten khususnya di dalam pemerintahan desa Ulak Paceh dalam menjalankan pengelolaan Dana desa yang baik dan sesuai dengan prosedur yang semestinya agar nanti dapat mempermudah dalam hal pelaporan dan pertanggungjawaban kepada pemerintah kabupaten dalam hal ini yang berkaitan dengan dana desa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sistem akuntansi penatausahaan APBDes pada desa Ulak Paceh Sudah Baik atau Belum.

## LANDASAN TEORI

### Sistem Akuntansi

Menurut Mulyadi (2016: 3) pengertian sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.

### Pengertian Desa

Menurut permendagri nomor 20 tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan desa mengatakan: Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

### Dana Desa

Menurut Permendagri nomor 20 tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan desa mengatakan bahwa "dana desa adalah dana yang bersumber dari APBN yang diperuntukkan bagi desa yang ditransfer melalui APBD kabupaten/kota dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah, pelaksanaan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat desa."

### Pengelolaan Keuangan Desa

Pengertian Keuangan Desa menurut UU Desa adalah semua hak dan kewajiban desa yang dapat dinilai dengan uang serta segala sesuatu berupa uang dan barang yang berhubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban Desa. Hak dan kewajiban tersebut menimbulkan pendapatan, belanja, pembiayaan yang perlu diatur dalam pengelolaan keuangan desa yang baik.

### Siklus Pengelolaan Keuangan Desa

Menurut Permendagri No. 20 tahun 2018 mengatakan bahwa "siklus pengelolaan keuangan desa yaitu dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban, dengan periodisasi 1 (satu) tahun anggaran, terhitung mulai tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember." Gambaran rincian proses Siklus Pengelolaan Keuangan Desa adalah sebagai berikut:



Sumber: Akuntansi Desa tahun 2016

Gambar 1. Siklus Pengelolaan Keuangan Desa

### Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes)

Menurut Yuliansyah & Rusmianto (2015 : 27) "Pengertian Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) adalah rencana keuangan tahunan pemerintah desa." APBDes merupakan dokumen formal hasil kesepakatan antara pemerintah desa dan badan permusyawaratan desa yang berisi tentang belanja yang ditetapkan untuk melaksanakan kegiatan pemerintah desa selama satu tahun dan sumber pendapatan yang diharapkan untuk menutup keperluan belanja tersebut atau pembiayaan yang diperlukan bila diperkirakan akan terjadi defisit atau surplus.

### Sistem Akuntansi Desa

Sujarweni (2015: 17) Sistem akuntansi desa adalah pencatatan dari proses transaksi yang terjadi di desa, dibuktikan dengan nota nota kemudian dilakukan pencatatan dan pelaporan

keuangan sehingga akan dihasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang digunakan pihak-pihak yang berhubungan dengan desa yaitu masyarakat desa, perangkat desa, pemerintah daerah, dan pemerintah pusat.

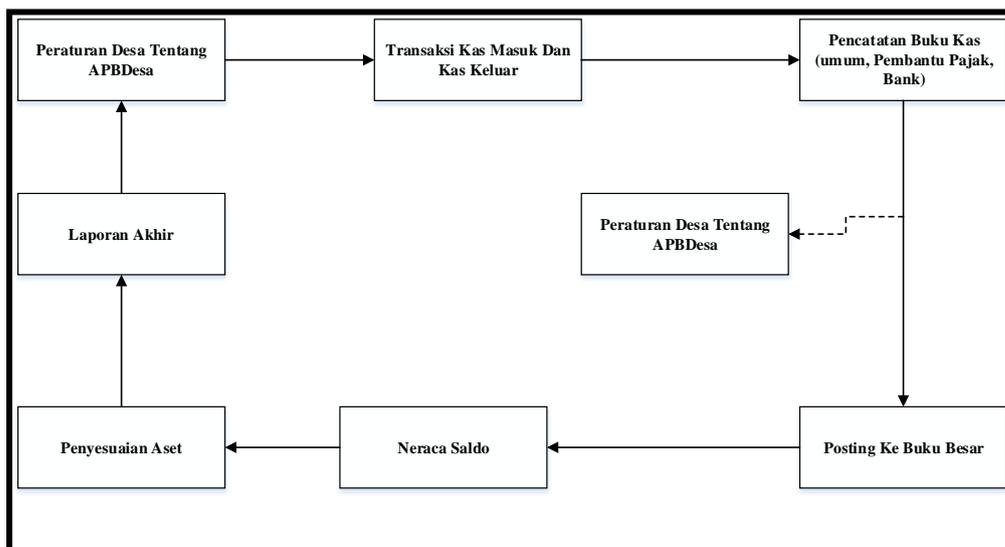
### Penatausahaan Keuangan Desa

Menurut Permendagri No. 20 tahun 2018 mengatakan bahwa “Penatausahaan keuangan desa adalah kegiatan pencatatan yang khususnya dilakukan oleh bendahara desa, bendahara desa wajib melakukan pencatatan terhadap seluruh transaksi yang ada berupa penerimaan dan pengeluaran. Bendahara desa melakukan pencatatan secara sistematis dan kronologis atas transaksi-transaksi keuangan yang terjadi. Penatausahaan keuangan desa yang dilakukan oleh bendahara desa dilakukan dengan cara sederhana, yaitu berupa pembukuan belum menggunakan jurnal akuntansi”.

Bendahara Desa menggunakan Buku Kas Umum, Buku Kas Pembantu Pajak dan Buku Bank dalam melakukan pencatatan. Bendahara desa melakukan pencatatan atas seluruh penerimaan dan pengeluaran dalam Buku kas umum untuk yang bersifat tunai. Sedangkan transaksi penerimaan dan pengeluaran yang melalui bank/transfer dicatat dalam buku bank. Buku kas pembantu pajak digunakan oleh bendahara desa untuk mencatat penerimaan uang yang berasal dari pungutan pajak dan mencatat pengeluaran berupa penyetoran pajak ke kas negara. Khusus untuk pendapatan dan pembiayaan, terdapat buku pembantu berupa buku rincian pendapatan dan buku rincian pembiayaan.

### Siklus penatausahaan keuangan desa

Jenis transaksi yang terjadi dalam keuangan desa adalah transaksi penerimaan dan pengeluaran kas. Penerimaan kas oleh pemerintah desa berdasarkan permendagri No. 20 tahun 2018 terdiri dari pendapatan desa yang bersumber dari pendapatan asli desa, pendapatan transfer, pendapatan lain-lain, ataupun yang bersumber dari penerimaan pembiayaan. Sedangkan pengeluaran kas oleh pemerintah desa dapat berupa belanja pada berbagai bidang misalnya bidang penyekenggara pemerintah desa, bidang peleksanaan pembangunan desa, bidang pembinaan masyarakat. Berikut siklus penatausahaan keuangan menurut Permendagri Nomor 20 tahun 2018 yang dapat dilaksanakan oleh bendahara desa:



Sumber: Permendagri No. 20 Tahun 2018

Gambar 2. Siklus Penatausahaan Keuangan

Keterangan:

1. Siklus penatausahaan keuangan desa dimulai dengan ditetapkan peraturannya peraturan desa tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa).
2. Berdasarkan APBDesa maka pemerintahan desa melakukan transaksi keuangan berupa penerimaan kas sebagai sumber pendapatan desa dan melakukan pengeluaran kas berupa belanja untuk menjalankan operasional dan program- program desa.
3. Berdasarkan bukti-bukti transaksi keuangan (kas masuk maupun kas keluar) yang sah terutama Surat Permintaan Pembayaran dan Bukti Penerimaan Kas, bendahara desa mencatatnya dalam buku-buku kas (buku kas umum, buku pembantu pajak, dan buku bank).
4. Bendahara desa melakukan penutupan pada setiap bulannya terhadap masing-masing buku kas tersebut dan menjadikannya sebagai laporan ke kepala desa.
5. Bendahara desa memposting setiap transaksi yang dicatat di buku kas ke masing- masing akun/rekening yang ada di buku besar.
6. Pada saat akan menyusun laporan keuangan, baik semesteran maupun tahunan, bendahara desa harus menyusun neraca saldo yang merupakan ringkasan saldo dari setiap akun/rekening yang ada di buku besar.
7. Selanjutnya bendahara desa menghitung dan melakukan penyesuaian terhadap akun-akun/rekening-rekening yang terkait dengan aset lancar sebagai tahap penyusunan laporan kekayaan milik desa.
8. Bendahara desa menyusun laporan keuangan.

### Laporan Keuangan Desa

Menurut permendagri nomor 20 tahun 2018 mengatakan "Laporan keuangan desa yang wajib dilaporkan oleh pemerintah desa berupa anggaran, buku kas, buku pajak, buku bank, dan laporan realisasi anggaran."

Dalam bukunya Sujarweni (2015: 23)

Tahapan pembuatan laporan keuangan desa adalah sebagai berikut:

1. Membuat rencana berdasarkan visi misi yang dituangkan dalam penyusunan anggaran.
2. Anggaran yang dibuat terdiri atas akun pendapatan, belanja, dan pembiayaan. Setelah disahkan, anggaran perlu dilaksanakan.
3. Dalam pelaksanaan anggaran, timbul transaksi yang harus dicatat secara lengkap berupa pembuatan buku kas umum, buku kas pembantu, buku bank, buku pajak, buku inventaris dengan disertai pengumpulan bukti bukti transaksi.

### Pertanggungjawaban Keuangan Desa

Menurut permendagri nomor 113 tahun 2014 pertanggungjawaban keuangan desa terdiri atas hal berikut.

1. Kepala desa menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDes kepada bupati/walikota melalui camat setiap akhir tahun anggaran. Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDes terdiri atas pendapatan, belanja, dan pembiayaan. Laporan ini ditetapkan peraturan desa dengan melampirkan format:
  - a Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa tahun anggaran berkenaan;
  - b Laporan kekayaan milik desa per 31 desember tahun anggaran berkenaan; dan
2. Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDes disampaikan paling lambat satu bulan setelah akhir tahun anggaran berkenaan.

## METODE PENELITIAN

Data yang digunakan penulis dalam penelitian ini data primer yaitu data yang didapat dari wawancara langsung dengan sekretaris desa ulak paceh untuk data sekunder yaitu sistem

penerimaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) melalui bendahara desa dan sistem penerimaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) melalui transfer. Sejarah singkat, struktur organisasi, tugas dan fungsi, dan data lainnya yang diperlukan serta buku-buku, undang-undang dan peraturan pemerintah yang digunakan oleh penulis dalam menunjang

Teknik analisis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif, yaitu mengumpulkan data dalam bentuk wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan prosedur penatausahaan akuntansi desa kemudian data tersebut dijadikan acuan dalam Analisis sistem serta dokumen transaksi dalam bentuk narasi dan flowchart beserta rancangan dokumen transaksinya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

Penerimaan desa adalah uang yang berasal dari semua pendapatan desa yang masuk ke APBDes melalui Rekening Kas Desa atau yang diterima oleh Bendahara Desa. Bendahara desa wajib melakukan pencatatan setiap ada penerimaan di kas desa. Penerimaan pendapatan desa bisa berasal dari Pendapatan asli daerah, Alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (Dana Desa), bagian hasil pajak Daerah dan Retribusi Daerah Kabupaten/Kota, Alokasi Dana Desa, Bantuan keuangan dari APBD Provinsi dan APBD Kabupaten/Kota, Hibah dan Sumbangan yang tidak mengikat dari Pihak Ketiga, dan Lain-lain Pendapatan yang Sah. Pencairan dana dalam rekening desa ditandatangani oleh Kepala Desa dan Bendahara Desa. Metode pencatatan penatausahaan penerimaan desa terdiri dari buku kas umum, buku pembantu pajak, dan buku kas bank. Kegiatan penatausahaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) pada desa Ulak Paceh sudah sesuai dengan Permendagri No. 20 tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan desa.

### **Pengendalian Intern pada Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

Komponen yang ada pada sistem pengendalian intern Sistem Akuntansi penatausahaan Anggaran pendapatan dan belanja desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh:

1. Struktur organisasi pada desa Ulak Paceh telah memenuhi pengendalian internal yang baik dan berjalan efektif dimana desa Ulak Paceh memiliki struktur organisasi yang jelas dan tidak sering berubah yang dapat menggambarkan garis wewenang serta tanggung jawab karyawannya. Pemisahan fungsi dalam struktur organisasinya pun tidak menyebabkan adanya bagian yang merangkap tugas dan jabatan pada bagian lain serta penetapan sanksi kepada pengelola yang melanggar aturan yang ditetapkan.
2. Sistem otorisasi dan prosedur pencatatan pada desa Ulak Paceh telah berjalan efektif dimana dalam pemberian kredit dan pemberian otorisasi serta dokumen yang digunakan jelas dan tepat. Pengelola menjalankan tanggung jawabnya sesuai wewenang yang diberikan, transaksi yang diproses adalah transaksi yang telah terotorisasi, pemberian otorisasi kredit didelegasikan pada bagian kredit untuk mengontrol prosedur dalam tiap transaksinya, penginputan data dilakukan secara akurat dan tepat.
3. Praktik yang sehat pada desa Ulak Paceh telah berjalan efektif dimana penggunaan formulir juga lengkap dengan faktur pemberian kredit bernomor urut, pemakaian faktur pemberian kredit dapat dipertanggung jawabkan oleh fungsi kredit. Dimana terdapatnya pemeriksaan atas keabsahan blangko dan juga melakukan penilaian atau evaluasi kredit oleh tim verifikasi serta melakukan kunjungan lapangan oleh tim verifikasi dan juga memberikan umpan balik oleh tim verifikasi. Catatan arsip desa Ulak Paceh juga disimpan dan di arsip dengan baik. Desa Ulak Paceh juga melakukan evaluasi atas kebijakan yang ada didalam desa Ulak Paceh serta memberikan sanksi untuk setiap pelanggaran yang dilakukan dengan sengaja.
4. Pengelola yang bermutu pada desa Ulak Paceh berjalan dengan efektif dimana penerimaan pengelola baru sering dilakukan pada desa Ulak Paceh.

Analisis sistem akuntansi ini sebagai dasar penulis mengetahui bagaimana sistem akuntansi penatausahaan APBDes pada desa Ulak Paceh. Dalam pencatatannya masih manual belum ada sistem tersendiri untuk pencatatnya atau masih dibantu dengan Microsoft Excel yang berupa Buku Kas Umum, Buku Kas Pembantu pajak, dan Buku Bank serta Laporan Realisasi Anggaran tahap pertama dan tahap kedua, Semua Penerimaan kas juga sudah didukung oleh bukti yang lengkap dan sah. Prosedur penatausahaan penerimaan yang digunakan dalam Analisis sistem akuntansi penatausahaan APBDes pada desa ulak paceh yaitu:

- a. Prosedur penerimaan melalui bendahara desa
  - Penyetoran langsung melalui bendahara desa oleh pihak ketiga dilakukan sesuai prosedur dan tatacara sebagai berikut:
    1. Pihak ketiga/penyetor mengisi Surat Tanda Setoran (STS)/tanda bukti lain.
    2. Bendahara desa menerima uang dan mencocokkan dengan STS dan tanda bukti lainnya.
    3. Bendahara desa mencatat semua penerimaan
    4. Bendahara desa menyetor penerimaan ke rekening kas desa
    5. Bendahara desa dilarang membuka rekening atas nama pribadi di bank dengan tujuan pelaksanaan APBDes.
    6. Bukti setoran dan bukti penerimaan lainnya harus dipertanggungjawabkan kepada Kepala Desa.
    7. Bendahara desa dilarang menyimpan uang, cek atau surat berharga, kecuali telah diatur melalui peraturan perundang-undangan.
- b. Prosedur penerimaan setoran melalui bank adalah :
  1. Bank yg ditunjuk oleh Pemerintah Desa dlm rangka menyimpan uang dan surat berharga lainnya yang ditetapkan sebagai rekening kas desa.
  2. Pihak ketiga/penyetor mengisi STS/tanda bukti lain sesuai ketentuan yg berlaku. Dokumen yg digunakan oleh bank meliputi :
    - a. STS/Slip setoran
    - b. Bukti penerimaan lain yg sah
  3. Pihak ketiga/penyetor menyampaikan pemberitahuan penyetoran yg dilakukan melalui bank kepada bendahara desa dengan dilampiri bukti penyetoran/slip setoran bank yg sah.
  4. Bendahara desa mencatat semua penerimaan yg disetor melalui bank di Buku Kas Umum dan Buku Pembantu bank berdasarkan bukti penyetoran/slip setoran bank.

**Perbandingan Penatausahaan (Teori Permendagri Nomor 20 Tahun 2018) Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

**Tabel 1. Perbandingan Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) pada desa Ulak Paceh**

No.	Data	Menurut teori	Desa ulak paceh	Keterangan
1	Metode pencatatan	1. Buku kas umum digunakan untuk mencatat semua transaksi, baik pengeluaran maupun penerimaan yang berkaitan dengan kas (uang tunai). 2. Buku pembantu pajak yang digunakan untuk mencatat semua transaksi penerimaan maupun pengeluaran pajak (khususnya PPh pasal 21 dan PPn), dalam kaitannya bendahara desa sebagai wajib pungut (wapu).	1. buku kas umum digunakan untuk penerimaan yang bersifat tunai yang diterima oleh bendahara desa dibuatkan bukti kuitansi tanda terima dan dicatat oleh bendahara desa pada buku kas umum. 2. Buku pembantu pajak digunakan untuk mencatat pungutan/potongan yang dilakukan oleh bendahara desa serta pencatatan penyetoran ke kas negara sesuai dnegan ketentuan perundangan, atas	Sudah Sesuai

		3. Buku bank digunakan untuk mencatat semua transaksi, baik penerimaan maupun pengeluaran yang terkait dengan bank (penarikan, penyetoran, dll).	pungutan/potong dan penyetoran pajak ini tidak dilakukan pada buku kas umum hanya pada buku pembantu pajak. 3. Buku bank digunakan untuk penerimaan yang bersifat transfer, bendahara desa akan mendapatkan informasi dari bank berupa nota kredit atas dana-dana yang masuk ke rekening kas desa, berdasarkan nota kredit ini selanjutnya bendahara desa melakukan pencatatan ke dalam buku bank.	
2	Fungsi penerimaan	1. Penatausahaan keuangan dilakukan oleh kaur keuangan sebagai fungsi bendahara. 2. Sekretaris desa melakukan verifikasi, evaluasi dan analisis atas laporan. 3. Rekening kas desa digunakan untuk penerimaan dana yang ditranfer oleh pemerintah ataupun pihak ketiga.	1. Pemberi dana berfungsi menyalurkan dana desa atau bantuan keuangan pada desa berdasarkan ketentuan yang berlaku. 2. Penerima dana bertugas menerima dana yang masuk untuk desa. 3. Bank berfungsi mengeluarkan nota kredit atas dana-dana yang masuk ke rekening kas desa.	Sudah selesai
3	Dokumen penatausahaan penerimaan	1. Bukti kuitansi penerimaan Pada desa ulak paceh penerimaan secara tunai yang diterima oleh bendahara desa dibuatkan bukti kuitansi tanda terima dan dicatat oleh bendahara pada buku kas umum. 2. Nota kredit Pada desa ulak paceh nota kredit digunakan sebagai dokumen yang membuktikan terjadinya pengurangan piutang. 3. Bukti setor pajak Pada desa ulak paceh bukti setor pajak merupakan bukti pembayaran atau penyetoran pajak yang telah dilakukan oleh wajib pajak dengan menggunakan formulir atau dengan cara lain ke kas negara, wajib pajak diharuskan terlebih dahulu untuk membuat Surat Setoran Pajak (SPP) dan membawa SPP tersebut ke tempat membayar pajak. 4. Bukti transfer bank Pada desa ulak paceh bukti	1. Nota kredit Pada desa Ulak Paceh nota kredit digunakan sebagai dokumen yang membuktikan terjadinya pengurangan piutang. 2. Bukti setor pajak Pada desa ulak paceh bukti setor pajak merupakan bukti pembayaran atau penyetoran pajak yang telah dilakukan oleh wajib pajak dengan menggunakan formulir atau dengan cara lain ke kas negara, wajib pajak diharuskan terlebih dahulu untuk membuat Surat Setoran Pajak (SPP) dan membawa SPP tersebut ke tempat membayar pajak. 3. Bukti transfer bank Pada desa ulak paceh bukti transfer bank didapat setelah melakukan transaksi pada bank, bukti transaksi menjadi alat untuk merekam seluruh transaksi yang terjadi. 4. Bukti kuitansi penerimaan Pada desa ulak paceh penerimaan secara tunai yang	Sesuai selesai

		transfer bank didapat setelah melakukan transaksi pada bank, bukti transaksi menjadi alat untuk merekam seluruh transaksi yang terjadi.	diterima oleh bendahara desa dibuatkan bukti kuitansi tanda terima dan dicatat oleh bendahara pada buku kas umum.	
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**Dokumen Yang Digunakan dalam Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

1. Bukti kuitansi penerimaan  
Pada desa Ulak Paceh penerimaan secara tunai yang diterima oleh bendahara desa dibuatkan bukti kuitansi tanda terima dan dicatat oleh bendahara pada buku kas umum.
2. Nota kredit  
Pada desa ulak paceh nota kredit digunakan sebagai dokumen yang membuktikan terjadinya pengurangan piutang.
3. Bukti setor pajak  
Pada desa ulak paceh bukti setor pajak merupakan bukti pembayaran atau penyetoran pajak yang telah dilakukan oleh wajib pajak dengan menggunakan formulir atau dengan cara lain ke kas negara, wajib pajak diharuskan terlebih dahulu untuk membuat Surat Setoran Pajak (SPP) dan membawa SPP tersebut ke tempat membayar pajak.
4. Bukti transfer bank  
Pada desa ulak paceh bukti transfer bank didapat setelah melakukan transaksi pada bank, bukti transaksi menjadi alat untuk merekam seluruh transaksi yang terjadi.

**Fungsi-Fungsi Yang Terlibat Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

Ada beberapa fungsi yang digunakan desa ulak paceh dalam Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) yaitu:

1. Pemberi dana terdiri dari pemerintah pusat/provinsi/kabupaten/kota, pihak ketiga, masyarakat. Desa menerima pendapatan transfer desa yang berasal dari pemerintah supra desa yang menyalurkan dana atau bantuan keuangan pada desa berdasarkan ketentuan yang berlaku.
2. Penerima dana desa terdiri dari bendahara desa, pelaksana kegiatan dan kepala desa.
3. Bank berfungsi sebagai penyedia fasilitas penyimpanan dana masyarakat dalam bentuk giro, tabungan maupun deposito dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

**Prosedur (*flowchart*) Analisis Sistem Akuntansi Penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh**

Berikut ini usulan prosedur (*flowchart*) yang penulis rancang untuk menggambarkan alur kegiatan penatausahaan anggaran pendapatan dan belanja desa (APBDes) Pada Desa Ulak Paceh

- a. Prosedur penerimaan melalui bendahara desa  
Penyetoran langsung melalui bendahara desa oleh pihak ketiga dilakukan sesuai prosedur dan tatacara sebagai berikut:
  1. Pihak ketiga/penyetor mengisi Surat Tanda Setoran (STS)/tanda bukti lain.
  2. Pihak ketiga/penyetor memberikan uang kepada bendahara desa.
  3. Bendahara desa menerima uang dan mencocokkan dengan STS dan tanda bukti lainnya.
  4. Bendahara desa mencatat semua penerimaan.
  5. Bendahara desa menyetor penerimaan ke rekening kas desa

6. Bendahara desa dilarang membuka rekening atas nama pribadi di bank dengan tujuan pelaksanaan APBDes.
  7. Bukti setoran dan bukti penerimaan lainnya harus dipertanggungjawabkan kepada Kepala Desa.
  8. Bendahara desa dilarang menyimpan uang, cek atau surat berharga, kecuali telah diatur melalui peraturan perundang-undangan.
- b. Prosedur penerimaan setoran melalui bank adalah :
1. Bank yg ditunjuk oleh Pemerintah Desa dlm rangka menyimpan uang dan surat berharga lainnya yang ditetapkan sebagai rekening kas desa.
  2. Pihak ketiga/penyetor mengisi STS/tanda bukti lain sesuai ketentuan yg berlaku. Dokumen yg digunakan oleh bank meliputi :
    - a. STS/Slip setoran
    - b. Bukti penerimaan lain yg sah
  3. Pihak ketiga/penyetor menyampaikan pemberitahuan penyetoran yg dilakukan melalui bank kepada bendahara desa dengan dilampiri bukti penyetoran/slip setoran bank yg sah.
  4. Bendahara desa mencatat semua penerimaan yg disetor melalui bank di Buku Kas Umum dan Buku Pembantu bank berdasarkan bukti penyetoran/slip setoran bank.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Analisis sistem akuntansi penatausahaan penatausahaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa pada (APBDes) desa Ulak Paceh ada 3 (tiga) yaitu:
  - a) Metode pencatatan menurut teori ada 3 (tiga) yaitu buku kas umum, buku kas pembantu pajak dan buku bank. Sedangkan pada desa ulak paceh ada 3 buku kas umum, buku kas pembantu pajak dan buku bank. Hal ini bearti metode pencatatan pada desa Ulak Paceh sudah sesuai dengan teori.
  - b) Fungsi penerimaan kas menurut teori ada 3 (tiga) pemberi dana, penerima dana dan bank. Sedangkan pada desa ulak paceh ada 3 pemberi dana (pemerintah pusat/provinsi/kabupaten/kota, pihak ketiga dan masyarakat), penerima dana ( bendahara desa, pelaksana kegiatan dan kepala desa) dan Bank. Hal ini bearti fungsi penerimaan pada desa Ulak Paceh sudah sesuai dengan teori.
  - c) Dokumen penatausahaan penerimaan menurut teori ada 4 (empat) yaitu: kuitansi penerimaan, nota kredit, bukti setor pajak, bukti transfer bank. Sedangkan pada desa Ulak Paceh ada 4 (empat) yaitu kuitansi penerimaan, nota kredit, bukti setor pajak, bukti transfer bank. Hal ini bearti metode pencatatan pada desa Ulak Paceh sudah sesuai dengan teori.
2. Dengan adanya Analisis sistem akuntansi penatausahaan APBDes pada desa Ulak Paceh yang dibuat dapat mendukung kegiatan penatausahaan APBDes pada desa Ulak Paceh.

### Saran

Sebaiknya pegawai penatausahaan pada desa Ulak Paceh perlu mempelajari undang-undang dan peraturan pemerintah ketika melakukan penatausahaan akuntansi desa agar tidak menyulitkan mereka dalam melaksanakan kegiatan penatausahaan penerimaan APBDes pada desa Ulak paceh.

Perlu adanya sistem akuntansi yang lebih baik agar nantinya pelaporan Dana desa mampu dilakukan dengan cepat dan output laporan keuangan desa lebih handal

## DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. 2016. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.  
Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa.  
Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Desa.  
Sujarweni V. Wiratna. 2015. Sistem Akuntansi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.  
Yuliansyah dan Rusmianto. 2017. Akuntansi Desa. Jakarta: Salemba Empat

# Analysis of the Evolution of E-Business in the Channel Enhancement Stage in Retail Companies in Indonesia (Case study at PT Indomarco Prismatama (Indomaret))

## Analisis Evolusi E-Business Tahap Channel Enhancement pada Perusahaan Retail di Indonesia (Studi kasus pada PT Indomarco Prismatama (Indomaret))

Elsa Zulfita <sup>1)</sup>; Deby Nofriansyah <sup>2)</sup>; Indah Wulan Sari Batubara <sup>2)</sup>; Nurbaiti <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: <sup>1)</sup> [elsazulfita93@gmail.com](mailto:elsazulfita93@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [debynofriansyah171101@gmail.com](mailto:debynofriansyah171101@gmail.com); <sup>2)</sup> [indahbatubara17@gmail.com](mailto:indahbatubara17@gmail.com);

<sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Zulfita, E., Nofriansyah, D., Batubara, I. W. S., Nurbaiti. (2022). Analysis of the Evolution of E-Business in the Channel Enhancement Stage in Retail Companies in Indonesia (Case study at PT Indomarco Prismatama (Indomaret)). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

### KEYWORDS

*E-Business Evolution, Channel Enhancement, Indomaret.*

*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 bagaimana evolusi e-business tahap Channel Enhancement terjadi pada salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia. Sampel penelitian ini adalah PT Indomarco Prismatama (Indomaret). Dalam penelitian ini, menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan studi literatur, observasi dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan PT Indomarco Prismatama atau Indomaret telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dengan optimal dengan mengimplementasikannya ke dalam sebuah website dan aplikasi digital. Sehingga dengan ini perusahaan tersebut telah memasuki dan menerapkan tahap evolusi Channel Enhancement tersebut dengan sangat maksimal.

### ABSTRACT

*This study aims to find out how the evolution of e-business in the Channel Enhancement stage occurred in one of the largest retail companies in Indonesia. The sample of this research is PT Indomarco Prismatama (Indomaret). In this study, using a case study method with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out using literature studies, observation and documentation studies. The results of this study indicate that the company PT Indomarco Prismatama or Indomaret has optimally utilized the development of information technology by implementing it into a website and digital application. Thus, the company has entered and implemented the Channel Enhancement evolution stage to the maximum extent.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sudah semakin pesat. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat mengubah atau bertransformasi bahkan berevolusi untuk dapat bertahan di tengah

ketatnya persaingan bisnis yang terjadi saat ini. Dewasa ini, berbagai perusahaan konvensional sudah bertransformasi dan berevolusi menjadi perusahaan yang “butuh” akan teknologi. Teknologi memang sudah menjadi kebutuhan penting dalam dunia yang serba elektronik seperti saat ini. Dengan adanya teknologi di dalam dunia bisnis saat ini, maka akan mempermudah proses operasional perusahaan baik dari segi pemasaran, ataupun dari segi transaksi dan penjualan produk. Proses pemanfaatan teknologi dalam bisnis inilah yang disebut dengan elektronik bisnis atau e-business.

Menurut Dhillon dan Kaur (2012) e-business adalah sebuah teknologi untuk mengembangkan bisnis baik internal seperti SDM, administrasi dan keuangan, dan proses eksternal seperti penjualan, penyediaan barang dan jasa serta hubungan konsumen . Di dalam perkembangan dunia e-bisnis yang sangat pesat saat ini, ada empat tahapan evolusi yang dapat menjadi bahan pijakan yaitu: (1) Channel Enhancement; (2) Value-Chain Integration; (3) Industry Transformation; dan (4) Convergence.

Pada penelitian ini, kami akan menganalisis mengenai tahapan evolusi e-bisnis yang pertama yaitu Channel Enhancement terhadap salah satu perusahaan retail terbesar yang ada di Indonesia yaitu PT Indomarco Prismatama atau dengan nama gerainya yang terkenal yaitu Indomaret. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perusahaan PT Indomarco Prismatama atau Indomaret tersebut berevolusi ke dalam tahap e-bisnis yang pertama yakni Channel Enhancement.

## LANDASAN TEORI

### Evolusi E-Business

Evolusi e-business di dalam dunia digital mempunyai makna yang tidak sama bagi setiap perusahaan, khususnya yang masih menerapkan konsep lama dalam berbisnis (konvensional). Banyak perusahaan yang berhati-hati dalam merespon fenomena tersebut dan terlalu cepat dalam mengambil tindakan terhadap berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh internet. Jika dibandingkan dengan negara-negara maju yang telah berani melakukan sebuah gerakan perubahan untuk secara keseluruhan mengganti metode mereka dalam berbisnis, dikarenakan bermacam-macam alasan negara-negara berkembang seperti Indonesia memilih untuk menggunakan pendekatan evolusi. Tujuannya ialah tidak hanya agar supaya resiko yang akan ditanggung nantinya menjadi lebih kecil, perusahaan juga berniat untuk memastikan agar proses perubahan business konvensional ke arah e-business benar-benar dapat memberikan nilai dan manfaat bagi pelanggan. Terdapat empat tahapan evolusi yang bisa dilakukan sebagai bahan pijakan, yakni:

1. Channel Enhancement
2. Value-Chain Integration
3. Industry Transformation
4. Convergence

### Channel Enhancement

Perusahaan yang masih menggunakan konsep konvensional dan memiliki keinginan untuk memanfaatkan internet dalam perusahaannya bisa memulai dengan mempergunakan teknologi informasi sebagai jaringan informasi atau alat penghubung yang dapat menghubungkan perusahaan dengan para konsumennya. Dengan memanfaatkan internet sebagai alat alternatif agar bisa terhubung dengan para mitra bisnis termasuk konsumen, untuk itu perusahaan tidak perlu merasa khawatir akan kehilangan pangsa pasar yang sudah dimiliki sekarang karena akses melalui internet hanya merupakan salah satu pilihan utama saja di mana sebagai pelengkap fasilitas konsep lama yang telah ada.

Apabila pada waktunya melihat dari evaluasi dan observasi yang telah dilakukan mulai nampak munculnya tren kemunduran pelanggan yang lebih memilih internet dibandingkan cara

konvensional, maka disaat itulah cara yang lama ini akan mulai dapat ditinggalkan dan digantikan oleh internet. Dengan melakukan tahap Channel Enhancement ini, sebuah perusahaan sudah bisa dikatakan dapat menerapkan dan mengaplikasikan yang disebut dengan e-business pada tahap awal.

### **Sejarah Indomaret (PT Indomarco Prismaatama)**

Pada mulanya, minimarket Indomaret adalah sebuah rancangan yang berkonsep gerai yang dilokasikan dekat dengan pemukiman masyarakat. Gerai yang bernama Indomaret ini menyediakan berbagai keperluan masyarakat mulai dari kebutuhan pokok, makanan ringan dan sereal, serta beragam jenis lainnya. Seiring berjalannya waktu dengan mengikuti apa yang menjadi tren dan kebutuhan masyarakat setiap tahunnya, Indomaret terus memperluas dan memperbanyak cabang-cabang gerainya di berbagai kawasan seperti kawasan perumahan, tempat wisata, kawasan niaga, bahkan juga kawasan daerah di dataran tinggi. Hal ini membuat Indomaret untuk terus menciptakan inovasi dan sebagai proses pembelajaran yang di mana menjadikan Indomaret sebagai suatu jaringan bisnisd ritel berskala besar yang lengkap dan beragam.

Pada tahun 1997, Indomaret memulai mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan sistem waralaba. Dengan menggunakan sistem tersebut, Indomaret bisa menyediakan peluang untuk masyarakat umum agar bisa bekerjasama dan memperoleh pendapatan. Konsep bisnis waralaba Indomaret diakui menjadi pelopor dan pertama dalam bidang retail di Indonesia. Bahkan, respon masyarakat terhadap bisnis waralaba Indomaret ini bisa dikatakan sangat baik dan positif. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya mitra dari Indomaret dari tahun ke tahun. Konsep bisnis waralaba dari Indomaret ini juga mendapat pengakuan dari Pemerintah Indonesia dan bahkan Indomaret pun dianugerahi dengan penghargaan dengan predikat "Perusahaan Waralaba Unggul Tahun 2003". Penghargaan ini merupakan yang pertama diberikan kepada perusahaan minimarket di Indonesia. Bahkan sampai sekarang ini, Indomaret satu-satunya perusahaan retail yang memperoleh penghargaan tersebut.

Pada awal tahun 2011, Indomaret mengganti logo lamanya dengan logo baru yang digunakan sampai saat ini yang mana logo tersebut berwarna biru, merah, dan kuning. Di masa sekarang, minimarket Indomaret berkembang dengan pesat. Jumlah gerainya pun telah mencapai 16.000, terdiri dari 40% gerai milik mitra waralaba serta 60% gerai milik PT Indomarco Prismaatama. Ada pula, sumber barang untuk seluruh gerai Indomaret mayoritas berasal dari 33 pusat distribusi milik PT Indomarco Prismaatama. Pusat-pusat distribusi Indomaret ini menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Selain itu, kehadiran bisnis waralaba Indomaret saat ini makin berkembang dengan adanya Indogrosir, yang mana ini adalah anak perusahaan dengan menggunakan konsep bisnis perkulakan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif, yang mana pendekatan ini berisi pengolahan data seperti mereduksi, menyajikan lalu memverifikasi data tersebut di mana tidak menggunakan perhitungan-perhitungan di dalamnya. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode studi kasus yaitu sebuah metode yang bertujuan untuk mengungkapkan fakta sebenarnya di lapangan sebagai mana keadaan nyatanya, secara intensif, mendalam dan komprehensif.

Teknik pengumpulan data pada penelitian kali ini menggunakan berbagai alternatif dan teknik yang akan diobservasi dari berbagai sumber yang ada. Di dalam penelitian ini, teknik pengambilan data dan informasi yang dipakai adalah studi literatur, observasi dan studi dokumentasi. Unit penelitian ini adalah PT Indomarco Prismaatama atau Indomaret. Unit analisisnya adalah mengenai salah satu dari empat tahapan evolusi e-business yaitu Channel Enhancement..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa melalui observasi dan studi dokumentasi yang sudah dilakukan, maka hasil yang di dapat ialah sebagai berikut:

Tahap evolusi Channel Enhancement

1. Perusahaan retail Indomaret tersebut sudah mencapai tahap evolusi ini karena perusahaan tersebut sudah mulai memanfaatkan internet dan teknologi yang mana sudah terimplementasikan dalam sebuah website bernama [www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id) yang bisa dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar 1. Evolusi Perusahaan Indomarcos Prisma (Indomaret)  
Sumber: Internet

Gambar 1. diatas adalah salah satu bentuk evolusi Perusahaan Indomarcos Prisma (Indomaret) yang mana perusahaan tersebut sudah memiliki website resmi yang memiliki cukup banyak fitur seperti Berita dan Kegiatan, Layanan, Kartu Member, Multimedia, Karir dan Waralaba.

Pada fitur Berita dan Kegiatan berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut misalnya yang terlihat pada gambar di bawah ini

**Berita & Kegiatan**

---

**Indomaret Serahkan Rp 7,2 Miliar untuk Pendidikan dan Korban Bencana Alam**

Program kemanusiaan kerja sama Indomaret dengan NU CARE-LAZISNU telah menghimpun Rp 7.294.891.426. Dana dari donasi pelanggan Indomaret ini disalurkan untuk program pendidikan dan korban bencana Sulawesi Barat.

---

Mensos Resmikan Sarana Komunitas Adat Terpencil Donasi Pelanggan Indomaret

---

Indomaret Tambah Layanan Tarik Tunai Bank Permata

---

Bantuan dan CSR Indomaret

---

Donasi Konsumen Indomaret

Gambar 2. Fitur Berita dan Kegiatan  
Sumber: Internet

Pada fitur Layanan terdapat pula layanan Pesan Antar Ambil Indomaret (PAAI) yang mana fitur ini adalah salah satu inovasi mereka dalam pengembangan produk dan jasa di era yang serba online seperti ini. Perusahaan ini juga menyediakan fitur pembayaran secara digital seperti i-Payment dan i.saku untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi secara daring/online. Indomaret bahkan juga menyediakan fitur i-Tiket untuk pemesanan tiket transportasi, event-event seperti konser dan sejenisnya serta tiket untuk wahana rekreasi secara online seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



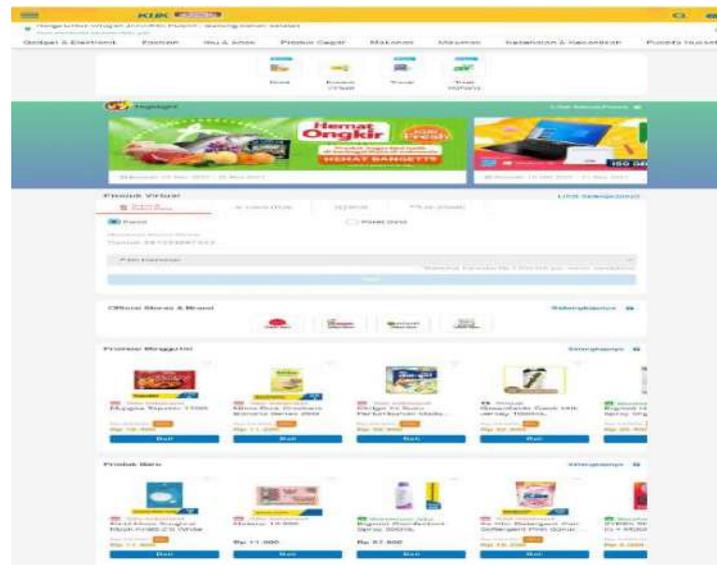
Gambar 3. Fitur layanan  
Sumber: Internet

Pada fitur Kartu ini Perusahaan Indomarc Prismatama menyediakan kartu yang memudahkan para member Indomaret untuk melakukan berbagai pembayaran dengan diskon langsung seperti pembayaran toll, bus Trans, Kereta KRL, dan lain sebagainya seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. fitur Kartu Perusahaan Indomarc Prismatama  
Sumber: Internet

Selain membuat website resmi, PT Indomarc Prismatama ini juga membuat sebuah aplikasi pemesanan berbagai macam produk mulai dari elektronik, kecantikan dan kesehatan, produk Ibu dan bayi dan lain sebagainya yang membuat aplikasi ini hampir setara dengan aplikasi e-commerce lainnya secara online yang bernama Klik Indomaret.



Gambar 5. Klik Indomaret  
Sumber: Internet

Dapat dilihat bahwa aplikasi Klik Indomaret ini begitu lengkap, tidak hanya menyediakan produk-produk lokal Indomaret saja, melainkan juga menyediakan produk-produk luar seperti gadget dan elektronik, produk perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan dan kesehatan serta produk fashion. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga menyediakan pembelian dan pembayaran pulsa, token listrik, paket data internet dan wifi, BPJS serta pembayaran air (PDAM).

Jadi, berdasarkan analisis mengenai evolusi e-business pada tahap Channel Enhancement terhadap PT Indomarco Prismatama ini sudah sangat maksimal sekali. Perusahaan ini benar-benar secara maksimal memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dan menerapkannya pada bisnis retail mereka yang mana membuat perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia. Melalui perkembangan yang begitu pesat dengan hadirnya website serta aplikasi yang mumpuni nan lengkap, perusahaan ini sudah berevolusi secara optimal ke dalam elektronik business yang sebenarnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil observasi dan analisis yang sudah dilakukan, untuk itu dapat disimpulkan bahwa PT Indomarco Prismatama atau Indomaret telah mencapai tahap evolusi e-business yang pertama yaitu Channel Enhancement dengan memanfaatkan teknologi secara optimal dan mengimplementasikannya dalam bentuk sebuah website serta aplikasi yang bisa digunakan untuk dapat memudahkan proses pembelian barang serta dalam proses transaksi dan pengiriman. Penelitian ini hanya terbatas pada tahap evolusi yang pertama saja sehingga saran untuk peneliti berikutnya agar dapat menganalisis tahapan-tahapan evolusi yang lainnya dengan lebih cermat dari peneliti sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, Rangga (2020). Buku Pegangan Dosen: E-Business. Jakarta.
- Hifzhan, Achmad & Sunarti. (2015). Upaya Pengembangan E-Business dalam Pemasaran Produk Secara Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (1), 1-8.
- Subekti, Mohammed. (2014). Pengembangan Model E-Business di Indonesia. *Jurnal Comtech*, 5 (2), 925-938.

- Dhillon, Rashem dan Sukhpreet Kaur. (2012). Review Paper on e-Business & CRM. [www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf](http://www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf). (Diakses tanggal 9 November 2021)
- Perkasa, Muhammad. (2019). Mengenal Sejarah Indomaret, Pelopor Bisnis Minimarket di Indonesia. <https://marketeters.com/mengenal-sejarah-indomaret-pelopor-bisnis-minimarket-di-indonesia/>. (Diakses tanggal 10 November 2021)

## Analyze of Employee's Motivation Factor in Sekretariat Daerah in Kabupaten Bengkulu Utara

### Analisis Faktor Motivasi Kerja Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara

Marsidi <sup>1)</sup>; Askani <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [marsidi0459@gmail.com](mailto:marsidi0459@gmail.com); <sup>2)</sup> [askanistia1@gmail.com](mailto:askanistia1@gmail.com)

#### How to Cite :

Marsidi., Askani. (2022). Analyze of Employee's Motivation Factor in Sekretariat Daerah in Kabupaten Bengkulu Utara. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Motivation, Motivation Factor, Motivation's Effort

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 motivasi kerja pegawai pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara. jumlah responden/informan yang meliputi Kabag 2 Orang, Kasubbag 10 orang dan Staff 13 orang. Metode data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner, metode analisis data adalah deskriptif kualitatif. Penelitiannya menggunakan berdasarkan hasil penelitian, maka faktor motivasi yang paling penting adalah kebutuhan akan gengsi dan sebenarnya yang membuat seorang Pegawai merasa percaya diri untuk melakukan suatu pekerjaan/pekerjaan suatu usaha, yang telah dilakukan oleh pemberi kerja untuk memotivasi. Pegawai memiliki komunikasi yang baik dengan kata-kata yang sesuai.

#### ABSTRACT

*This study aims to describe the work motivation of employees at the Regional Secretariat of North Bengkulu Regency. the number of respondents/informants which includes Head of Division 2 people, Head of Subsection 10 people and Staff 13 people. The data method was carried out by interviews and questionnaires, the method of data analysis was descriptive qualitative. The research uses based on research results, the most important motivational factor is the need for prestige and actually what makes an employee feel confident to do a job / work of a business, which has been done by the employer to motivate. Employees have good communication with appropriate words.*

## PENDAHULUAN

Kehidupan organisasional bahwa pimpinan memainkan peranan yang sangat penting, bahkan dapat dikatakan sangat menentukan dalam usaha pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Memang benar bahwa pimpinan, baik secara individual maupun sebagai kelompok, tidak mungkin dapat bekerja sendirian. Pimpinan membutuhkan sekelompok orang lain, yang dengan istilah populer dikenal sebagai bawahan, yang digerakkan sedemikian rupa sehingga para bawahan itu memberikan pengabdian dan sumbangsuhnya kepada organisasi, terutama dalam cara bekerja yang efisien, efektif, ekonomis dan produktif.

Seorang pimpinan harus mampu menciptakan suasana yang kondusif, memberikan cukup perhatian, memberikan penghargaan terhadap prestasi kerja, menjalin komunikasi yang baik dengan seluruh pegawai karena Pimpinan maupun Pegawai Negeri Sipil yang menjadi bawahannya, memerlukan komunikasi yang efektif diantara anggota-anggota kelompok. Untuk

menciptakan kondisi demikian, diperlukan adanya usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas dan kepuasan kerja bagi setiap pegawai. Ini dimungkinkan bila terwujudnya peningkatan motivasi kerja pegawai secara optimal. Demikian halnya yang menjadi permasalahan pada Bagian Pemerintahan di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara saat ini, yaitu wewenang pimpinan yang begitu dominan terhadap masalah-masalah sumber daya manusia, keuangan serta pengembangan lainnya. Pimpinan dalam membagi-bagi tugas/pekerjaan didasari atas rasa pilih kasih, hanya terhadap pegawai/orang-orang tertentu, bukan berdasarkan tugas pokok dan fungsi yang ada. Hal ini akan menimbulkan sikap apatis, tidak bersemangat, ragu-ragu dan takut salah, kecewa, masa bodoh, putus asa serta menjadikan kegiatan yang ada tidak berjalan sebagaimana mestinya.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari *motive* atau dengan bahasa latinya, yaitu *movere*, yang berarti “mengarahkan”. Pengertian motivasi kerja menurut Hasibuan (2016), adalah sejumlah aktivitas fisik dan mental untuk mengerjakan suatu pekerjaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa tingkat motivasi hanya bisa diukur secara kualitatif. Ia hanya bisa dilihat dari perilaku yang ditampilkan oleh para Pegawai. Bila seorang sering absen, apatis, agresif, tidak loyal, frustrasi, berpikir reaktif atau berperilaku negatif lainnya, maka sering ia disebut sebagai Pegawai bermotivasi rendah. Secara kuantitatif, sulit menentukan apakah seorang Pegawai mempunyai motivasi rendah atau tinggi, tetapi dari konstruk perilakunya orang akan gampang menilai.

### Aspek, Pola dan Tujuan Motivasi

Keinginan dan kegairahan kerja dapat ditingkatkan berdasarkan pertimbangan tentang adanya 2 (dua) aspek motivasi yang bersifat statis, yaitu: 1) Aspek motivasi statis tampak sebagai keinginan dan kebutuhan pokok manusia yang menjadi dasar dan harapan yang akan dipeolehnya dengan tercapainya tujuan organisai; dan 2) Aspek motivasi statis adalah berupa alat peransang/insentif yang diharapkan akan dapat memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pokok yang diharapkannya tersebut. Sedangkan pola motivasi menurut David Mc. Clelland dalam Hisibuan (2016 :97) adalah: a) *Achievement Motivation*; b) *Affiliation Motivation*; c) *Competence Motivation*; d) *Power Motivation*

Adapun tujuan pemberian motivasi menurut Hasibuan (2016: 98) adalah sebagai berikut tiga diantaranya: a) Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan; b) Meningkatkan Moral dan Kepuasan kerja Pegawai; d) Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai,

### Alat dan Jenis Motivasi

Berdasarkan penelitian terdahulu alat-alat yang digunakan dalam motivasi adalah material insentif, nonmaterial insentif, kombinasi material dan nonmaterial insentif.

### Metode Motivasi

Metode-metode dalam motivasi menurut (Murray dalam Mangkunegara (2017) yaitu metode langsung (*Direct Motivation*) dan motivasi tidak langsung (*Indirect Motivation*).

### Pengukuran Motivasi Kerja

Pengukuran motivasi kerja menurut Murray dalam Mangkunegara (2017), menyatakan bahwa pengukuran motivasi dapat dilakukan dengan melihat karakter orang sebagai berikut : a) Melakukan sesuatu dengan sebaik-baiknya; b) Kreatif dan inovatif; c) Melakukan sesuatu untuk mencapai kesuksesan; d) Menyelesaikan tugas-tugas yang memerlukan usaha dan keterampilan; e) Selalu mencari sesuatu yang baru; f) Berkeinginan menjadi orang terkenal atau menguasai bidang

tertentu; g) Melakukan pekerjaan yang sukar dengan hasil yang memuaskan; h) Inisiatif kerja tinggi; i) Melakukan sesuatu yang lebih baik dari pada orang lain.

#### **Faktor- Faktor Yang Mendorong Motivasi**

Menurut Kuesioner Utama oleh Manolopoulos dalam Istijanto OEI (2010), menyatakan hal-hal yang memotivasi orang bekerja lebih baik adalah sebagai berikut: a) Pemberian Tunjangan, bonus; b) Komunikasi dan kerjasama antarbagian; c) Peluang karier yang lebih maju; d) Keamanan tempat kerja; e) Kondisi atau Fasilitas kerja; f) Peluang untuk mengembangkan keahlian individu; g) Kesempatan bekerja secara kreatif; h) Kebutuhan harga diri dan citra diri; i) Pengakuan kerja; j) Peluang untuk memiliki tanggung jawab sendiri; k) Kelangsungan kerja.

#### **Upaya-upaya memotivasi**

Beberapa cara atau upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan motivasi Pegawai oleh (D2A002018\_DIMAS ESTU HAPSORO) yang diambil dari data internet adalah sebagai berikut: a) Rasa Hormat (*Respect*); b) Informasi (*Information*); c) Perilaku (*Behavior*); d) Hukuman (*Punishment*); e) Perintah (*Command*); f) Perasaan (*Sense*).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian metode kualitatif ini memaparkan seluruh fakta dan peristiwa lapangan merupakan serangkaian penelitian yang mencoba untuk mengedepankan proses dengan harapan akan memperoleh hasil penelitian akurat dan bukan rekayasa semata. Proses yang dimaksud dalam penelitian ini adalah motivasi kerja pegawai (studi deskriptif kualitatif pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara).

#### **Analisis Deskriptif**

Suatu analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan berbagai temuan yang diperoleh saat penelitian yang disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

#### **Analisis Kualitatif**

Teknik analisis data pada penelitian ini tentunya agar dapat melihat kondisi motivasi kerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara. Tahapan- tahapan analisis data dimaksud adalah: 1. Analisis lapangan; dan 2. Analisis hasil yang dilakukan setelah data-data terkumpul. Analisa hasil ini dilakukan melalui 3 (tiga) tahapan yaitu: a. Reduksi Data; b. Penyajian (display data); c. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing*).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Penelitian**

Pada Bagian ini peneliti akan menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat motivasi kerja Pegawai melalui Indikator Motivasi Kerja Pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap indikator motivasi yang dapat mengukur tingkat motivasi pegawai dilingkungan sekretariat daerah kabupaten Bengkulu Utara adalah berada pada kriteria Rendah dengan nilai rata-rata sebesar 2,54 (1,81-2,60). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi kerja pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara masih tergolong buruk yang tentunya akan mempengaruhi kualitas atau hasil kerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara itu sendiri yang menandakan bahwa sangatlah diperlukan adanya suatu faktor motivasi yang dapat mendorong kerja pegawai tersebut.

Hasil rata-rata tertinggi pada indikator motivasi yang dapat mendorong motivasi pegawai sebesar 2,95(2,61 – 3,40) yang berarti berada pada kriteria sedang pada pernyataan "Saudara

Melakukan Sesuatu untuk mencapai kesuksesan” yang dalam hal ini berarti bahwa pegawai di Sekretariat Daerah Bengkulu Utara itu belum termotivasi untuk melakukan sesuatu untuk mencapai kesuksesan meskipun pada kenyataannya ada sebagian pegawai yang mayoritas kecil melakukan sesuatu tugas dengan tujuan mencapai kesuksesan.

Dilihat dari rata-rata terendah pada Indikator motivasi yang dapat mendorong motivasi pegawai adalah sebesar 2,22 (1,80-2,60) yang berarti berada pada kriteria Rendah pada pernyataan “Saudara Melakukan Sesuatu yang lebih baik dari pada orang lain” yang dalam hal ini berarti bahwa pegawai di Sekretariat Daerah Bengkulu Utara itu belum termotivasi untuk melakukan sesuatu yang lebih baik daripada yang lainnya dalam hal ini khususnya antar pegawai itu sendiri belum menunjukkan hal yang melebihi pegawai yang lainnya satu sama lainnya .

### **Mengevaluasi Faktor yang mempengaruhi Motivasi Kerja Pegawai :**

Dengan melihat angka indeks tertinggi sebagai urutan kepentingan Faktor yang memotivasi kerja pegawai maka urutan yang paling dipentingkan atau rangking 1 adalah pernyataan “kebutuhan harga diri dan citra diri”, yang berarti Para pegawai membutuhkan kebutuhan harga diri dan citra diri yang dianggap dapat menambah kepercayaan diri pegawai itu tersendiri sehingga seorang pegawai merasa lebih mampu untuk menjalankan tugas yang telah diberikan kepadanya, diikuti pada rangking ke 2 pernyataan “komunikasi dan kerjasama antarbagian , peluang karier yang lebih maju; dan kondisi atau fasilitas kerja yang memadai pengakuan kerja” yaitu Komunikasi,kerjasama antar bagian, kondisi atau fasilitas kerja yang memadai dan peluang kerja lebih maju yang ketiga hal ini dianggap penting karena dengan adanya komunikasi yang baik maka akan terjalin saling kesinambungan dalam suatu proses kerja, serta dengan adanya fasilitas yang memadai tentu akan lebih menunjang proses kegiatan kerja , namun juga dengan melihat sisi peluang kerja yang lebih maju. Pernyataan “peluang untuk mengembangkan keahlian individu” pada rangking ke 3 yaitu Peluang untuk mengembangkan keahlian individu dalam hal ini pegawai menginginkan adanya suatu peluang atau bagian untuk melakukan dan mengembangkan keahlian individu pegawai itu sendiri, rangking ke 4 yaitu pertanyaan mengenai “kelangsungan kerja” kelangsungan kerja dan yang terakhir rangking ke 5 adalah pernyataan tentang “Pengakuan Kerja”.

### **Upaya- Upaya yang dilakukan untuk memotivasi Pegawai**

Upaya- upaya yang dilakukan untuk memotivasi pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara, diantaranya : 1. Pemberian rasa hormat terhadap pegawai dari pimpinan serta dari organisasi itu sendiri terutama atas keberhasilan pegawainya; 2. Dalam bekerja sama yang baik antara pimpinan dan bawahan tentunya sangat diperlukan suatu informasi yang jelas untuk menghindari kesalahpahaman dan komunikasi yang simpang siur baik itu dari pimpinan kepada bawahan maupun dari bawahan kepada atasannya; 3. Pimpinan berhak memberikan teguran kepada bawahan atas perilaku yang kurang dianggap baik terutama ketika bawahan melakukan suatu kesalahan dan dianjurkan teguran itu sendiri bersifat lebih membangun; 4. Pada saat bawahan melakukan suatu kesalahan baik yang fatal maupun tidak , maka seorang pimpinan berhak memberikan hukuman yang setimpal terhadap kesalahan yang dibuat; 5. Untuk membangun kerjasama yang baik maka antar pimpinan dan bawahan sangat diperlukan adanya hubungan baik guna memperlancar proses dalam bekerja dan terciptanya suasana yang harmonis dalam melakukan suatu pekerjaan; 6. Pada saat seorang bawahan memberikan hasil kerja terbaik yang patut untuk dibanggakan dan dicontohkan , maka ada baiknya sebagai seorang pimpinan memberikan suatu reward atau penghargaan. Dengan demikian bawahan tersebut akan terlihat lebih semangat dalam bekerja untuk mencapai tujuan kerja; 7. Melakukan suatu negosiasi kerja dalam hal ini antara pimpinan dan bawahan diadakannya suatu rapat kecil dilingkungan kerja suatu bagian tertentu guna mengetahui maksud dan tujuan dan tatacara alur kerja yang baik dalam memperlancar proses kerja, ini juga bertujuan sebagai wadah untuk menampung aspirasi dari para bawahan untuk mengevaluasi proses kerja yang telah berlangsung dan yang selanjutnya.

## Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, maka dapat diketahui variabel faktor motivasi kerja pegawai yang diukur melalui indikator motivasi itu sendiri adalah pada kondisi yang tergolong rata-rata kurang baik. Dapat dilihat rata-rata jawaban tertinggi responden sebesar 2,95(2,61 – 3,40) untuk pertanyaan **“Melakukan sesuatu pekerjaan untuk mencapai kesuksesan ”**, artinya nilai rata-rata jawaban adalah cukup baik yang memberi penegasan bahwa pegawai melakukan sesuatu pekerjaan untuk mencapai kesuksesan. Akan tetapi jika dilihat dari rata-rata jawaban terendah responden sebesar 2,22 (1,81 – 2,60) = kurang baik untuk pertanyaan **“Belum Melakukan Sesuatu Yang Lebih Baik Dari Orang Lain”** artinya rata-rata jawaban tidak baik dikarenakan para bawahan belum termotivasi untuk lebih maju dari yang lainnya. Jika dihubungkan antara rata-rata jawaban tertinggi dan terendah maka dapat disimpulkan pegawai kurang termotivasi bekerja dengan pekerjaan selama ini. Pegawai masih kurang menjalankan suatu pekerjaan dengan semaksimal mungkin sehingga hal ini bisa menyebabkan kualitas kerja yang menurun dan kurang baik.

Dari hasil angka indeks yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa yang terpenting adalah menjalin komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan, membangun kerjasama yang baik untuk hasil yang lebih maksimal, memenuhi fasilitas-fasilitas atau fasilitas penunjang operasional dalam bekerja agar lebih termotivasi bekerja para pegawainya serta kebutuhan akan harga diri dan citra diri yang dapat membangun kepercayaan diri seorang pegawai.

Upaya Motivasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya adalah dengan yang terutama yaitu menjalin suatu komunikasi kerja yang baik, memberikan rasa hormat agar pegawai merasa dalam bekerja ia lebih dihargai, membangun informasi yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penyampaian informasinya, memberikan teguran atau tindakan terhadap pegawai yang melakukan suatu kesalahan namun masih dalam pemberian hukuman atau tindakan yang sewajarnya. Memberikan reward atau penghargaan kepada pegawai atau bawahan dalam keberhasilan kerjanya agar lebih bersemangat dalam bekerja dan melakukan suatu rapat kecil dalam bagian itu sendiri untuk menampung aspirasi atau masukan dari masing-masing bawahan tentang pelaksanaan kerja kedepannya.

Selanjutnya, dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor motivasi memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap motivasi kerja di lingkungan Sekterariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara. Dari hasil wawancara juga dapat diketahui bahwa hal yang sebenarnya dapat memotivasi kerja pegawai itu sendiri adalah berasal dari dirinya sendiri dan dengan sedikit dorongan seperti memberikan penghargaan atas apa yang telah dilakukan oleh bawahan dalam hal ini lebih bersifat ekonomis seperti adanya pemberian bonus atau tunjangan terhadap bawahan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Robert (dalam Timple, 2002) faktor internal yang menyenangkan menjadi kunci pendorong pegawai untuk menghasilkan motivasi kerja yang tinggi.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 2 orang Kepala Bagian maka ditarik suatu kesamaan jawaban bahwa komunikasi yang baik serta kerjasama sangatlah diperlukan dalam mencapai hasil kerja bersama dalam hal ini khususnya pada tiap-tiap bagian untuk mencapai hasil yang baik dan mampu saling membangun motivasi karena berdasarkan hasil wawancara ini juga pimpinan menilai bahwa bawahannya masih kurang termotivasi dalam bekerja sehingga menyebabkan kualitas kerja yang menurun juga.

Dari hasil wawancara terhadap 10 orang Kasubbag dapat disimpulkan bahwa sampai saat ini para kasubbag melihat dan mengamati para stafnya masih kurang termotivasi dalam bekerja dan dari tiap-tiap jawaban diketahui bahwa fasilitas penunjang sangatlah penting dalam memotivasi kerja pegawainya.

Selanjutnya hasil wawancara dari 13 orang staf bahwa komunikasi dan kerjasama yang baik antarbagian itu sangatlah penting. Pemberian bonus atau tunjangan dalam bekerja juga merupakan faktor pendukung dalam bekerja karena dengan adanya bonus yang berarti menambah kebutuhan ekonomi maka dirasa sangatlah perlu dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Kondisi dan Fasilitas penunjang kerja saat ini masih sirasa dalam kategori cukup bahkan sebagian menyatakan

kurang memadai dalam hal ini tentu harus dipenuhi agar nantinya memotivasi kerja pegawai itu sendiri serta Jaminan keamanan kerja yang masih harus ditingkatkan lagi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil penelitian, motivasi kerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Utara masuk dalam kategori kurang baik yang berarti masih kurangnya motivasi pegawai yang menjadi pokok permasalahannya. Para pegawai masih belum melakukan suatu pekerjaan yang lebih baik dari yang lainnya itu berarti bahwa motivasi atau kesadaran kerja untuk melakukan yang terbaik dalam bekerja yang dimiliki tiap-tiap pegawai masih sangat rendah dan masih harus ditingkatkan lagi agar tercapai hasil kerja yang memuaskan.
2. Tingkat Kepentingan Faktor yang memotivasi Pegawai di Sekretariat Daerah Bengkulu Utara adalah yang terpenting pegawai menginginkan kebutuhan harga diri dan citra diri yang membuat seorang pegawai merasa percaya diri untuk melakukan suatu pekerjaan sebagai mana mestinya dan sebaik-baiknya, Fasilitas kerja yang memadai dalam oprasional kerja, serta menjalin kerjasama dan komunikasi yang baik antarbagian agar tercapai tujuan kerja bersama.
3. Upaya- upaya yang dilakukan oleh atasan kepada bawahannya yang terutama menjalin komunikasi yang baik agar tidak terjadi kesalahpahaman, menjalin hubungan yang baik, memberikan peluang kerja kepada bawahan dengan baik, memberikan rasa hormat terhadap pegawai terutama terhadap hasil kerja atau prestasi kerja pegawai itu sendiri, pada saat bawahan melakukan suatu kesalahan, seorang pimpinan selayaknya memberikan teguran yang bersifat membangun agar sang pegawai juga merasa bahwa atasannya juga memiliki perhatian yang lebih, memberikan reward atas keberhasilan pegawai dalam mencapai tujuan kerjanya, melakukan negosiasi kerja yang berupa rapat kecil antar orang didalam suatu bagian untuk menampung informasi dan masukan baik dari bawahan ke atasan maupun atasan kepada bawahan.

### Saran

1. Untuk meningkatkan faktor motivasi adalah dengan cara memberikan motivasi agar para staf dapat bekerja lebih baik daripada yang lainnya yang memicu suatu semangat untuk mencapai kerja yang lebih sempurna dan lebih menganggap bahwa keberadaan staf itu juga sangat berarti dalam hal ini yang dimaksud adalah adanya pengakuan kerja.
2. Untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai adalah dengan cara menjalin komunikasi yang baik agar dalam bekerja tidak terjadi kesalahpahaman dalam pelaksanaan kerjanya serta agar terbinanya hubungan yang lebih harmonis antara staf dan atasannya serta dengan memenuhi kebutuhan akan fasilitas kerja yang memadai, menjamin keamanan dalam bekerja

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2012). *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, Melayu SP, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi Bumi Aksara, Jakarta.
- Mangkunegara, AP. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama, Rosda, Bandung.
- Siagian, S. P. (2004). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2009, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung : CV Alfabeta.
- Tella, Adeyinka, 2007, *Work Motivation, Job Satisfaction, and Organisational Commitment of Library Personnel in Academic and Research Libraries in Oyo State, Nigeria*, *Library Philosophy and Practice* 2007 (April).

## Geographic Information System Mapping Potential of E-Market in Pandemic Period

### Sistem Informasi Geografis Pemetaan Potensi E-Market pada Masa Pandemi

Elda Anzeli Hasibuan<sup>1)</sup>; Surya Darma<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [eldaanjelyhasibuan@gmail.com](mailto:eldaanjelyhasibuan@gmail.com); <sup>2)</sup> [sryadarma06@gmail.com](mailto:sryadarma06@gmail.com); <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Hasibuan, E. A., Darma, S., Nurbaiti. (2022). Geographic Information System Mapping Potential of E-Market in Pandemic Period. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Geographic Information System, Mapping Potential, E-Market, Pandemic Period

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



#### ABSTRAK

Perubahan pola pikir masyarakat dalam memperoleh informasi yang akurat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi yang semakin cepat. Saat ini, salah satu aplikasi teknologi yang paling luas adalah di bidang pemetaan. Teknologi pemetaan banyak digunakan untuk menyederhanakan berbagai tugas penting. Teknologi pemetaan yang paling banyak digunakan saat ini adalah sistem informasi geografis. Sistem Informasi Geografis (SIG) adalah tren teknologi pemetaan dalam bentuk sistem informasi terkomputerisasi yang dirancang untuk bekerja dengan referensi spasial. Di masa pandemi saat ini, transaksi jual beli produk yang ditawarkan sulit dilakukan karena pembatasan interaksi sosial antar masyarakat, sehingga menyulitkan UKM untuk menjual produknya. Perkembangan teknologi informasi khususnya internet tentunya dapat dijadikan sebagai media untuk mengatasi permasalahan tersebut. Adanya sistem informasi berbasis website dimaksudkan untuk mendukung pemasaran khususnya dalam memberikan informasi produk dan harga yang detail kepada konsumen. Kehadiran pandemi COVID-19 telah mengubah dunia dengan berbagai tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan berdampak sangat besar terhadap aktivitas manusia sehari-hari, sehingga mengakibatkan memburuknya perekonomian global. Pandemi COVID-19 saat ini memasuki tahun kedua yang mengharuskan aktivitas sehari-hari dilakukan dari rumah. Munculnya pandemi COVID-19 juga menyebabkan para pemilik usaha merasakan penurunan yang sangat nyata. Dalam kondisi seperti itu, diperlukan sistem informasi komunikatif berbasis web, yang darinya diharapkan pemecahan masalah khususnya penyediaan informasi tentang produk unggulan UKM.

#### ABSTRACT

*Changes in people's mindsets in obtaining accurate information are influenced by the rapid advancement of information technology. Currently, one of the most widespread applications of technology is in the field of mapping. Mapping technology is widely used to simplify important tasks. The most widely used mapping technology today is geographic information systems. Geographic Information System (GIS) is a mapping technology trend in the form of computerized information systems designed to work with spatial references. In the current pandemic period, buying and selling*

*products offered are difficult to carry out due to restrictions on social interaction between communities, making it difficult for SMEs to sell their products. The development of information technology, especially the internet, can certainly be used as a medium to overcome these problems. The existence of a website-based information system is intended to support marketing, especially in providing detailed product and price information to consumers. The presence of the COVID-19 pandemic has changed the world with unprecedented challenges and has had a huge impact on daily human activities, resulting in a worsening of the global economy. The COVID-19 pandemic is currently entering its second year, requiring daily activities to be carried out from home. The emergence of the COVID-19 pandemic has also caused business owners to feel a very real decline. In such conditions, a web-based communicative information system is needed, from which it is hoped that problem solving, especially the provision of information about the superior products of SMEs, is needed.*

## PENDAHULUAN

Teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG) mengalami perkembangan cepat. SIG dibentuk dengan memanfaatkan informasi yang didapatkan dengan mengolah data dalam jumlah besar, yaitu data geografis atau data tentang posisi suatu objek di permukaan bumi. Saat ini, teknologi SIG menggabungkan operasi pemrosesan data umum berdasarkan database, seperti menangkap visualisasi unik dan berbagai manfaat yang dapat ditawarkan oleh analisis geografis melalui gambar peta. SIG dapat ditampilkan dalam wujud aplikasi berbasis web atau aplikasi desktop. Selain itu, SIG juga dapat menjelaskan mengenai suatu peristiwa, perencanaan strategis, dan mempermudah dalam analisis masalah umum misalnya bidang ekonomi, kependudukan, sosial, pertahanan, dan pariwisata. SIG memiliki kemampuan baik untuk memvisualisasikan data spasial seperti perubahan bentuk, warna, ikon, dan ukuran. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi mengenai letak geografis suatu daerah.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Sistem Informasi Geografis (SIG)

Sistem Informasi Geografis berasal dari gabungan 3 kata: Sistem, Informasi, dan Geografis. Dari ketiganya, dapat dipahami bahwa Sistem Informasi Geografis adalah penggunaan sistem berisi informasi mengenai kondisi Bumi dalam sudut pandang keruangan.

Sobat, sebelumnya apakah kalian sudah pernah mempelajari penginderaan jauh? Penginderaan jauh dan Sistem Informasi Geografis (SIG) tidak bisa dipisahkan. SIG merupakan sistem khusus untuk mengolah data base yang berisi data referensi geografis dan memiliki informasi spasial.

Masukan data SIG banyak diperoleh dari citra penginderaan jauh. Semua informasi itu diproses dengan menggunakan komputer yang kemudian dapat dikombinasikan menjadi informasi yang diinginkan. Jadi singkatnya, SIG merupakan sistem yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menyajikan segala data yang berkaitan dengan kondisi geografis suatu wilayah.

### Electronic Market (e-market)

E-market merupakan salah satu cara dalam memasarkan hasil atau produk berbasis teknologi informasi dan komunikasi, dengan e-market dapat memperpendek mata rantai bisnis serta memperluas akses informasi dan pasar. Menurut Kotler (2004:74) e-market adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan guna mendeskripsikan kekuatan e-commerce pada masa pandemi. Dalam penelitian ini, analisis difokuskan pada lima kategori e-commerce utama di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Lazada, dan Blibli. Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat tahapan sebelum tujuan akhir antara lain:

Pengumpulan dan pemrosesan data situs web e-niaga. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan mencakup jumlah pengunjung situs web, pengunjung bulanan, pengunjung unik, halaman yang dikunjungi per kunjungan, rasio pentalan, kunjungan rata-rata, dan lalu lintas pencarian. Data-data tersebut diperoleh dari riset internet yang ada di platform analisis web bernama SimilarWeb, yang terintegrasi dengan Google Analytics. Data tersebut akan diproses oleh platform akan menempati tingkatan tertinggi dalam e-commerce dalam hal kinerja situs web pasar. Kemudian dari data-data tersebut, website total visitor, monthly visitor, search traffic, unique visitor, dan bounce rate akan menjadi data utama yang dianalisis dengan software Tableau.

Pengumpulan dan pengolahan data e-commerce berdasarkan persepsi konsumen. Dalam penelitian ini, pendataan e-commerce yang paling sering digunakan oleh konsumen berdasarkan persepsi konsumen dilakukan dengan cara menyebarkan angket. Setelah mempersiapkan angket, angket tersebut dibagikan kepada 150 konsumen dalam jangka waktu kurang dari satu bulan. Untuk mencapai target 150 responden, pendistribusian dilaksanakan dengan memanfaatkan berbagai media sosial seperti Facebook dan Instagram. Selain itu, peneliti menggunakan media komunikasi online misalnya WhatsApp dan Line untuk menyebarkan angket sesuai target. Kemudian data dari 150 responden menjadi data terpenting yang dikompilasi dengan Ms. Excel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, Internet atau World Wide Web (WWW) telah memberikan pengaruh terhadap perilaku pasar bisnis, industri dan perusahaan. Berbagai instansi mengalami perubahan untuk memenuhi tuntutan bisnis dan teknologi. TI sekarang digunakan untuk mendorong aktivitas bisnis dan pasar. Internet telah menjadi sistem komunikasi utama dan berperan dalam peningkatan bisnis dan transaksi. Hal tersebut telah menyebabkan perubahan signifikan dalam bisnis.

Internet memberikan peluang untuk bidang penjualan di pasar konsumen atau konsumen di pasar industri. Penjualan langsung barang dan jasa (direct selling) melalui internet dikenal sebagai perdagangan elektronik. Dinamika model bisnis e-commerce setiap tahun meningkat pesat dengan penyempurnaan perkembangan ICT dan teknologi informasi, menawarkan berbagai peluang untuk model bisnis baru untuk tumbuh. Perkembangan e-market juga memberikan pengaruh dalam struktur industri. E-market telah merevolusi cara berbisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan, melakukan transaksi. Secara umum, perusahaan besar dapat memanfaatkan skala ekonomi dan memberikan penawaran harga yang lebih rendah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil yaitu Pameran e-commerce di Indonesia, salah satu dari 20 perusahaan e-commerce terbesar Juli 2020, meliputi Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Lazada, Blibli, JD.ID, Orami, Bhinneka, Zalora, Sociolla, Matahari, Blanja.com, Elevenia, Fabelio, Jakmall, Laku6, Mapemall, Monotaro.id, Ralali dan Mothercare. Ke-20 situs e-commerce ini diurutkan menurut performa website, yang dipecah menjadi beberapa performa, yaitu Monthly Visitor, Page Per Visit, Bounce Rate, Total Visitor, Individual visitors, Average visitors, dan Search Traffic. Setelah itu, 20 data ecommerce di atas diolah dengan software Tableau untuk menampilkan performa dari 20 website platform ecommerce tersebut. Analisis dengan perangkat lunak Tableau ini bertujuan untuk mengidentifikasi 5 e-commerce paling besar dari 20 e-commerce pertama yang dijelaskan di Indonesia. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk memvisualisasikan data urutan e-commerce agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

System e bussines pada masa pandemi ini sangat mengalami kemajuan yang cukup tinggi dikarenakan semua masyarakat lebih banyak memilih untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja online tanpa harus berpergian untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Dan dengan begitu juga dapat membantu masyarakat yang terkena dampak akan covid 19 ini pada usaha nya. Sehingga usahanya bisa tetap berjalan dengan menggunakan media social.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Prahasta, Eddy. 2002. Konsep-konsep dasar Sistem Informasi Geografis, Informatika, Bandung.
- Baum, David, 1999, E-comemerce, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Bakos, J. Y. (1991), A strategic analysis of electronic marketplaces. MIS quarterly, 295-310.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing. Abingdon: Routledge.
- Chiang dan Dolakia. (2003), "Factors Driving Consumer Intention To Shop Online: An Empirical Investigation," Journal of Consumer Psychology, Vol. 13, No. 1-2, pp. 177-18

## Stress Study on Retirement of Secretariat Employees of South Bengkulu Regency

### Kajian Stres Terhadap Pensiun Pegawai Sekretariat Kabupaten Bengkulu Selatan

Mulyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: [mulyadiyurid@yahoo.com](mailto:mulyadiyurid@yahoo.com)

---

#### How to Cite :

Mulyadi. (2022). Stress Study on Retirement of Secretariat Employees of South Bengkulu Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Stress, Pension, and Psychologically

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 untuk mempelajari stres yang biasa terjadi menghadapi masa pensiun. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan wawancara langsung. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis stres yang dihadapi pensiunan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai yang memasuki pensiun mengalami kondisi perubahan hidup secara psikologis.

#### ABSTRACT

The purpose of this research is to study the stress that usually occurs in facing retirement. This research method is a qualitative descriptive method and direct interviews. The purpose of this study was to analyze the stress faced by retirees. The results of this study indicate that employees who enter retirement experience changes in life psychologically..

## PENDAHULUAN

Pensiun merupakan suatu kenyataan yang dapat mengakibatkan pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan menghadapi berbagai persepsi baik positif maupun negatif dalam menghadapi batas usia pensiun tersebut. Hal ini dapat ditunjukkan ketika pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan dalam mengantarkan berkas pengusulan pensiun banyak menimbulkan persepsi – persepsi baik negatif atau positif tentang pensiun tersebut.

Kroeger (1982) mengatakan bahwa pensiun adalah salah satu titik balik yang signifikan dalam karier seseorang selama hidupnya atau setidaknya tidaknya untuk mayoritas orang dewasa yang telah menghabiskan seluruh atau sebagian besar hidup mereka dalam bekerja. Stres adalah sebuah respon alami dari tubuh dan jiwa kita ketika mengalami tekanan dari lingkungan. Dampak dari stres pun beraneka ragam, dapat mempengaruhi kesehatan mental maupun fisik namun juga ada dampak positifnya (eustress) seperti lebih bersemangat dalam mengerjakan tugas, lebih berorientasi pada pencapaian dan lainnya.

Bagi pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan persepsi dalam menghadapi pensiun beranekaragam mulai dari menunjukkan reaksi stres positif seperti pegawai yang mulai mencari/membuka usaha sampingan untuk mengisi masa pensiunnya nanti guna sebagai mata pencaharian baru. Sedangkan pegawai yang menunjukkan perilaku stres yang negatif di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan diantaranya pegawai lebih banyak mengeluh, sering datang terlambat dan pulang lebih awal, lebih banyak merokok, lebih mudah marah, mudah tersinggung, tidak konsentrasi dalam berkerja dan sebagainya.

## LANDASAN TEORI

### Stres

Stres adalah suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi emosi, proses berpikir dan kondisi fisik seseorang. Kondisi yang cenderung menyebabkan stres disebut stressor. T. Hani Handoko (2001). Quick dan Quick (1984) mengategorikan jenis stres menjadi dua, yaitu *Eustress* dan *Distres*.

### Pensiun

Pemberhentian (*separation*) adalah putusnya hubungan kerja seorang karyawan dengan suatu perusahaan, pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan perusahaan, keinginan karyawan, peraturan, pensiun, dan atau

Pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri Sipil yang bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada negara. Dengan demikian salah satu tujuan diadakannya pensiun adalah sebagai jaminan hari tua, sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri Sipil beserta keluarganya, yang dapat juga disebut juga sebagai sifat pensiun. Dalam Undang-undang tersebut ditentukan pula 3 (tiga) syarat pokok untuk memperoleh hak pensiun pegawai. (Undang-undang Nomor 11 Tahun 1969).

### Perubahan-perubahan Menghadapi Pensiun.

Menurut Turner dan Helms (1982) ada beberapa hal yang mengalami perubahan dan menuntut penyesuaian diri yang baik ketika menghadapi masa pensiun yaitu: a) Masalah Keuangan; b) Berkurangnya harga diri (*Self Esteem*); c) Berkurangnya kontak sosial yang berorientasi pada pekerjaan; d) Hilangnya makna suatu tugas; e) Hilangnya kelompok referensi yang bisa mempengaruhi *self image*; f) Hilangnya rutinitas.

### Ketentuan Pensiun

Menurut Miftah Thoha (2005), Pegawai Negeri yang mendapat hak pensiun adalah :

1. Pegawai Negeri yang diberhentikan dengan hormat berhak menerima pensiun jika pada saat pemberhentiannya :
  - a. Telah mencapai usia sekurang-kurangnya 50 tahun dan mempunyai masa kerja untuk pensiun sekurang-kurangnya 20 tahun.
  - b. Oleh badan / pejabat yang ditunjuk oleh Depkes berdasarkan peraturan tentang pengujian kesehatan Pegawai Negeri, dinyatakan tidak dapat bekerja lagi dalam jabatan apapun juga karena keadaan jasmani atau rokhani yang disebabkan oleh dan karena ia menjalankan kewajiban jabatannya di atas.
  - c. Mempunyai masa kerja sekurang-kurangnya empat tahun dan oleh pejabat / badan yang ditunjuk Depkes berdasarkan peraturan tentang pengujian kesehatan Pegawai Negeri, dinyatakan tidak dapat bekerja lagi dalam jabatan apapun juga karena keadaan jasmani atau rokhani yang tidak disebabkan oleh dan karena ia menjalankan kewajiban jabatannya.
2. Pegawai Negeri yang setelah menjalankan suatu tugas negara tidak dipekerjakan kembali sebagai Pegawai Negeri, berhak menerima pensiun pegawai apabila ia diberhentikan dengan hormat sebagai Pegawai Negeri itu telah berusia sekurang-kurangnya 50 tahun dan memiliki masa kerja untuk pensiun sekurang-kurangnya 10 tahun. Jika Pegawai Negeri pada butir (b) dan (c) yang saat pemberhentiannya belum mencapai usia 50 tahun, maka pemberian pensiun kepadanya ditetapkan pada saat ia mencapai usia 50 tahun.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa penelitian kualitatif mengisyaratkan perspektif yang naturalistik dan interpretif terhadap apa yang diteliti, dan dalam jenis penelitian ini secara eksplisit diperbolehkan adanya interaksi yang dekat antara si peneliti dan yang diteliti.

### Metode Analisis

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan terus menerus sampai datanya jenuh. Dimana yang paling serius dan sulit dalam analisis data kualitatif adalah karena metode analisis belum dirumuskan dengan baik. Sugiyono (2009).

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain, Sugiyono (2009). Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung. Pada saat penelitian telah dilakukan analisis terhadap jawaban yang objek penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Sugiyono (2009), Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. Data Reduction (Reduksi Data). Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Jumlah data yang diperoleh untuk dicatat secara teliti dan rinci.
2. Data Display (Penyajian Data). Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.
3. Conclusion Drawing / Verification. Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Hasil Wawancara

Untuk mengetahui tingkat stress pegawai dalam menghadapi pensiun pada Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan, peneliti menggunakan wawancara yang terdiri dari 27 pertanyaan. Berdasarkan pada batasan masalah dan rumusan masalah pada bab terdahulu maka terdapat indikator yang berkaitan dengan stres.

Pertanyaan untuk masing-masing responden peneliti susun sedemikian rupa sehingga memudahkan responden untuk menangkap maksud pertanyaan peneliti.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai tanggapan responden terhadap indikator penelitian yang kemudian akan dideskripsikan secara kualitatif. Pertanyaan-pertanyaan akan peneliti olah menjadi sebuah rangkuman yang berakhir pada kesimpulan akhir. Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Rata-rata kesehatan para pegawai yang menjelang masa pensiun tidak sebaik pegawai yang belum memasuki usia pensiun dan masih sangat aktif dalam memperjuangkan prestasi dalam bekerja. Sumber yang membuat kesehatan pegawai menurun salah satunya kecemasan akan berkurangnya sumber penghasilan keluarga. Walaupun tidak semua mengakuinya tetapi dari laporan izin keluar yang ada, kebanyakan pegawai tersebut sering tidak berada ditempat karena mau berobat (3 responden dari 5 responden menyatakan sering sakit)
2. Pegawai yang menghadapi pensiun sering absen pada saat jam kerja. Hal ini dianggap wajar oleh pegawai yang merasa penghasilannya kurang mencukupi kebutuhan sehari-hari dan mendekati masa pensiun sedangkan sumber lain mereka tidak ada. Malas dan tidak berada ditempat pada saat jam kerja juga diakibatkan oleh rasa kecewa karena tidak dibutuhkan lagi untuk menjalani tugas-tugas seperti biasanya, Pegawai tersebut telah berusaha agar masa pensiun mereka dapat diperpanjang dengan membuat prestasi-prestasi yang bisa dibanggakan (4 dari 5 menjawab sering tidak berada ditempat)
3. Untuk tingkat kesalahan dalam pekerjaan memang sering terjadi dalam bekerja hal ini disebabkan faktor usia yang mempengaruhi kinerja pegawai menjelang masa pensiun. Tetapi kesalahan yang diperbuat tidak sampai mengakibatkan kecelakaan kerja. Untuk kebingungan yang dirasakan akibat rasa cemas yang berlebihan karena akan segera pensiun dan belum mempunyai pandangan untuk kehidupan setelah pensiun.
4. Kebanyakan pegawai yang memasuki atau akan menghadapi masa pensiun akan berpandangan negative terhadap lingkungan sekitar, walaupun tidak semua. timbulnya pandangan negatif terhadap pegawai yang lebih muda umurnya, misalnya beranggapan bahwa pegawai yang masa kerjanya masih panjang (usia muda) dinilai akan menggeser kedudukannya dan mengambil semua fasilitas yang ada. Hal ini mengakibatkan pegawai tersebut menyimpan rasa rendah diri dan tidak dihargai atau tidak dibutuhkan lagi. Hal ini yang juga ikut mendorong tingkat stress pegawai yang akan memasuki masa pensiun.
5. Keuangan memang menjadi masalah utama yang membuat pusing kepala, anak yang masih butuh biaya sekolah, tetapi dari segi umur tidak memungkinkan untuk bekerja lagi seperti biasa ditambah lagi sakit-sakitan yang membuat biaya hidup semakin membengkak. Berbeda dengan mereka yang memiliki sumber mata pencaharian selain pegawai negeri.
6. Hampir semua pegawai yang akan memasuki masa pensiun sering melampiaskan stres mereka pada kemarahan baik teman sekantor maupun keluarga. Hal ini terjadi akibat sensitivitas yang berada diatas normal sehingga lebih mudah tersinggung karena merasa menurunnya harga diri dan hilangnya kelompok referensi.
7. Cara pandang pegawai yang akan memasuki masa pensiun tergantung pada kesiapan mereka dalam menjalani hari-hari mereka dilingkungan kerja (3 dari 5 responden menyatakan bahwa mereka memiliki cara pandang yang positif)
8. Batas umur untuk pegawai yang memasuki masa pensiun adalah 55 tahun. Dan yang mendapat perpanjangan masa kerja adalah mereka yang sesuai dengan peraturan yang ada.

Kesimpulannya : Perasaan cemas yang berujung pada stress yang dialami oleh pegawai yang akan memasuki masa pensiun berawal dari ketidaksiapan mereka untuk menerima keadaan dan kondisi yang berbeda setelah pensiun sehingga menimbulkan perilaku-perilaku yang negative seperti sabotase dan menjauhi pergaulan di lingkungan kerja. Biaya hidup, jabatan, prestise, serta rutinitas yang menurun dari biasanya membuat mereka tidak stabil dalam emosi dan sering melampiaskan kemarahan pada kesehariannya. Hal ini berdampak pada kesehatan pegawai yang akan memasuki masa pensiun yang semakin lama semakin menurun dan penyakitan.

### **Pembahasan**

Pensiun adalah suatu keadaan dimana pegawai tidak bekerja lagi, karena masa kerjanya telah selesai atau karena sebab lain, tetapi tetap mendapatkan uang tunjangan yang diterima setiap bulan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh data bahwa para pegawai mengalami

perubahan-perubahan seperti yang disebutkan oleh Turner dan Helms (1982) ada beberapa hal yang mengalami perubahan dan menuntut penyesuaian diri yang baik ketika menghadapi masa pensiun diantaranya : masalah Keuangan, berkurangnya harga diri (*Self Esteem*), berkurangnya kontak sosial yang berorientasi pada pekerjaan, hilangnya makna suatu tugas, hilangnya kelompok referensi yang bisa mempengaruhi *self image*, hilangnya rutinitas.

Dari mayoritas responden menyatakan mengalami masalah keuangan. Masalah keuangan muncul akibat pendapatan yang diterima berkurang seperti saat masih bekerja dimana nominalnya lebih kecil dari biasanya. Hal ini menimbulkan konflik tersendiri dalam diri pegawai tersebut, sehingga berusaha mencari solusi atau jalan keluar dari masalah yang akan dihadapinya nanti. Seperti membuka peluang usaha peternakan atau berkebun bagi yang faham akan hal itu.

Rata-rata responden menyatakan menurunnya harga diri ketika memasuki usia pensiun. Harga diri akan mengalami penurunan secara otomatis apabila seseorang tidak lagi menjabat posisi yang selama ini didudukinya. Mengapa demikian, karena pegawai-pegawai yang biasanya memiliki tingkat kesegaran/kekuasaan yang lebih dari normal ketika tidak memiliki kekuasaan lagi akan merasa minder, merasa disepelekan, tidak dipedulikan karena sudah beranggapan pegawai tersebut sudah tidak penting lagi. Rasa itu akan timbul dengan sendirinya.

Kontak sosial juga ikut mempengaruhi pada saat tidak menjabat posisi tertentu. Hal itu dikarenakan yang timbul pegawai-pegawai akan bergaul lebih sering frekuensinya dengan yang memiliki jabatan atau posisi penting sebab dapat menjadi jalan untuk kepentingan-kepentingan pribadi seperti : promosi jabatan dikemudian hari. Dan sebaliknya pegawai-pegawai tersebut akan menjauh apabila pegawai yang selama ini berkuasa tidak lagi memegang jabatan tersebut.

Hilangnya makna suatu tugas berimbas pada kehidupan pegawai dilingkungan kerjanya. Pegawai yang menganggap pekerjaan atau tugas sebagai sesuatu yang penting, berupa pengabdian dan tanggung jawab bahkan sumber mata pencarian akan lebih baik dalam menjalankan tugasnya berbeda dengan orang yang merasa tidak lagi memiliki tanggung jawab penuh terhadap tugas yang dimilikinya (merasa tidak dihargai atau disepelekan bahkan rendah diri).

Hilangnya kelompok referensi akibat berkurangnya pergaulan dalam sosialisasi di lingkungan kerja, dimana pegawai yang selama ini mendekat mulai menjauh dari kehidupan sehari-hari. Orang mulai beranggapan tidak ada gunanya bergaul dengan orang yang akan pensiun. Tidak ada nilai tambah, merasa rendah diri, selalu berpikiran negative mengakibatkan munculnya rasa permusuhan dan munculnya perilaku negative bahkan sabotase di lingkungan kerja.

Rutinitas seseorang semakin lama semakin menurun apabila memasuki masa pensiun. Hal ini akan dialami setiap pegawai yang tidak akan diperpanjang masa pensiunnya. Akibat berkurangnya rutinitas ini pegawai yang tadinya sibuk dan tidak sempat memikirkan hal-hal lain menjadi sering kebingungan dan berujung pada kebosanan. Sehingga pegawai biasanya mencari alasan keluar untuk sekedar menghilangkan kebosanan hal ini berdampak tidak efektifnya waktu kerja sebagiannya memilih diam dirumah dari pada berada dikantor menghabiskan waktu yang tak berguna. Mereka lebih merasa waktunya lebih berharga jika berada dirumah setidaknya rumah bias lebih terurus. Bagi yang memiliki ternak atau kebun (hasil panen) akan lebih berasa waktunya lebih bermanfaat dari pada melamun atau berbicara omong kosong dikantor.

Menurut Bambang Tarupolo (2002), tenaga kerja yang tidak mampu bereaksi secara baik terhadap stres yang dialami, kesehatan jiwanya akan terganggu dan karenanya kualitas hidup dan produktivitasnya menjadi rendah. Nah, inilah yang terjadi pada pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan, pegawai tersebut telah menunjukkan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Sering mengeluh sakit dan berobat. Salah satu dari Pengaruh reaksi pegawai terhadap stres adalah pengaruh fisik meliputi : sakit kepala, sakit leher, sesak di sekitar dada, jantung berdebar, jantung terbakar, kelelahan, hilangnya selera, pusing, sakit punggung, sesak napas, berkering, tidak dapat mencerna, kecemasan, tidak dapat tidur, diare, selera meningkat, migraine, gatal - gatal, gagap, gemetar, perut sakit. Dari 5 responden 2 diantaranya menyatakan sering mengeluh sakit dan kesehatan menurun. Kalau ditelusuri responden ini

- selain sudah tua juga mengalami banyak masalah keuangan dan mengalami kecemasan yang berlebihan (sering bingung sendiri)
2. Malas dan sering mangkir. 4 dari 5 responden menyatakan pegawai Sekretariat Daerah Rejang Lebong sering malas dan mangkir pada saat jam kerja. Alasan mereka melakukan hal tersebut karena rasa bosan dan mencari sumber penghasilan dibidang yang lain.
  3. Sering membuat kesalahan dalam pekerjaan dan cenderung mengalami kecelakaan kerja. Kesalahan dalam pekerjaan hampir dilakukan oleh setiap responden, manusia tidak luput dari kesalahan sehingga kesalahan yang dibuat dianggap manusiawi.
  4. Tidak peduli dengan lingkungan, bingung dan pelupa. Pengaruh mental meliputi : iritasi, kesulitan mengambil keputusan, kehilangan selera humor, kesulitan berkonsentrasi, depresi, perilaku tidak bersahabat, takut sendirian, kurang memperhatikan kehadiran, merasa tidak mampu mengatasi, pasif, agresif, merasa gagal, menarik diri, cemas, aktivitas berlebihan, ketakutan, kurang minat terhadap kehidupan, kehilangan libido, paranoid, cengeng. Tidak pedulinya responden terhadap lingkungan sekitar akibat dari ketidakinginan untuk mengetahui lingkungan (masa bodoh), selain itu ada rasa rendah diri yang mengakibatkan pegawai yang akan memasuki masa pensiun menarik diri dari pergaulan. Kebingungan dirasakan oleh mereka yang terlalu cemas akan masa pensiun yang suram. Sedangkan pelupa hampir dialami oleh semua responden (sudah sifat manusia semakin tua semakin pelupa).
  5. Cara pandang yang negatif dan rasa permusuhan. Cara pandang negative tidak dirasakan oleh semua responden, karena masih ada pegawai yang memiliki cara pandang yang positif (kembali ke individu masing-masing). Cara pandang yang negative timbul akibat perasaan tidak nyaman, malu karena merasa terabaikan, tidak berguna, tidak dikehendaki, dilupakan rendah diri menimbulkan rasa permusuhan bagi pegawai yang akan memasuki masa pensiun.
  6. Terlibat penyalahgunaan narkoba. Untuk penyalahgunaan obat-obatan pereda stress ataupun narkoba hampir tidak dilakukan oleh pegawai yang akan memasuki masa pensiun. Buat makan saja susah bagaimana untuk membeli obat-obatan seperti itu.
  7. Terlibat tindak sabotase di lingkungan kerja. Walaupun ada beberapa yang pernah melakukan sabotase dalam lingkungan kerja, tetapi tidak sampai mencelakakan orang lain baru sebatas terror. Hal ini dilakukan akibat perasaan kecewa terhadap penghargaan diri dilingkungan kerja (tidak tercapainya keinginan)

Quick dan Quick (1984) mengkategorikan jenis stres menjadi dua, yaitu: *Eustress*, yaitu hasil dari respon terhadap stres yang bersifat sehat, positif, dan konstruktif (bersifat membangun). Ada perasaan puas karena sudah berhasil menyelesaikan tugas dan kewajibannya. Hal ini masih ditemukan di lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan, buktinya masih ada pegawai yang dapat memperpanjang masa pensiunnya akibat prestasi yang telah dicapai sehingga masih merasa dibutuhkan dan dihargai bahkan cara pandangnya pun masih positif dan tidak membesar-besarkan masalah yang ada ( 2 dari 5 responden masih beranggapan positif tentang keberlangsungan pekerjaan mereka).

Sedangkan *Distress*, yaitu hasil dari respon terhadap stres yang bersifat tidak sehat, negatif, dan destruktif (bersifat merusak). Untuk stress yang berdampak negative ini banyak dirasakan oleh pegawai yang akan memasuki masa pensiun, terlebih lagi bagi mereka yang tidak dapat memperpanjang masa pensiun ditambah lagi tidak memiliki pemasukan selain dari gaji bulanan pegawai tersebut.

Walaupun reaksi seseorang terhadap masa pensiun bisa berbeda-beda, tetapi dampak yang paling nyata dalam kehidupan sehari-hari adalah berkurangnya jumlah pendapatan keluarga.

Menurut Lesley Towner dalam bukunya *Managing Employee Stress* (2002) area kunci tempat munculnya stres adalah pada budaya organisasi tersebut. Budaya organisasi memancar dari atas dan tersaring ke dalam organisasi dalam bentuk struktur manajemen, metode komunikasi, gaya manajemen yang dominan, kebijaksanaan dan praktek kerjanya. Budaya tersebut memiliki kekuatan

dan akan dirasakan serta dimengerti oleh pegawai di setiap tingkatan baik secara positif maupun negatif.

Hal ini juga ditemukan di Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan dimana para pegawai yang akan memasuki masa pensiun akan memisahkan diri dari pergaulan yang biasanya mereka lakukan. Ada kelompok pegawai junior, senior dan ada juga kelompok yang merasa akan tersingkirkan.

Munculnya masalah stres pada pegawai banyak berakar dari masalah budaya organisasi, dapat disebutkan antara lain :

1. Kurangnya komunikasi. Hal ini terjadi karena rasa rendah diri dan menganggap dirinya tak mampu memberikan yang terbaik bagi Sekretariat daerah Kabupaten Bengkulu Selatan.
2. Kurangnya konsultasi. Tidak adanya sarana untuk melakukan konsultasi, sharing antar pegawai mengakibatkan adanya kekakuan di dalam lingkungan kerja.
3. Kurangnya kepercayaan. Perasaan kurang mempercayai teman sekerja berdampak pada seringnya timbul prasangka buruk tentang pegawai yang lain. Hal ini yang sering sekali menimbulkan rasa permusuhan antar sesama pekerja.
4. Kurangnya partisipasi. Karena merasa rendah diri dan menjauhkan diri lingkungan social mengakibatkan pegawai yang akan memasuki masa pensiun tidak ingin ikut andil atau berpartisipasi pada acara-acara tertentu.
5. Sikap terhadap absensi, kemampuan dan disiplin. Kebiasaan tidak berada ditempat pada saat jam kerja menimbulkan efek yang buruk terhadap kemampuan dan disiplin. Dengan tingkat absensi yang baik diharapkan pegawai Sekretariat Daerah mampu untuk mengasah keterampilan baru yang dapat menimbulkan manfaat serta menjadi lebih disiplin.

Hal tersebut di atas merupakan area yang sangat mungkin menimbulkan stres, sehingga perlu direspon secara baik oleh para pimpinan kerja, dengan cara antara lain: a) Melaksanakan rapat tim secara berkala; b) Menerima komentar dari semua staf; c) Mengikutsertakan tim dalam organisasi kerja; d) Mengembangkan garis komunikasi informal; e) Memiliki kebijakan pintu terbuka; f) Menggunakan kebijakan serta prosedur yang ada secara sensitif dan adil.

### **Implikasi Strategis**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, artinya penelitian ini berusaha menggambarkan kondisi dan fenomena yang aktual pada saat penelitian berlangsung. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi pimpinan dimana penelitian ini dilakukan. Beberapa hal yang dapat diaplikasikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **Masalah Keuangan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian terhadap pegawai termasuk dalam kualifikasi tergolong kurang baik walaupun ada beberapa yang telah mempersiapkan masa depan keuangan mereka secara baik. Masalah yang timbul disini adalah pergeseran hasil mata pencarian dimana gaji yang mereka terima setiap bulannya akan berkurang. Sedangkan kebutuhan akan terus bertambah.

Solusi yang dapat diberikan yaitu berupa diadakannya forum diskusi untuk bertukar pikiran dan menambah wawasan serta (presentasi motivasi). Hal ini bertujuan untuk mengurangi rasa bosan dan membuka pikiran untuk mencari peluang usaha yang nantinya akan dijalani setelah pensiun serta mengurangi tingkat absensi ataupun malas dan mangkir pada saat jam kerja.

### **Harga Diri, Kontak Sosial**

Kesimpulan yang dapat diambil untuk masalah ini adalah terjadinya penurunan dalam hal harga diri dan kontak social yang akan mempengaruhi cara pandang pegawai yang dari hasil wawancara diketahui negatif atau kurang baik. Permasalahannya yaitu mereka selalu memandang teman sekerja sebagai musuh akibat menurunnya harga diri sehingga mereka enggan untuk

bergabung dalam kontak social sehari-harinya. Parahnya lagi kalau stress tersebut tidak terbandung lagi dapat terjadi tindakan-tindakan seperti sabotase.

Solusi yang dapat diberikannya kepada bagian Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan untuk dapat menjaga hubungan baik dengan pegawai yang akan memasuki masa pensiun, mempererat tali silaturahmi, meningkatkan perasaan saling menghargai dan toleransi. Karena dengan demikian mereka akan lebih nyaman dengan lingkungan kerja dan tidak merasa terabaikan atau disepelekan. Bahkan dapat mengurangi rasa permusuhan yang ditimbulkan oleh pikiran-pikiran negative dari pegawai yang akan memasuki masa pensiun. Dapat juga dilakukan kegiatan olahraga bersama dimana dari sinilah nantinya diharapkan timbul rasa membutuhkan satu sama lain, selain itu akan mengurangi tingkat stress (adanya penyegaran baik dari fisik maupun psikologis).

### **Hilangnya Makna Suatu Tugas**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa mereka yang akan memasuki masa pensiun akan mengalami penurunan dari tugas dan tanggung jawab yang diemban dari biasanya. Hal ini akan semakin membuat mereka merasa tidak dihargai seolah-olah tidak mampu menjalankan tugas lagi. Sehingga akan memengaruhi cara mereka bersosialisasi di lingkungan kerja

Solusi yang dapat diberikan dalam hal ini adalah pendekatan secara psikologi dimana mereka tetap diberikan tugas tetapi tidak terlalu berat dalam artian tugas rutin bukan tugas penting. Walaupun tidak penting tetapi tugas-tugas seperti ini tetap membutuhkan perhatian khusus.

### **Hilangnya Kelompok Referensi**

Dari hasil wawancara didapat kenyataan bahwa mereka yang akan memasuki masa pensiun akan kehilangan kelompok referensi, karena mereka dianggap tidak akan memberikan keuntungan seperti promosi jabatan dan sebagainya. Kenyataan seperti ini akan mempengaruhi tingkat emosi dan membuat pegawai tersebut mudah tersinggung dan sering marah.

Saran yang dapat penulis berikan adalah tetap menjalin silaturahmi (menghindari diskriminasi) antara pegawai baik pegawai baru ataupun pegawai yang akan memasuki masa pensiun, dengan cara diadakannya forum diskusi dan mengadakan hal-hal yang dapat menimbulkan rasa kebersamaan.

### **Hilangnya Rutinitas**

Kesimpulan yang didapat untuk masalah rutinitas dinilai kurang baik akibat penurunan kegiatan yang akan dijalani tidak sama seperti sebelumnya. Ada tugas-tugas yang dihapuskan untuk pegawai yang akan pensiun. Sehingga mereka lebih memilih untuk pulang kerumah pada saat jam kerja berlangsung.

Saran untuk masalah rutinitas ini adalah menjaga toleransi diantara pegawai dengan memberikan kesempatan kepada pegawai untuk turut serta dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dianggap penting tapi mereka tidak bertanggung jawab untuk hasil akhir. Hal ini merupakan penghormatan bagi mereka yang pernah bekerja di Sekretariat Daerah Rejang Lebong, karena pikiran dan tenaga mereka masih bermanfaat untuk kemajuan Sekretariat Daerah Rejang Lebong.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian yang dilakukan pada lima responden yang masa kerjanya akan memasuki usia pensiun maka dapat diperoleh data bahwa pegawai yang akan menghadapi pensiun dari lima responden tersebut hanya satu yang mengalami stres. Sedangkan empat responden lainnya biasa-biasa saja dalam menghadapi pensiun. Faktor yang mempengaruhi stres pada pegawai Sekretariat

Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan disebabkan masalah keuangan hal itu terjadi karena pegawai yang menghadapi pensiun belum mempunyai perencanaan untuk menjalani kehidupan setelah pensiun. Kesimpulan yang dapat ditarik dari studi tentang stress menghadapi pensiun bagi pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan, bahwa para pegawai tidak mengalami stres dalam menghadapi pensiun dan pegawai akan stress apabila belum memiliki perencanaan setelah pensiun seperti membuka usaha, berkecukupan dan lain sebagainya. Hal ini dilihat dari penelitian yang dilakukan dari lima responden hanya satu yang mengalami stress menghadapi pensiun.

**Saran**

1. Solusi yang dapat diberikan yaitu disarankan kepada Sekretaris Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan Khususnya dan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan pada umumnya. Untuk melakukan diklat – diklat atau pelatihan-pelatihan seperti diklat keterampilan, motivasi dan lain sebagainya. Hal itu ditujukan bagi Pegawai yang menghadapi masa pensiun (1 tahun sebelum batas usia pensiun). Sehingga dengan adanya penambahan pengetahuan melalui kegiatan tersebut pegawai dapat membuat perencanaan setelah pensiun dalam menjalani kehidupan sehari-harinya.
2. Saran yang dapat berikan adalah tetap menjalin silaturahmi antara pegawai baik pegawai baru ataupun pegawai yang akan memasuki masa pensiun dengan cara diadakannya forum diskusi dan mengadakan hal-hal yang dapat menimbulkan rasa kebersamaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Burish, T. G. (1984). Health Locus Of Control and Chronic Disease: An External  
Fink G. Stress: Concepts, definition, and history. Neuroscience and Biobehavioral Psychology. 2017: 1-9.  
Handoko, T.Hani. 2008. Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia. Edisi ke 2. Yogyakarta: BPFE  
Orientation May Be Advantageous. Journal of Social and Clinical Psychology, Vol. 2 (4): 326-332.  
Stockburger SJ, Omar H. Stress in adolescents. Dynamics of Human Health. 2015; 2(1): 766.  
Sugiyono. 2009. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta : Penerbit alfa Beta.  
Tarupolo,B. 2002. Warta Kesehatan Kerja Media Komunikasi Kesehatan Kerja, edisi 2  
Thoha,M. 2005. Manajemen Kepegawaian Sipil Di Indonesia. Jakarta : Kencana.  
Turner dan Helms. 1982. Digitized by USU digital library.

# Application of the E-Bussines Concept to a Double Bread Company (Case Study of FEBI UINSU Students)

## Penerapan Konsep E-Bussines pada Perusahaan Roti Ganda (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU)

Arbarija Hafiz Lbs<sup>1)</sup>; Erlangga Hakim Manurung<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [arbarijah@gmail.com](mailto:arbarijah@gmail.com); <sup>2)</sup> [erlanggahakim75@gmail.com](mailto:erlanggahakim75@gmail.com); <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Lbs, A. H., Manurung, E. H., Nurbaiti. (2022). Application of the E-Bussines Concept to a Double Bread Company (Case Study of FEBI UINSU Students). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

### KEYWORDS

Company, E-Business

Implementation, E-commerce,

Double Bread

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



### ABSTRAK

Dengan banyaknya peminat Roti Ganda diluar daerah Pematang Siantar, maka dari itu diperlukannya sistem penerapan E-business pada perusahaan. Penggunaan teknologi e- business mempermudah kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas perusahaan. Penerapan teknologi ini dapat memperluas pangsa pasar perusahaan terutama adalah biaya untuk iklan yang murah dibandingkan dengan iklan di jalan maupun media massa. Perlu adanya sosialisasi dan pembelajaran yang mendalam serta persiapan yang matang sebelum menerapkan aplikasi e- business. Dalam proses perancangan Penerapan E-Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM (Customer Relationship Management) diperlukan penjelasan atau teori yang dapat mendukung dan menunjang keberhasilan dalam pembuatan sistem informasi tersebut serta untuk menjelaskan kepada user bagaimana fungsi dan manfaat dari penerapan E- Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM.

### ABSTRACT

With the large number of fans of Roti Ganda outside the Pematang Siantar area, therefore an E-business implementation system is needed in the company. The use of e-business technology facilitates company performance and improves company quality. The application of this technology can expand the company's market share, especially the cost for advertising which is cheap compared to advertising on the street and mass media. There needs to be socialization and in-depth learning as well as careful preparation before implementing e-business applications. In the process of designing the application of E-Business at a web- based Double Bakery Shop with a CRM (Customer Relationship Management) approach, an explanation or theory is needed that can support and support success in making the information system and to explain to users how the functions and benefits of implementing E-Business are needed. on a web-based Double Bakery with a CRM approach.

## PENDAHULUAN

E-business pertama kali diperkenalkan oleh Lou Gerstner, CEO perusahaan IBM. Istilah tersebut, dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semi

otomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. E-business memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. Di dunia global saat ini perusahaan harus mampu berevolusi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan bisnis baik akan informasi maupun teknologi. Walaupun penerapan e-business di Indonesia belum terbilang marak namun penelitian yang dilakukan oleh Warta Ekonomi memperlihatkan bahwa 54.2% perusahaan yang menjadi responden sudah menerapkan berbagai aplikasi e-business, diantaranya: Enterprise Resource

Planning (ERP), Supply Chain Management (SCM), dan Customer Relationship Management (CRM). Sebanyak 78.8% perusahaan yang menjadisample dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pemanfaatan solusi e-business dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Selain itu, perkembangan pasar yang mulai menjadi global membuat setiap perusahaan harus mampu melayani pasar global tersebut. Saat ini jarak dan lokasi pasar bukanlah permasalahan yang fundamental lagi namun, saat ini permasalahannya adalah bagaimana perusahaan agar bisa dan mampu menarik dan melayani konsumen sebanyak mungkin tidak peduli lokasi dan jarak yang ada.

Toko Roti Ganda di Pematangsiantar merupakan toko roti yang telah lama berdiri dan masih menjadi primadona di kota tersebut. Sejak tahun 1972 toko roti tersebut telah berdiri dan tetap menjaga cita rasanya sampai sekarang sehingga pelanggan dari toko roti ini tetap loyal dalam mengkonsumsi rotinya. Beberapa roti yang dijual adalah roti tawar, roti kelapa, bolu, kue lapis Surabaya dan lapis legit. Namun roti tawar yang ada pada Toko Roti Ganda ini adalah produk unggulan yang menjadi andalan toko roti tersebut. Bahkan banyak perantau yang bekerja di luar kota menjadikan roti ini sebagai oleh - oleh khas dari kota Pematangsiantar. Hal - hal yang membuat pelanggan toko roti ini dapat loyal dalam membeli dan mengkonsumsi roti ini adalah kebersihan dan cita rasa yang terus di pertahankan oleh toko roti ini juga membuat masyarakat percaya dan loyal.

Dengan banyaknya peminat Roti Ganda diluar daerah Pematang Siantar, maka dari itu diperlukannya sistem penerapan E-business pada perusahaan tersebut. Serta Berdasarkan uraian yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana peran E-business pada Perusahaan Roti Ganda..

## LANDASAN TEORI

### E-business

Istilah E-business mengacu pada penggunaan internet untuk berdagang. Adanya kesamaan terminologi dengan e-mail, e-commerce, karena sama- sama menggunakan internet. Istilah yang lebih umum dibanding e-commerce, tidak hanya pada pembelian dan penjualan, tetapi juga pada pelayanan pelanggan dan bekerja dengan mitra bisnis. Pengertian paling sederhana, e-business adalah penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan dan mengubah bentuk proses bisnis utama. Kebanyakan perusahaan sudah mulai banyak berkembang dari praktik bisnis tradisional ke e-business.

Penggunaan teknologi e- business mempermudah kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas perusahaan. Penerapan teknologi ini dapat memperluas pangsa pasar perusahaan terutama adalah biaya untuk iklan yang murah dibandingkan dengan iklan di jalan maupun media massa. Perlu adanya sosialisasi dan pembelajaran yang mendalam serta persiapan yang matang sebelum menerapkan aplikasi e- business. Kelemahan pada e-business dapat disiasati dengan cermat, namun dibutuhkan lebih dari sekedar rencana yang matang, juga tenaga ahli yang menanganinya. Perusahaan yang tidak mau beralih ke teknologi ini, lambat laun akan kewalahan menghadapi era pasar terbuka nantinya.

### Aplikasi E-business

Macam-macam aplikasi e-business menurut Indrajit (2002:20) yaitu :

1. Customer Relationship Management (CRM) : Sistem kustomisasi real time yang memajemen customer dan melakukan personalisasi produk dan servis berdasarkan keinginan customer atau menyangkut hubungan antara perusahaan dengan konsumen yang meliputi pemasaran, data-data penjualan dan pelayanan, anggapan dari konsumen.
2. Enterprise Resource Planning (ERP): Sistem informasi pendukung e- business, yang menyediakan berbagai macam kebutuhan perusahaan seperti supply chain, customer relation marketing, marketing, warehouse, shipping, dan payment, serta mampu melakukan otomatisasi proses bisnis atau menyangkut hubungan dalam internal perusahaan tersebut, yang meliputi: Production Planning, Integrated Logistics, Accounting and Finance, Human Resource, Sales and Distribution, Order Management.
3. Enterprise Application Program (EAI) : Merupakan konsep integrasi berbagai proses bisnis dengan memperbolehkan mereka saling bertukar data berbasis message. EAI berfungsi sebagai penghubung ERP dengan SCM atau ERP dengan CRM.
4. Supply Chain Management (SCM) : Manajemen rantai supply secara otomatis terkomputerisasi. SCM menyangkut hubungan antara perusahaan dengan supplier.

### Ruang lingkup e-business

Perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika sanggup menjadi pemimpin pasar dibandingkan dengan pesaing lainnya di industri yang relatif sama. Ditinjau dari aspek kepada pelanggan, perusahaan berhasil menciptakan sebuah pendekatan baru dan unik didalam mengelola komunikasi dan interaksi dengan pelanggannya.

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan sebuah suasana yang intim dan akrab dengan pelanggan, sehingga konsumen selalu loyal dengan perusahaan tersebut. Customer Relationship Management merupakan aspek penting yang harus selalu dipehatikan perusahaan. Selain itu kecepatan penciptaan produk baudi kecepatan pengirimannya ke tangan pelanggan juga menjadi kriteria utama yang menjadi bahan pertimbangan posisi perusahaan didunia persaingan. Semakin cepat pelanggan dapat memperoleh suatu produk pesanannya, semakin baik. Dan tentu saja perusahaan akan berhasil mencapai kondisi ini jika manajemen rantai pasokannya terkelola secara optimal.

Dampak Positif dan Negatif dari E-business

Adapun beberapa dampak positif dari e-business di antaranya :

1. Akses yang mudah
2. Lebih tepat sasaran
3. Menghemat waktu
4. Tidak membutuhkan modal yang terlalu besar

Adapun beberapa negatif yang dimiliki oleh e-business di antaranya:

1. Tidak adanya pertemuan secara langsung
2. Beresiko terjadinya penipuan
3. Pencurian informasi
4. Kehilangan kesempatan bisnis
5. Kehilangan finansial
6. Penggunaan akses oleh orang yang tidak bertanggung jawab (Hacker)
7. Kehilangan kepercayaan dari konsumen

### Konsep E-business

Teknologi informasi dan komunikasi adalah komponen yang sangat penting dalam proses bisnis, baik barang maupun jasa dalam meraih keunggulankompetitif. Teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara orang bekerja (the way people work) sekaligus mengubah cara perusahaan bersaing (the way business compete). Dukungan teknologi informasi dan komunikasi mengembangkan cara baru dalam bertransaksi (e-commerce).

### Manfaat E-business

Beberapa manfaat yang bisa di dapatkan dari e-business, yang diantaranya seperti:

1. Memperluas pasar, dengan e-business perusahaan atau pembisnis dapat memperluas pasarnya sehingga dapat memasuki pasar nasional maupun internasional, sehingga pembisnis dapat menjangkau banyak pelanggan.
2. Menekan biaya telekomunikasi dan waktu transaksi serta penerimaan produk.
3. Konsumen dapat melihat barang, spesifikasi dan informasi lainnya melalui internet sehingga tidak perlu repot-repot harus mendatangi penjual.
4. Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen tentunya dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi dapat dengan cepat tersebar dan masih banyak lagi keuntungan yang lainnya

Adapun unsur-unsur pada e- business, yang diantaranya sebagai berikut:

1. Pelaku bisnis. Diantaranya seperti organisasi, produsen atau perusahaan, supplier, rekan bisnis, konsumen dll.
2. Alat, media atau sumber daya yang digunakan. Diantaranya seperti teknologi informasi dan komunikasi (Komputer, internet dll).
3. Kegiatan dan sasarannya. Diantaranya seperti kegiatan dan proses bisnis (pelayanan, penjualan dan transaksi) serta operasi bisnis utama.
4. Tujuannya. Diantaranya seperti komunikasi, koordinasi, pengolahan organisasi, transformasi proses bisnis dan berbagi informasi.
5. Beberapa keuntungan yang bisa di dapatkan. Diantaranya seperti pendekatan yang relatif aman, lebih fleksibel, efisien, peningkatan produktivitas, peningkatan keuntungan, bisnis yang terintegrasi dll.

### Penerapan E-business

1. B2B (Business to Business). Merupakan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet, extranet, intranet, atau jaringan local.
2. B2C (Business to Consumer). Meliputi penjualan retail barang dan jasa kepada pembeli perorangan. Model bisnis dari B2C terjadi pada pelelangan, perusahaan penjual jasa, dan perusahaan retail online (e- tailing). B2C dapat membantu pengusaha kecil dan menengah karena dapat menyingkirkan perantara, menghemat biaya dan memberikan kemudahan, pertumbuhan bisnis lebih pesat daripada biaya yang harus dikeluarkan, dan adanya kebutuhan akan modal kerja yang lebih rendah dibandingkan dengan kasus bisnis konvensional sehingga harga dapat ditekan menjadi lebih murah.
3. C2C (Consumer to Consumer). Merupakan model bisnis dimana konsumen bertransaksi langsung dengan konsumen lain. Dalam pengimplementasian e-business, terdapat beberapa konsep atau strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

### Perusahaan Roti Ganda

Roti Ganda adalah sepotong besar roti tawar yang dibelah dua lalu diolesi selai. Sebutan Roti Ganda berasal dari nama usaha roti legendaris yang dibuka sejak 1979 dan sudah bertahan hingga empat generasi di Pematang Siantar. Namanya Toko Roti Ganda, berlokasi di Jalan Kartini, Pematang Siantar, Sumatra Utara. Sebelumnya, Toko ini terletak di Jalan Sutomo.

Meskipun toko roti ini telah lama berdiri dan memiliki banyak pesaing sejenis di kota tersebut, namun masyarakat di Kota Pematangsiantar tetap menjadikan Toko Roti Ganda sebagai pilihan utama untuk membeli roti. Bahkan banyak perantau yang bekerja di luar kota menjadikan roti ini sebagai oleh – oleh khas dari kota Pematangsiantar. Hal – hal yang membuat pelanggan toko roti ini dapat loyal dalam membeli dan mengkonsumsi roti ini adalah kebersihan dan cita rasa yang terus di pertahankan oleh toko roti ini juga membuat masyarakat percaya dan loyal.

Maka dari itu pelanggan tetap percaya dengan kualitas dari roti ini karena toko roti ini tetap mempertahankannya. Setelah loyalitas pelanggan terbentuk aspek lain yang tidak kalah penting

adalah membangun kepercayaan merek (brand trust) dari Toko Roti Ganda ini. Membangun merek yang kuat itu adalah salah satu modal yang kuat bagi sebuah usaha. Dengan meningkatkan kepercayaan terhadap merek (brand trust) maka sebuah usaha dapat terus eksis walaupun banyak pesaing sejenis yang baru merintis.

Setelah kepercayaan merek (brand trust) telah terbentuk, maka aktivitas untuk memilih merek yang sama akan meningkat. Oleh sebab itu, penting bagi sebuah usaha untuk membangun ekuitas merek yang kuat. Hal – hal yang dapat meningkatkan kepercayaan merek (brand trust) terhadap suatu produk adalah keyakinan dalam mengkonsumsi produk dan konsistensi dalam mengkonsumsi merek yang sama. Apabila kepercayaan merek telah terbentuk dalam pola pikir konsumen maka itu dapat menambah nilai positif bagi sebuah usaha.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi literatur. Studi literatur adalah metode mencari referensi teori dengan membaca berbagai sumber baik dari buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, maupun situs - situs di internet. Studi literatur yang dilakukan harus berasal dari sumber - sumber yang relevan dan sesuai dengan permasalahan yang ditemukan dalam penelitian. Studi literatur ini bertujuan untuk memperkuat teori dalam menjelaskan mengenai suatu masalah dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan jurnal - jurnal dan artikel mengenai pengolahan limbah plastik menjadi bahan bakar sebagai rujukan. Setelah membaca beberapa referensi atau rujukan yang digunakan, kemudian dapat disimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pengolahan limbah plastik menjadi bahan bakar. Kesimpulan yang didapat kemudian dituangkan kembali ke dalam tulisan yang baru berdasarkan rujukan yang telah digunakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses perancangan Penerapan E-Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM (Customer Relationship Management) diperlukan penjelasan atau teori yang dapat mendukung dan menunjang keberhasilan dalam pembuatan sistem informasi tersebut serta untuk menjelaskan kepada user bagaimana fungsi dan manfaat dari penerapan E-Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM. Berikut adalah gambar dari aliran sistem informasi yang sedang berjalan.

Dengan adanya Penerapan E-business pada perusahaan roti ganda, maka akan memudahkan para konsumen untuk membeli roti ganda tersebut. Serta dengan penerapan e-business pada perusahaan roti ganda dapat memajukan bisnis roti ganda.

Berdasarkan hasil penilaian bahwa Toko roti Ganda yang telah menggunakan aplikasi dan sosial media memberikan dampak positif serta meningkatkan profit yang diperoleh terhadap kuliner yang dipasarkan serta masyarakat lebih mudah memesan produk dengan menggunakan sistem online. Keuntungan menggunakan e-business yaitu pertama memperluas pasar, dengan menggunakan e-business perusahaan atau juga pembisnis akan dapat memperluas pasarnya sehingga bisa memasuki pasar nasional atau bahkan internasional, sehingga pembisnis itu dapat menjangkau banyak pelanggan itu dimanapun ia berada. Kedua, menekan biaya telekomunikasi serta juga waktu transaksi dan juga penerimaan produk. Ketiga, Konsumen ini dapat melihat barang, spesifikasi serta informasi lainnya dengan melalui internet sehingga tidak perlu repot- repot untuk harus mendatangi penjual. Keempat, Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi itu bisa dapat dengan cepat tersebar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Istilah E-business mengacu pada penggunaan internet untuk berdagang. Perusahaan yang tidak mau beralih ke teknologi ini, lambat laun akan kewalahan menghadapi era pasar terbuka nantinya. Dukungan teknologi informasi dan komunikasi mengembangkan cara baru dalam bertransaksi (e-commerce). Beberapa manfaat yang bisa di dapatkan dari e-business, yang diantaranya seperti: Memperluas pasar, dengan e-business perusahaan atau pembisnis dapat memperluas pasarnya sehingga dapat memasuki pasar nasional maupun internasional, sehingga pembisnis dapat menjangkau banyak pelanggan.

Dalam pengimplementasian e-business, terdapat beberapa konsep atau strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Dalam proses perancangan Penerapan E-Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM (Customer Relationship Management) diperlukan penjelasan atau teori yang dapat mendukung dan menunjang keberhasilan dalam pembuatan sistem informasi tersebut serta untuk menjelaskan kepada user bagaimana fungsi dan manfaat dari penerapan E-Business pada Toko Roti Ganda berbasis web dengan pendekatan CRM.

Dengan adanya Penerapan E-business pada perusahaan roti ganda, maka akan memudahkan para konsumen untuk membeli roti ganda tersebut. Berdasarkan hasil penilaian bahwa Toko roti Ganda yang telah menggunakan aplikasi dan sosial media memberikan dampak positif serta meningkatkan profit yang diperoleh terhadap kuliner yang dipasarkan serta masyarakat lebih mudah memesan produk dengan menggunakan sistem online.

Kedua, menekan biaya telekomunikasi serta juga waktu transaksi dan juga penerimaan produk. Ketiga, Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi itu bisa dapat dengan cepat tersebar.

## DAFTAR PUSTAKA

Noerlina & Siti Elda Hiererra, 2013. Penilaian Pemanfaatan Teknologi E-Business Pada Industri Umkm. Jurnal. Information Systems Department, School of Information Systems, Binus University. ComTech Vol.4 No. 2 Desember 2013: 1216-1224

Dewi Irmawati. 2011. Pemanfaatan E-commerce dalam dunia bisnis online. ([http://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN ECOMMERS DALAM DUNIA BISNIS.pdf](http://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN_ECOMMERS_DALAM_DUNIA_BISNIS.pdf))

<https://ksmtour.com/pusat-oleh-oleh/oleh-oleh-khas-pematang-siantar/roti-ganda-legendaris-dari-pematang-siantar.html>

# Cybercrime and Its Impact on E-Commerce Technology

## Cybercrime dan Dampaknya pada Teknologi E-Commerce

Efni Yulia Santri Harahap<sup>1)</sup>; Nabila Ramadhani<sup>2)</sup>; Nurbaiti<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup> Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: <sup>1)</sup> [santrihp175@gmail.com](mailto:santrihp175@gmail.com); <sup>2)</sup> [nabilaramadhani721@gmail.com](mailto:nabilaramadhani721@gmail.com); <sup>3)</sup> [Nurbaiti@uinsui.ac.id](mailto:Nurbaiti@uinsui.ac.id)

### How to Cite :

Harahap, E. Y. S., Ramadhani, N., Nurbaiti. (2022). Cybercrime and Its Impact on E-Commerce Technology. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [29 Desember 2021]

Accepted [05 Januari 2022]

### KEYWORDS

Cybercrime, E-Commerce, Application

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 mengedukasi yang menggunakan e-commerce mengenai adanya cybercrime dan dampaknya terhadap aplikasi e-commerce. Cybercrime dikenal dengan suatu kejahatan dunia maya yang dilakukan secara online. Yang termasuk contoh kasusnya yaitu pada e-commerce. Yang menggunakan e-commerce telah mengetahui mengenai akibat cybercrime terhadap e-commerce. Memprediksi cybercrime tetap susah. Maka harus lebih waspada terhadap kejahatan ini.

### ABSTRACT

This study aims to educate those who use e-commerce about the existence of cybercrime and its impact on e-commerce applications. Cybercrime is known as a cyber crime that is carried out online. One example of this is e-commerce. Those who use e-commerce already know about the effects of cybercrime on e-commerce. Predicting cybercrime remains difficult. So should be more vigilant against this crime.

## PENDAHULUAN

Pesatnya pengembangan suatu ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat abad ke 20 telah membantu manusia untuk menetap di berbagai bidang kehidupan mereka. Mulai dengan rendahnya harga elektronik yang belum pernah terjadi sebelumnya yang membuat orang dari segala usia dengan mudah mengakses internet, termasuk computer, ponsel dan elektronik lainnya.

Teknologi ini tetap sangat rentan pada aktivitas kejahatan seperti hacking, skimming dan malware. Pada saat yang sama, keamanan system pada perbankan perlu direvolusi dengan tujuan mencegah dan melindungi aktivitas kriminal pada pembayaran elektronik. Karena adanya suatu sistem transaksi e-commerce yang dimanfaatkan oleh pengguna aplikasi dengan tujuan mendapatkan suatu produk yang sangat diinginkan juga menghadapkan mereka pada berbagai risiko yang muncul oleh e-commerce tersebut, yaitu termasuk pada cybercrime.

Cybercrime merupakan sesuatu yang mengacu pada penjahat dengan menggunakan sebuah komputer untuk berbagai tindakan kriminal termasuk pencurian. Berbagai Daftar penjahat dunia maya yang terus bertambah termasuk kejahatan komputer, contohnya, virus computer serta penyebaran intrusi jaringan. Juga, variasi kejahatan komputer yang tidak dapat disangkal yaitu berupa kejahatan pencurian, pelecehan, pemaksaan dan intimidasi. Karena teknologi berperan penting terhadap kehidupan sehari-hari oleh masyarakat seiring dengan berkembangnya kejahatan dunia internet, teknologi semakin tinggi.

## LANDASAN TEORI

E-commerce merupakan kegiatan komersial terhadap semua pengguna yang telah memberikan akses untuk memfasilitasi kegiatan jual beli. Selain kemajuan teknologi terhadap e-commerce, teknologi internet tidak dapat dipisahkan dari teknologi e-commerce, khususnya teknologi internet di dunia perbankan. Teknologi di bidang ini pun telah berubah secara signifikan. Akan tetapi, pengenalan teknologi ini juga tidak terkait erat terhadap tingkat keamanan yang cukup tinggi. Perkembangan teknologi khususnya internet mempengaruhi berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali perdagangan. Perdagangan mengalami perubahan dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini lebih dikenal dengan istilah electronic- Commerce atau disingkat e-Commerce. Pengertian e-Commerce menurut Laudon & Laudon (1998) adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan komputer. Definisi e-commerce menurut David Baum (1999) adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

E-commerce ini memberikan banyak perubahan dalam hal proses perdagangan. Jika proses jual beli konvensional mengharuskan pembeli dan penjual bertemu secara langsung maka dengan e-commerce hal tersebut tidak diperlukan lagi. Pembeli bisa melakukan transaksi dikota yang berbeda tanpa harus bertemu dan komunikasi bisa dilakukan dengan menggunakan internet. E-commerce ini memacu munculnya toko-toko online seperti [www.bhineka.com](http://www.bhineka.com), [www.blibli.com](http://www.blibli.com), [www.lazada.com](http://www.lazada.com), [www.zalora.com](http://www.zalora.com), dll. Keuntungan bagi penjual dengan adanya e-commerce antara lain :

1. Dapat memperluas pangsa pasar karena semua orang didunia bisa memesan dan membeli barang yang dijual tanpa dibatasi jarak
2. Dapat menghemat biaya untuk promosi tidak perlu mengeluarkan dana besar untuk menyewa tempat barang dagangan bisa dipajang selama 24 jam
3. Efisiensi biaya operasional dalam hal gaji karyawan karena jumlah karyawan yang dibutuhkan lebih sedikit
4. Melebarkan jangkauan yaitu semua orang dapat bertransaksi tanpa mengenal ruang dan waktu dengan syarat memiliki komputer yang terhubung dengan internet
5. Meningkatkan customer loyalty dengan adanya informasi yang lengkap dan bisa diakses setiap saat tanpa mengenal waktu

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian ini, survei yang memenuhi kriteria tertentu terdiri dari 20 responden dan masyarakat umum yang menggunakan e-commerce. Data utama diperoleh menggunakan pembuatan kuisisioner melalui Google Form buat mengambil data. Penjelasan memakai metode skala likert. Skala likert adalah bahan yang memanfaatkan menakar ataupun menggabungkan data dengan metode pengukuran serta blancing. Pringkat skala likert adalah 1 dengan nilai terendah yang berbeda secara signifikan. diikuti 5 dengan nilai tertinggi sangat sepakat.

Description	Likert Scaele
Sangat tidak sepakat	1
Tidak sepakat	2
Ragu-ragu	3
Sepakat	4
Sangat sepakat	5

Yang akan terjadi dari perhitungan komponen sistem akan dikategorikan sinkron kriteria eksklusif. Buat membentuk setiap nilai komponen akhir memakai rumus berikut

Index formula% = Nilai Total / Y x 100 ..... Persamaan 1

Y = Nilai Likert Tertinggi x Hasil Responden (Angka 5 teratas) "Catat Nilai Bobot"

X = Nilai Likert terendah x Hasil Responden (Angka 1 terendah) "Catat Nilai Bobot"

Penjelasan skala diawali dengan berasal 0% - 50% karena sangat tidak sepakat, kemudian 721% - 1000% sebab sangat sepakat. Respon penjelasan sebagai berikut

Respon	Penjelasan
0%-50%	Sangat tidak sepakat
51%-165%	Tidak sepakat
166%-335%	Ragu-ragu
336%-720%	Sepakat
721%-1000%	Sangat sepakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membagikan 10 kuesioner kepada siswa serta masyarakat awam yang didistribusikan melalui Google Forms Media. Pengguna mengisi survei bersama berdasarkan pengalaman mereka dengan aplikasi e-niaga. Setiap pertanyaan survei dimaksudkan untuk menentukan apakah pengguna e-commerce menyadari akibat kejahatan dunia maya pada aplikasi e-commerce dan untuk menilainya di skala Likert.

Jumlah nilai maksimum item sangat setuju adalah  $5 \times 20 = 100$ , dan sedangkan untuk item sangat tidak setuju adalah  $1 \times 20 = 20$ . Bila jumlah skor responden adalah 100, maka deskripsi kuesioner responden adalah hasil skor dengan menggunakan rumus indeks (%). Sesudah mengembangkan kuisiner di 20 responden. Hasil kuisiner yang telah didapatkan di review dijelaskan pada table berikut

Tabel 1. Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	Nilai
1	memakai e-commerce mempermudah promosi barang dan jasa	88%
2	penggunaan e-commerce safety untuk melakukan transaksi pembayaran	85%
3	Pembayaran dengan menggunakan e-commerce aman untuk melakukan transaksi	79%
4	banyaknya kejahatan cyber yang terjadi pada e-commerce	72%
5	terjadinya kejahatan yang melakukan transaksi tidak melalui aplikasi e-commerce	68%
6	cybercrime yang selalu terjadi ibarat bocornya data pengguna e-commerce	68%
7	Kejahatan yang seperti memperluas suatu virus pada aplikasi e-commerce atau system	60%
8	Cybercrime yang berakibat pada saat membeli dan mentransaksi uang, akan tetapi barangnya tidak sesuai atau barangnya tak sampai	68%
9	Dengan menambahkan perlindungan terhadap pengguna e-commerce secara illegal	80%
10	Pihak e-commerce menambahkan system keamanan untuk melakukan transaksi pembayaran	88%

Penelitian ini menjelaskan akan pengguna e-commerce memudahkan komunikasi dengan produsen ataupun konsumen. Responden yang memberikan pendapat yaitu waktu yang dibutuhkan lebih efektif e-commerce (skor 88%). Para pengguna e-commerce akan mempermudah untuk menjual dan membeli suatu barang responden memberikan tanggapan sebesar 79%. E-commerce memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran responden yang memberikan tanggapan

sebesar 79%. Ini karena e-commerce terhubung dengan berbagai jenis platform sehingga memudahkan untuk transaksi pembayaran.

Adapun responden yang mengalami ketidakamanan saat melakukan pembayaran e-commerce sebab mengetahui cybercrime terjadi juga di e-commerce skor responden sebesar 72%. Responden sebesar 68% memberikan pendapat bahwa terjadinya cybercrime tidak hanya melalui perangkat e-commerce dan sisa nya menjawab melalui perangkat e-commerce. Penerapan digital kemajuan informasi tidak di seimbangkan menggunakan keamanan yang tinggi, kemajuan informasi masih peka dengan terhadap aksi criminal semacam, hacking,skimming,dan malware. Oleh sebab itu dibutuhkan nya keamanan agar melindungi dan mencegah tindak kejahatan saat melakukan transaksi jual beli terhadap elektronik.

Penyalahgunaan data informasi pribadi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab responden memberikan pendapat dengan skor sebanyak 68% atas kebocoran data pribadi termasuk kedalam kegiatan cybercrime. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden sudah memahami kebocoran yang dilakukan cybercrime melalui e-commerce. Prilaku cybercrime bisa merugikan dan mempengaruhi ketidakamanan para pengguna yang memakainya. Salah satu kejahatan terkait ketidakamanan terjadi dengan terjadi penyebaran virus pada aplikasi e-commerce skor responden sebanyak 60%. Prilaku kegiatan yang dilakukan cybercrime termasuk kedalam merusak sistem e-commerce.

Pendapat para responden 68% menunjukkan hilangnya rasa percaya pada e-commerce karena tidak sampai nya barang saat sudah melakukan transaksi pembayaran. Sebagai solusi dalam kegiatan aksi yang dilakukan cybercrime adalah menambahkan keamananan dalam bertransaksi pembayaran. Pengguna membutuhkan perlindungan secara legal skor yang dimiliki sebanyak 80% menunjukkan respon para pengguna membutuhkan perlindungan hukum yang jelas dan tegas untuk menindaklanjuti tindakan pidana yang merugikan dalam bertransaksi di aplikasi e-commerce bertujuan untuk agar para pengguna lebih aman dalam melakukan kegiatan transaksi. Sebagai tindakan untuk meningkatkan keamanan e-commerce dalam transaksi pembayaran merupakan solusi dari aksi yang dilakukan cybercrime. Mempunyai berbagai platform pembayaran memungkinkan kejahatan dunia maya hal ini memiliki tanggapan yang cukup tinggi sebanyak 88% dalam hal meningkatkan keamanan pasti akan lebih nyaman untuk para pengguna e-commerce.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kekejaman dunia maya telah mengakibatkan kengerian pada ingatan banyak orang yang secara aktif memakai e-commerce. Cybercrime memiliki dampak tidak langsung dengan dunia bisnis universal. Termasuk penyebab terjadinya celah keamanan dalam cybercrime adalah pesatnya perkembanganteknologi internet yang secara tidak langsung mempermudah penyebaran data informasi. Daftar kekejaman dunia internet yang terus bertambah termasuk kekejaman komputer seperti lonjakan intrusi jaringan dan virus komputer. Lebih lanjut, jenis kejahatan komputerisasi yang tidak dapat disangkal dapat mencakup pencurian, penguntitan, intimidasi dan pemaksaan. Memprediksi perilaku kejahatan dunia maya tetap sangat sulit. Kini setelah mereka memahami dampak dari pemakai e-commerce, mereka akan lebih cermat dengan kekejaman.

## DAFTAR PUSTAKA

Fadhila aulia. 2021. "tinjauan kriminologi dalam tindakan penipuan E-Commerce Berdasarkan peraturan perundang-undangan pada masa pandemic Covid-19". Jurnal suara hukum. 3(2).  
Mar'arti fudji. 2011. "e-commerce dalam kejahatan bisnis". 4(8).  
Pratama eva. 2013. "optimalisasi cyberclaw untuk penanganan cybercrime pada e-commerce". Jurnal bianglala infoematika. 1(1).

- Rahayu, dkk. 2021. "cybercrime dan dampaknya pada teknologi e-commerce" jurnal of information system. 5(3).
- Rizanizarli, dkk. 2003. "masalah penegakan hokum terhadap cybercrime". Jurnal ilmu hukum. (36).
- Sadino, dewi. 2016. "internet crime dalam perdagangan elektronik". 5(2).
- Upanto. 2016. "perkembangan kejahatan teknologi informasi (cybercrime) dan antisipasi dengan penal policy". Junal uns. 5(1).

# Relationship Of Role Conflict And Stress With Performance Of Employees At Seluma Timur District Police Office Seluma Regency

## Hubungan konflik peran dan stres dengan kinerja pegawai pada kantor polsek kecamatan seluma timur Kabupaten seluma

Ngatimin<sup>1)</sup>; Ahmad Soleh<sup>2)</sup>; Abdul Rahman <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [ngatiminnaswa@gmail.com](mailto:ngatiminnaswa@gmail.com); <sup>2)</sup> [ahmadsolehse81@yahoo.co.id](mailto:ahmadsolehse81@yahoo.co.id); <sup>3)</sup> [abdulrahman@unived.ac.id](mailto:abdulrahman@unived.ac.id)

### How to Cite :

Ngatimin., Soleh, A., Rahman, A. (2022). Relationship Of Role Conflict And Stress With Performance Of Employees At Seluma Timur District Police Office Seluma Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [10 Januari 2022]

### KEYWORDS

Role Conflict, Work Stress, 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 hubungan konflik peran dan stress dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 orang pegawai pada Kantor Polsek Seluma. Teknik pengambilan sampel adalah sensus. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah korelasi spearman rank dan uji hipotesis dengan uji t. Hasil penelitian menunjukkan Konflik peran memiliki hubungan yang rendah dan negatif dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dengan nilai korelasi sebesar -0.403, berarti bahwa semakin tinggi konflik peran maka akan semakin menurun kinerja pegawai Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis bahwa thitung sebesar -2,411 bernilai negative dan dilakukan pengujian hipotesis dari sisi kiri kurva maka thitung jatuh di area H0 ditolak, dengan demikian Ha diterima. Dengan demikian hasil hipotesis adalah H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya konflik peran mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Stres kerja memiliki hubungan yang sangat rendah dan negatif dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, dengan nilai korelasi sebesar -0,468, berarti semakin tinggi stres kerja maka akan semakin menurun kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis diketahui bahwa thitung sebesar -2,901 bernilai negative dan dilakukan pengujian hipotesis dari sisi kiri kurva maka thitung jatuh di area H0 ditolak, dengan demikian Ha diterima. Artinya stres kerja mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma

### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of motivation and job satisfaction simultaneously on employee productivity at PT. Four Lawang

*Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The sample in this study were employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa as many as 35 people. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis show  $Y = 1.501 + 0.380X_1 + 0.603 X_2 + 5.900$  this describes a positive regression direction, meaning that there is a positive influence between  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) on work productivity ( $Y$ ). Means that if the variables of motivation and job satisfaction increase, it will increase work productivity. The value of the coefficient of determination is 0.590. This means that  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) affect work productivity ( $Y$ ) by 59% while the remaining 41% is influenced by other variables not examined in this study. The test results for the  $X_1$  variable (motivation) show the  $t_{count}$  value is greater than  $t_{table}$  at  $2,424 > 1,693$  and a significance value of  $0.021 < 0.05$ . Because  $t_{count} > t_{table}$  and the significance value is less than 0.05, then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that  $X_1$  (motivation) has a significant influence on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The test results for the  $X_2$  variable (job satisfaction) show the  $t_{count}$  value is greater than  $t_{table}$  at  $3.258 > 1.693$  and a significance value of  $0.003 < 0.05$ . Because  $t_{count} > t_{table}$  and the significance value is less than 0.05,  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that  $X_2$  (job satisfaction) has a significant effect on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency. The value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $22,986 > 3,29$ ) with a significant value of  $0.000 < 0.05$  indicates that simultaneously  $X_1$  (motivation) and  $X_2$  (job satisfaction) have a significant effect on work productivity ( $Y$ ) of employees at PT. Four Lawang Agro Perkasa in Empat Lawang Regency.*

## PENDAHULUAN

Perhatian sebuah instansi terhadap manajemen sumber daya manusia menjadi hal yang sangat menarik dipelajari karena posisinya yang sangat penting dan terkait dengan kinerja. Hakikat sumber daya manusia yang dipandang sebagai harta instansi merupakan suatu upaya pengintegrasian antara pemenuhan kebutuhan pegawai dengan pencapaian kinerja yang optimal. Selain itu pengelolaan sumber daya manusia yang baik mempunyai beberapa fungsi operasional, salah satu diantaranya adalah pemeliharaan yang menitikberatkan pada pemeliharaan kondisi fisik dan non fisik pegawai yaitu keselamatan, kesehatan kerja dan kesejahteraan pegawai serta pemeliharaan sikap menyenangkan yaitu terciptanya sebuah hubungan harmonis.

Konflik yang timbul diakibatkan perbedaan persepsi maupun tujuan antara nilai-nilai yang dianut oleh pribadi pegawai dengan sistem manajemen kinerja yang baru, dapat dindikasikan bahwa sebagian pegawai menentang adanya perubahan. Hal ini dikarenakan mereka takut ketinggalan akan pemahaman jenis tugas dan pekerjaan yang baru pula yang bisa menyebabkan mereka tersisih bukan saja dari pekerjaannya bahkan jabatan yang dimilikinya saat ini. Tuntutan untuk berubah juga menimbulkan pertentangan karena dianggap oleh pegawai sebagai hal yang merepotkan. Dalam perubahan tersebut mereka dipaksa harus belajar cara kerja atau prosedur baru yang memerlukan ketekunan dan tidak seenak cara kerja yang lama yang sudah biasa dilaksanakan, seperti mengharuskan pegawai mempelajari dan memahami sistem IT yang baru, pengoperasian komputer, dan mengikuti ujian sertifikasi manajemen risiko bagi pejabat/pemimpin seksi.

Manajemen kinerja yang terukur pada setiap unit kerja yang kemudian *dibreak down* kepada setiap seksi yang kemudian turun ke level terkecil yaitu

pegawai membuat setiap pegawai dipaksa untuk keluar dari kondisi nyaman (*comfort zone*) kepada kondisi dan situasi kerja yang penuh tantangan dan kompetitif. Dalam pelaksanaannya konflik yang timbul terjadi antara unit kerja dan antar seksi, karena beranggapan bahwa seksi atau bagian kerja merekalah yang paling memiliki target yang terlalu besar dan beranggapan seksi lain memiliki target yang terlalu kecil, terjadi kecumburuan dan rasa ketidakadilan oleh pegawai .

Fenomena yang terjadi saat ini pada kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma adalah menurunnya kinerja pegawai yang disebabkan karena tingkat stress dalam bekerja yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan tepat waktu, selain itu petugas penertiban juga harus dilakukan dimana-mana. Apalagi pada saat Pandemi Covid 19 ini, tingginya tingkat penertiban yang harus dilakukan oleh pegawai Polsek Kecamatan Seluma sehingga dapat menciptakan stress dalam bekerja. Hal lain juga terjadi dalam konflik peran, permasalahan yang terjadi adalah adanya peran ganda atau perangkapan tugas yang harus diselesaikan oleh satu orang. Seperti pegawai yang bertugas menerima laporan dari masyarakat terkadang juga harus keluar ikut melakukan penertiban.

## 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 dilakukan oleh teknologi.

Manusia merupakan sumber daya yang berbeda dengan sumber daya yang lainnya, karena manusia mempunyai kemampuan berpikir, perasaan dan tingkah laku yang berbeda, karena itu diperlukan kemampuan yang baik dalam manajemen sumber daya manusia agar sumber daya manusia yang dikelola dengan baik dan efisien. Menurut Handoko (2017: 3) Manajemen sumber daya manusia adalah terdiri dari penarikan, seleksi, pengembangan, penggunaan, dan pemeliharaan sumber daya manusia oleh perusahaan.

### Konflik Peran

Menurut Rina (2017;14) mengemukakan bahwa konflik adalah pertentangan yang terjadi dalam suatu organisasi dapat terjadi karena adanya perbedaan pendapat mengenai tujuan perusahaan, kompetisi antar departemen, antar bagian, antar unit kerja, para manajer yang bersaing dan berkonflik untuk memperebutkan posis dan kekuasaan

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* menurut Sugiyono (2015:55) yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, sehubungan penelitian ini hanya bersifat menggambarkan suatu hubungan stres kerja dan konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma.

### Korelasi Rank Spearman

Dalam korelasi rank spearman sumber data untuk kedua variabel yang akan dikonversikan dapat berasal dari sumber yang tidak sama, jenis data yang dikorelasikan adalah data ordinal, serta

data dari kedua variabel tidak harus membentuk distribusi normal. Jadi korelasi rank spearman bekerja dengan data ordinal atau berjenjang atau rangking, dan bebas distribusi ( Sugiyono, 2015:245). Rumus korelasi spearman rank adalah :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

(Sugiyono, 2015:245)

Keterangan :

$\rho$  = Koefisien Korelasi Spearman Rank  
 $n$  = Jumlah sampel  
 $\sum bi^2$  = Jumlah kuadrat dari selisih rank variabel X dan variabel Y

### Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari korelasi, maka uji hipotesis yang digunakan adalah uji statistik uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2015:251 )

Keterangan :

$t_{hitung}$  = nilai uji t  
 $r$  = nilai koefisien korelasi  
 $n$  = jumlah sampel

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Korelasi Rank Spearman

#### Hubungan Konflik peran Dengan Kinerja Pegawai Pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma

Untuk mengetahui hubungan konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dianalisa dengan Korelasi rank spearman dengan rumus:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

Untuk menghitung korelasi rank spearman dibutuhkan tabel penolong korelasi rank spearman untuk hubungan konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Berdasarkan lampiran 8 di atas, maka dapat diketahui :

$bi^2$  = 7.653  
 $n$  = 32

Maka rekapitulasi korelasi rank spearman untuk hubungan konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dapat dihitng sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{6(7.653)}{32(32^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{45.918}{32(1.024 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{45.918}{32(1.023)}$$

$$\rho = 1 - \frac{45.918}{32.736}$$

$$\rho = 1 - 1.402$$

$$\rho = -0.403$$

Diketahui bahwa besar korelasi konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, adalah sebesar -0.403 .

- Keterangan :
- 0,00-0,199 = Sangat rendah
  - 0,20-0,399 = Rendah
  - 0,40-0,599 = Sedang
  - 0,60-0,799 = Kuat
  - 0,80-1,000 = Sangat Kuat
- ( Sugiyono, 2013:184)

Artinya konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, memiliki korelasi yang negative, karena nilai negative maka digunakan interpretasi yang paling rendah yaitu 0,00 - 0,199 dengan kriteria penilaian sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat rendah dan negatif antara konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Ini berarti semakin tinggi konflik peran maka akan semakin rendah kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma.

**Hubungan Stres Kerja Dengan Kinerja Pegawai Pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma**

Untuk mengetahui hubungan stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dianalisa dengan Korelasi rank spearman dengan rumus:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

Untuk menghitung korelasi rank spearman maka dibutuhkan tabel penolong korelasi rank spearman untuk hubungan stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, maka dapat diketahui:

$$bi^2 = 8.010$$

$$n = 32$$

Maka korelasi rank spearman untuk hubungan stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dapat dihitng sebagai berikut :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{6(8.010)}{32(32^2 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{48.060}{32(1.024 - 1)}$$

$$\rho = 1 - \frac{48.060}{32(1.023)}$$

$$\rho = 1 - \frac{48.060}{32.736}$$

$$\rho = 1 - 1,468$$

$$\rho = -468$$

Diketahui bahwa besar korelasi stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, adalah sebesar -468 .

Keterangan :

0,00-0,199 = Sangat rendah

0,20-0,399 = Rendah

0,40-0,599 = Sedang

0,60-0,799 = Kuat

0,80-1,000 = Sangat Kuat

( Sugiyono, 2013:184)

Artinya stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, memiliki korelasi yang negative sehingga digunakan interpretasi nilai yang paling rendah yaitu 0,00 – 0,199. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat rendah dan negatif antara stres kerja dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Ini berarti semakin tinggi stres kerja maka akan semakin rendah kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma.

### Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi korelasi rank spearman, maka dilakukan uji hipotesis statistik.

### Hubungan Konflik peran Dengan kinerja Pegawai Pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma

Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis statistik dalam penelitian tentang hubungan konflik peran dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma adalah uji t maka dapat diketahui :

$$t = -0.403$$

$$n = 32$$

Rumus untuk uji  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut

$$t = t \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t = -0.403 \sqrt{\frac{32-2}{1-(-0.403)^2}}$$

$$t = -0.403 \sqrt{\frac{30}{1-162}}$$

$$t = -0.403 \sqrt{\frac{30}{0,838}}$$

$$t = -0.403 \sqrt{35,799}$$

$$t = -0.403 (5,983)$$

$$t = -2,411$$

Dari hasil uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  adalah -2,411. Karena nilai  $t$  hitung negative maka pengujian hipotesis dilakukan disisi kurva sebelah kiri kurva, bilangan negative  $t$  tidak bermakna minus (hitungan) tetapi mempunyai makna bahwa pengujian hipotesis dilakukan dari sisi kiri. Nilai  $t_{tabel}$  dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan  $dk = n - 2 = 32 - 2 = 30$ , maka diketahui nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,697 dengan kriteria ::

$H_{02}$  : Konflik peran tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma

$H_{a2}$  : Konflik peran mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Konflik peran memiliki hubungan yang rendah dan negatif dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma dengan nilai korelasi sebesar -0.403, berarti bahwa semakin tinggi konflik peran maka akan semakin menurun kinerja pegawai Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis bahwa  $t_{hitung}$  sebesar -2,411 bernilai negative dan dilakukan pengujian hipotesis dari sisi kiri kurva maka  $t_{hitung}$  jatuh di area  $H_0$  ditolak, dengan demikian  $H_a$  diterima. Dengan demikian hasil hipotesis adalah  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Artinya konflik peran mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma.
2. Stres kerja memiliki hubungan yang sangat rendah dan negatif dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma, dengan nilai korelasi sebesar -0,468, berarti semakin tinggi stres kerja maka akan semakin menurun kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis diketahui bahwa  $t_{hitung}$  sebesar -2,901 bernilai negative dan dilakukan pengujian hipotesis dari sisi kiri kurva maka  $t_{hitung}$  jatuh di area  $H_0$  ditolak, dengan demikian  $H_a$  diterima. Artinya stres kerja mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja pegawai pada Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma.

### Saran

1. Diharapkan kepada pimpinan Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma agar membuat suatu *job description* yang lebih rinci, sehingga pegawai lebih mengetahui tugas dan tanggungjawabnya masing-masing.
2. Diharapkan kepada pegawai Kantor Polsek Kecamatan Seluma Timur Kabupaten Seluma untuk mampu menghadapi semua tantangan dalam bekerja, sehingga akan mengurangi stres kerja

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, 2017, *Psikologi Indusrti dan Sosial*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya
- Fufita, Yani. 2015. *Hubungan Stress Kerja Dengan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Bengkulu Cabang Manna*. Skripsi. Universitas Dehasen Bengkulu
- Gitosudarmo & Sudita. 2016. *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Pertama. Jogjakarta: Erlangga
- Handoko T. Hani, 2017. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*.BPFE : Yogyakarta
- Mahmudi. 2017. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Mangkunegara. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Moehersono, 2016. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Moehersono, 2017. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor: Ghalia
- Nasution , Mulia, 2014, *Manajemen Personalia*, Djembatan, Jakarta
- Pasolong, Harbani. 2016. *Teori Administrasi Publik..* Yogyakarta: Alfabeta
- Prawirosentono, Suryadi. 2015. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta:BPFE.
- Rina, Handayani, 2017, *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Perusahaan Ditinjau Dari Perpektif Konsumen Dalam Balanced Scorecard (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods Dan Perusahaan Jasa Di Semarang )*. Unika Soegijapranata .
- Rivai. Veithzal dan Mulyadi. Deddy, 2017, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Edisi Ketiga, Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Robbins, Stephen P. 2018. *Perilaku Organisasi*. Edisi ke-12, Jakarta: Salemba Empat.
- Sastradipoera, Komaruddin. 2017. *Pengembangan dan Pelatihan : Suatu Pendekatan Sumber Daya Manusia*. Kappa Sigma. Bandung
- Siagian, S.P. 2016. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*, Penertbit Rineka Cipta Jakarta.
- Sugiono, 2017, *Manajemen Konflik dalam Organisasi*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-18 .Bandung Alfabeta.
- Wijono 2014. *Konflik Dalam Organisasi*. Semarang: Satya Wacana
- Yulizar, Okta, 2015, *Hubungan Manajemen Konflik dengan Kinerja Pegawai Pada Puskesmas Bintuhan*, Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu

# The Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era in the Indonesian Muslim Entrepreneur Association (IPEMI PC Kuranji) Padang City

## Penerapan Digital Marketing Era Covid -19 di Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI PC KURANJI) Kota Padang

Meci Nilam Sari

Administrasi Bisnis, STIA Adabiah Padang

Email: [mecinilam38@gmail.com](mailto:mecinilam38@gmail.com)

### How to Cite :

Sari, N. M. (2022). Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era at the Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMI PC KURANJI) Padang City. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [10 Januari 2022]

### KEYWORDS

Digital Marketing, UMKM

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



### ABSTRAK

Covid-19 di Indonesia hingga saat ini telah memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap sektor ekonomi khususnya UMKM di Indonesia. Covid-19 telah dirasakan secara signifikan oleh UMKM yang sedang mengalami krisis ekonomi. Penelitian dilakukan pada wanita pengusaha muslimah Indonesia (IPEMI PC Kuranji) dan dampak dari covid-19 adalah turunnya daya beli wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji karena 40% nya masih mengutip di dunia offline bukan online, makanya digital pemasaran merupakan salah satu upaya pencapaian dalam meningkatkan usaha yang lebih maju di masa yang akan datang.

### ABSTRACT

*Covid-19 in Indonesia to date has had both positive and negative impacts on the economic sector, especially UMKM in Indonesia. Covid-19 has been felt significantly by Micro, Small and Medium Enterprises UMKM who are experiencing an economic crisis. The research was conducted on Indonesian Muslim women entrepreneurs (IPEMI PC Kuranji) and the impact of covid-19 is the decline in purchasing power of women entrepreneurs IPEMI PC Kuranji because 40% of them are still quoting in the offline world not online, therefore digital marketing is one of the efforts for achievement in improving the business that is more advanced in the future.*

## PENDAHULUAN

Pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia ditahun 2019 sampai saat sekarang ini membawa dampak baik dalam segi positif maupun negatif pada sektor perekonomian khususnya UMKM di Indonesia. *Covid-19 sangat dirasakan secara signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi. Daya beli masyarakat menurun akibat pandemi Covid-19, Semua berjuang bersama untuk dapat bertahan menghadapi kondisi buruknya perekonomian, Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini merupakan salah satu penopang ekonomi bangsa yang paling merasakan dampak dari pandemi tersebut. Telah tercatat hingga 82,9 persen UMKM terdampak dan menunjukkan drastisnya penurunan penjualan (Lakuu, 2021).*

Kepala Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Kementerian Keuangan yaitu Adi Budiarmo menyebutkan bahwa pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada 2020 diperkirakan hanya 0.4% sampai dengan 1% saja, bahkan sumber lain menyebutkan bahwa Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani mengestimasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II Covid-19 mengalami penurunan (minus) 3.8% dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun-tahun sebelumnya yaitu di atas 5%. Dan diprediksi bahwa perlambatan laju perekonomian di Indonesia masih akan terjadi hingga tahun 2021 (aisyah 2020).

Pada masa pandemi Secara umum umkm dalam perekonomian nasional memiliki peran dalam mendongkrak peluang kesuksesan. Terlebih, ada puluhan juta unit usaha di sektor mikro. Pandemi mengubah proses bisnis dalam skala besar dan dampaknya akan terus terlihat bahkan pasca pandemi. Jumlah umkm di indonesia yakni sebesar 64,19 juta. Menjadi kendala utama yang terpenting adalah banyaknya pesaing sehingga sangat sulit untuk mendapatkan ide bisnis untuk dijadikan peluang usaha dan Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional (Taynarau, 2021).

Padang merupakan kota yang rata-rata masyarakatnya berpenghasilan dan mengantungkan hidupnya menjadi pembisnis bahkan budaya orang minang berprinsip mengadu nasib dirantau dengan cara mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu Pemko Padang akan terus meningkatkan sinergi dan pembinaan, sehingga UMKM di Kota Padang terus berkembang untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Kota Padang. Ada sekitar 80 ribu UMKM yang harus dikembangkan. Meski sekarang sedang dilanda wabah pandemi Covid-19, UMKM di Kota Padang harus tetap bergerak. Maka perlu melakukan langkah-langkah strategis guna sektor UMKM tetap bergerak dalam kondisi apapun.

Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu UMKM harus mendapatkan pembinaan dan perhatian khusus oleh pemerintah maupun pihak swasta untuk dapat memajukan produktifitas UMKM di Indonesia. Salah satu tidak lanjut yang harus diperhatikan untuk memajukan UMKM adalah dengan pemberian dan pembekalan ilmu Digital Marketing, dimana ada penggerakan penjual dari awalnya yang offline beralih menjadi online. Langkahnya adalah dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform digital (*online*) untuk memperluas kemitraan dan juga menjaring konsumen yang potensial diseluruh Indonesia. UMKM juga harus menciptakan relasi dengan cara berorganisasi, pemanfaatan inovasi dan teknologi yang dapat menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, serta sistem pemasaran dan metode digital marketing lainnya yang dianggap penting dalam menumbuh kembangkan UMKM.

Pada pelaksanaan penelitian ini, peneliti menemukan mitra yang nantinya dapat membantu peneliti dalam mencapai tujuan dan maksud didalam penelitian ini. Mitra pada penelitian ini adalah Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia Yang berada di kota Padang Sumatera Barat.

## LANDASAN TEORI

Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia, atau yang disingkat IPEMI, adalah sebuah organisasi kemasyarakatan yang dibentuk dan didirikan untuk meningkatkan peran dan kontribusi Pengusaha Muslimah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah. Keberhasilan Pengusaha-Pengusaha muslimah, baik di tingkat daerah, nasional, maupun regional, diharapkan dapat menjadi inspirasi dan semangat bagi Muslimah-muslimah lainnya untuk terus mengembangkan usaha dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kerakyatan. Keberadaan IPEMI menjadi sangat penting bagi para Pengusaha Muslimah di Indonesia, karena IPEMI dapat menjadi wadah untuk melakukan sinergi dan pengembangan jaringan usaha, termasuk untuk meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia) bertujuan untuk membantu pengusaha muslimah dalam mengembangkan usahanya. IPEMI ingin membangkitkan Muslimah Indonesia khususnya kota Padang pada kecamatan kuranji. yang punya kepercayaan diri untuk maju berwirausaha. Karena salah satu kendala dari para pemula, khususnya dari kalangan perempuan adalah kurangnya rasa percaya diri dalam berbisnis baik secara online maupun offline. Permasalahan yang terjadi pada kota Padang khususnya ikatan pengusaha muslimah Indonesia (IPEMI PC Kuranji) kota Padang ingin meningkatkan usahanya dibidang online atau digital marketing, mengingat begitu besarnya peranan digital marketing dalam dunia bisnis apalagi pada tahun 2019 sampai sekarang ini covid-19 masih tetap berada disekitaran kita sehingga berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia khususnya kota Padang.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan penelitian kualitatif. Menurut Millan dan Schumacer (1997) empat strategi pengumpulan data dengan multi-metode dalam penelitian kualitatif, yaitu dengan observasi partisipatif, wawancara mendalam. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan melalui data-data yang bersifat deskriptif. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan yang terjadi dilapangan. Metode kualitatif adalah metode yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah

Alasan peneliti memilih pendekatan dalam metode kualitatif ini adalah peneliti tidak memulai penyelidikan dengan satu teori tertentu lalu membuktikannya, namun dengan suatu bidang kajian dan hal-hal yang terkait dengan bidang tersebut. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah yang dihadapi sesuai dengan judul yang peneliti terapkan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan penelitian, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan (Creswell, 2010:4).

Hubungan peneliti dengan yang diteliti dalam penelitian kualitatif peneliti sebagai human instrument dan dengan teknik pengumpulan data *participant observation* (observasi berperan serta) dan *in depth interview* (wawancara mendalam), maka peneliti harus berinteraksi dengan sumber data. Dengan demikian peneliti kualitatif harus mengenal betul orang yang memberikan data. Metode seharusnya dipilih berdasarkan permasalahan yang akan diteliti. Bukan dipilih pada tahap awal sebelum permasalahan penelitian ditetapkan. Metode tersebut harus dipakai karena permasalahan/fenomena tersebut harus membutuhkan pendekatan kualitatif. Bukan karena peneliti sekedar ingin menggunakan penelitian dengan metode kualitatif. Kualitatif terkait cara yang digunakan oleh peneliti dalam mendekati-memahami, menggali, mengungkap fenomena tertentu dari responden penelitiannya.

Metode Pelaksanaan pada kegiatan penelitian ini yaitu diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode: 1. Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya digital marketing bagi IPEMI PC KURANJI, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan pemasaran atau

promosi produk pengusaha muslimah IPEMI PC KURANJI. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh UMKM yang telah sukses menggunakan media *Digital Marketing*. Sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemanfaatan digital marketing di era sekarang ini apalagi pada saat terjadinya wabah covid-19 dimana rata-rata pengusaha beralih dari *offline* menjadi *online*. 2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah Google Bisnis dan akun bisnis di media sosial baik instagram, facebook, GMB, Tiktok shop. Sehingga wanita pengusaha muslimah IPEMI PC Kuranji paham dan antusias untuk dapat berkembang dalam menjalankan bisnisnya.

Lokasi Pelaksanaan pada penelitian ini adalah didaerah kecamatan kuranji kota Padang sumatera barat, dengan materi yang akan diberikan adalah dengan judul “ **Penerapan Digital Marketing di Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI PC KURANJI) Kota Padang**”. Pada kegiatan penelitian ini peserta berjumlah 41 orang yaitu semua anggota IPEMI PC Kuranji yang mempunyai bisnis beragam mulai dari sektor kuliner, fashion, kosmetik, kesehatan dan juga bergerak dibidang jasa lainnya. Oleh karena itu lokasi dan juga peserta penelitian sangat cocok diterapkan dalam *digital marketing* mengingat begitu pentingnya pengusaha muslimah mempunyai peranan penting dalam dunia *online* pada pemasaran produknya baik barang ataupun jasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing merupakan salah satu alat bagi para pengusaha khususnya pengusaha muslimah IPEMI PC Kuranji untuk dapat berkembang dan membantu kegiatan usahanya lebih maju lagi. Digital marketing mempunyai peranan yang sangat besar pada era modern saat sekrang ini ditambah lagi dengan adanya covid-19 membuat semua pembisnis baik dalam bidang manufaAktur ataupun jasa harus bergerak maju menggunakan media online. Pada dasarnya mau tidak mau dan suka ataupun tidak suka seorang pengusaha harus dapat memahami dunia online saat sekarang ini.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial. Dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang *internet marketing* tapi lebih dari itu. Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM yang bermain dalam media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dengan menggunakan Aplikasi media sosial yang tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya. Keberadaan UMKM menjadi sangat penting dan memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia yang dapat menyelamatkan Indonesia dari keterpurukan atau krisis perekonomian yang ada. Akses untuk memasuki sektor informal dalam UMKM relatif sangat terbuka, terutama bagi mereka yang mampu melihat peluang usaha yang dilihat dari kebutuhan/keinginan sekelompok pembeli (segmen pasar) (Nitisusastro, 2009).

IPEMI PC Kuranji adalah organisasi yang menghimpun semua pengusaha muslimah yang berada pada kecamatan Kuranji kota Padang, tujuan dari organisasi ini adalah untuk dapat memberikan inspirasi, motivasi, dan ide kreatif baik dalam proses pemanfaatan *offline* ataupun *online market*. Pada penelitian ini dimana dalam ruang lingkup IPEMI PC Kuranji sangat mengupayakan anggotanya untuk terus mengikuti pelatihan yang berbasis online oleh karena itu peneleiti melakukan terapan kepada wanita pengusaha mulimah IPEMI PC KURANJI untuk membuka wawasan dalam *media online*. Pada dasarnya Kewirausahaan wanita dan pria pengusaha berbeda dimana Wanita cenderung mengejar tujuan terkait yang lebih erat dengan tujuan pribadi mereka, seperti kemampuan untuk menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan keluarga, sedangkan laki-laki lebih berorientasi untuk mencapai tujuan, Oleh karena itu, Walaupun wanita pengusaha lebih

cenderung terhadap tujuan pribadi, tetapi dengan semangat ulet, gigit, serta tekun dan pantang menyerahlah yang membuat wanita pengusaha tetap mampu menjaga eksistensinya di dunia bisnis sehingga mampu disejajarkan dengan pria pengusaha menurut (Meci Dkk, 2017: 15).

Digital marketing sangat dibutuhkan bagi wanita pengusaha muslimah di IPEMI PC Kuranji, mengingat rata-rata usia usaha yang telah mereka jalani ada yang lebih dari 20 tahun dan masih berkecukupan didalam dunia offline marketing, lamanya usaha yang dijalankan wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji merupakan salah satu pondasi yang memotivasi mereka untuk terus maju dan bergerak. Karena banyak sekali wanita pengusaha di IPEMI PC Kuranji yang mengeluh bahwa mereka takut untuk tenggelam dalam berbisnis mengingat banyak sekali pengusaha muda yang lebih aktif dan lebih peduli dalam dunia *online*. Dari data wawancara yang ditemukan di IPEMI PC Kuranji sekitar 40% bisnis *online* wanita pengusaha dibantu oleh anak mereka yang rentang usianya berkisar 15 tahun keatas dan aktif menggunakan media sosial karena usia wanita pengusaha berkisar dari 40 tahun keatas. Sedangkan 60% diantaranya adalah mereka yang memang sudah aktif dalam dunia online dan terus mengali ilmu dalam dunia *digital marketing* dan rata-rata usia mereka adalah di atas 25 tahun. Oleh karena itu dari hasil penelitian yang dilakukan secara pendekatan wawancara dapat dikatakan bahwa usia juga merupakan salah satu faktor mereka dalam melakukan *digital marketing*.

Pada penelitian ini peneliti memberikan materi tentang manfaat, dan juga bagaimana mengaplikasikan dunia digital marketing dengan menggunakan media sosial. Diantaranya penggunaan GMB atau *google my business*, instagram bisnis, facebook, dan tiktok bisnis. Kegunaan dari media sosial adalah membawa wanita pengusaha paham dan mengerti bagaimana nantinya mengaplikasikan media sosial untuk usaha mereka, selain itu kegunaan dalam mengaplikasikan media sosial bagi usaha wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji adalah agar usaha wanita pengusaha diakui di dunia online dan ditemukan keberadaan bisnis mereka didunia online dan begitu banyaknya pelancong yang singah ke Sumatera Barat serta secara garis besar rata-rata wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji berada pada dunia kuliner dan handscarft yang mengaplikasikan produknya pada budaya minang.

*Online marketing* Memaksimalkan interaksi yang menguntungkan wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji dengan merek, produk, ataupun situs web yang berada di Goggle seperti jejaring media sosial atau GMB yang secara kebetulan nantinya dikunjungi oleh target *audiens* dari usaha IPEMI PC Kuranji. Bentuk pemanfaatan media sosial ini kepada wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji adalah membangun pemasaran afiliasi online, co-branding dari usaha yang dijalankan. Adapun solusi dari penelitian ini adalah Pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran produk usaha. Selain itu disisipkan juga masukan berupa contoh UMKM yang telah memanfaatkan digital marketing terkait salah satunya took peneliti sendiri yang berada pada dunia online selain manfaatnya diketahui oleh pencari produk kita tetapi juga memudahkan kita dalam memasarkan produk. Biasanya wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji memasarkan produknya dengan brosur, spanduk, bahkan baliho. Tetapi sekarang mereka bisa menggunakan media digital marketing yang memudahkan mereka dalam memasarkan produk yaitu dengan cara beriklan secara online sehingga biaya iklanpun juga lebih murah dan tepat sasaran sesuai dengan target marketnya.

Pada dasarnya bermain dalam dunia digital sama halnya dengan bermain usaha dalam dunia *offline*. Dimana Pelaku bisnis harus mempunyai etika didalam berbisnis agar nantinya dapat menjaga alur dan juga persaingan terhadap competitor. Etika bisnis mempunyai banyak kegunaan antara lain adalah menciptakan sikap yang jujur, adil, transparansi, dan sikap saling menghargai dalam proses menjalankan bisnis. Dengan adanya etika bisnis maka akan terjalin hubungan yang harmonis antara pelaku bisnis dengan pesaing, pelaku bisnis dengan konsumen, dan pelaku bisnis dengan karyawannya dan begitu juga sebaliknya (Meci, Dkk. 2017:6). Prilaku etis didalam berbisnis inilah yang nantinya dapat membantu para UMKM terutama di lingkup IPEMI PC Kuranji.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. Di era sekarang ini pada covid-19 digital marketing adalah salah satu hal yang harus diperhatikan karena begitu banyak manfaat positif yang didapat baik dari segi pemasaran, beriklan, branding dan juga menemukan konsumen didunia online.
2. UMKM adalah salah satu faktor yang dapat meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya kecamatan Kuranji, ada 9 kelurahan yang mempunyai usaha beragam dan oleh karena itu peranan dalam digital marketing sangat dibutuhkan bagi UMKM di kecamatan Kuranji khususnya wanita pengusaha muslimah IPEMI PC Kuranji. Dengan adanya produktivitas dan jual beli masyarakat dalam dunia online akan membantu menaikkan perekonomian dan menjadikan kuranji salah satu destinasi dalam pencarian produk-produk minang yang berkualitas nantinya dari pelancong yang singgah ke Kuranji kota Padang.
3. IPEMI PC Kuranji adalah salah satu wadah yang memberikan pelatihan baik bersifat digital maupun offline dan setelah melakukan pelatihan pada penelitian ini berbagai jenis usaha dari wanita pengusaha di IPEMI PC Kuranji sudah beranjak maju dan berkembang yang dimana rata-rata usahanya sudah mulai berada pada dunia online baik dalam pemanfaatan GMB, Facebook, Instagram, maupun Tiktok shop. Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini mempunyai dampak yang besar bagi kemajuan usaha dari wanita pengusaha IPEMI PC Kuranji.

### Saran

Perlu untuk ditingkatkan digital marketing bagi para wanita pengusaha Indonesia khususnya IPEMI PC Kuranji dan selalu dipantau bahkan diberikan pendekatan yang lebih spesifik untuk ilmu digital marketing sehingga hasil yang didapat dari pelatihan sebelumnya tidak hilang begitu saja. Dan penerapan digital marketing ini peneliti harapkan terus berkembang bukan hanya di daerah kuranji tapi diwilayah yang kecamatan kota padang lainnya sehingga pemerataan perekonomian dan juga digital marketing dapat diterapkan dimana saja dan kapan saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka pelajar
- Mc. Millan, James dan Sally Schumacer.1997. *tt. Research in Education; A Conceptual Introduction* (Terjemahan). London: Longman.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2009. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta
- Sari, Meci nilam. Dkk. 2017 *Wanita Pengusaha dan Pemberdayaan UMKM Bandung*: Budhimulia
- Sari, Meci nilam. Dkk, 2017, *Etika Bisnis*, Bandung: UNPAD Press
- <https://taynarau.blogspot.com/2021/10/usaha-di-masa-pandemi-dan-permasalahan.html>
- <https://lakuuu.id/blog/strategi-umkm-di-masa-pandemi>

## Business Plan Analysis of the Business Feasibility Case Study

### Analisis Business Plan terhadap Studi Kasus Kelayakan Usaha

Diah Hafni Pardede <sup>1)</sup>; Siti Ramadhani Tanjung <sup>2)</sup>; Irdinansyah Goli <sup>3)</sup>; Amalul'izzi <sup>4)</sup>; Suhairi <sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: <sup>1)</sup> [diahhafni25@gmail.com](mailto:diahhafni25@gmail.com); <sup>2)</sup> [suhairi@uinsu.ac.id](mailto:suhairi@uinsu.ac.id)

**How to Cite :**

Pardede, D. H., Tanjung, S. R., Goli, Amalul'izzi, Suhairi,. (2022) Financial Aspect Analysis in Business Feasibility Studies. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

**ARTICLE HISTORY**

Received [22 Desember 2021]  
Revised [30 Desember 2021]  
Accepted [10 Januari 2022]

**KEYWORDS**

*Business Plan, Strategy, Feasibility, Planning, Market.*

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



**ABSTRAK**

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana standarisasi business plan yang baik terhadap kelayakan usaha. Studi kelayakan usaha diperlukan untuk melihat sebuah gambaran mengenai layak atau tidak layaknya suatu usaha yang akan dijalankan, dan dapat berkembang pesat atau tidak. Untuk itu penulis ingin menganalisis business plan terhadap studi kasus kelayakan bisnis dalam hal ini penulis menggunakan analisis kelayakan melalui beberapa aspek yaitu, aspek perencanaan, pelaksanaan serta pangsa pasar bisnis, Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan analisis swot dan mengumpulkan beberapa temuan dari literatur. Maka diperoleh beberapa hasil dari penelitian analisis business plan terhadap studi kasus kelayakan bisnis adalah jika suatu bisnis ingin dikatakan layak dalam business plan nya seorang owner harus dengan matang memikirkan bagaimana strategi bisnis dari beberapa aspek agar business plan yang akan dijalani dapat dikatakan layak.

**ABSTRACT**

*This article aims to find out how to standardize a good business plan on business feasibility. A business feasibility study is needed to see a picture of whether or not a business is appropriate to be run, and whether it can grow rapidly or not. For this reason, the author wants to analyze plain business against a business feasibility case study, in this case the author uses a feasibility analysis through several aspects, namely, aspects of planning, implementation and business market share, using descriptive research methods. The data collection method used swot analysis and collected some findings from the literature. So some results obtained from business plan analysis research on business feasibility case studies are that if a business wants to be said to be feasible in its business plan, an owner must carefully think about how the business strategy from several aspects so that the business plan that will be carried out can be said to be feasible..*

## PENDAHULUAN

Dalam memulai suatu usaha kita harus mempunyai business plan yang matang agar usaha kita dapat bersaing di pasaran dan dikatakan layak. Tetapi realita dilapangan menunjukkan bahwa banyak ide/gagasan-gagasan bisnis hebat dan ide-ide orisinil yang justru lahir dari para kawula muda tetapi tidak dikemas dengan baik sehingga nantik jika usaha sudah dijalankan kelayakan busahnya dapat diragukan. Tetapi kalau peluang atau kemampuan ini dikemas dengan baik dan mampu dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dikemas sebagai rencana usaha/bisnis yang

layak dan mampu diterapkan ke dalam sebuah bisnis riil, tentunya akan banyak memberi manfaat bagi para kawula muda sendiri dan sekaligus memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungannya. Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah membuat sebuah perencanaan usaha/bisnis yang matang dan realistis. Apapun jenis usaha yang akan kita jalankan.

Kondisi persaingan usaha sekarang ini semakin ketat, baik sektor produksi maupun jasa. Berdasarkan kondisi tersebut, kita harus mampu berpikir kreatif dan inovatif dalam membaca peluang bisnis. Dalam menyikapi suatu peluang bisnis, pemilihan dan penerapan strategi bisnis yang tepat serta analisis kelayakan bisnis sangat diperlukan untuk memperoleh hasil sesuai dengan harapan.

Analisis kelayakan merupakan perencanaan dan perhitungan yang sangat spesifik, didalam penyusunannya harus menggambarkan dengan jelas karakteristik bisnis yang sedang atau akan dilaksanakan. Rencana yang di susun dengan tepat dan cermat akan sangat membantu dalam pengambilan keputusan, arah bisnis dan cara mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan harapan.

Kelayakan usaha suatu bisnis dapat di lihat dari bagaimana business plan nya, bagaimana seorang owner memikirkan keberlangsungan usahanya. Terdapat beberapa aspek dalam memenuhi kriteria kelayakan usaha diantaranya, suatu bisnis harus mampu memenuhi aspek pasar, aspek teknik produksi, aspek manajemen, serta yang paling penting adalah aspek keuangan suatu usaha.

Artikel ini mencoba mengupas tentang analisis business plan terhadap studi kelayakan usaha, dengan harapan dapat digunakan sebagai pengetahuan ataupun menyiapkan langkah awal bagaimana untuk menggali, menumbuhkan ataupun menjaring ide-ide atau gagasan bisnis dan sekaligus menuangkannya dalam sebuah rencana usaha/bisnis. Studi kelayakan usaha diperlukan untuk melihat sebuah gambaran mengenai layak atau tidak layaknya suatu usaha yang akan dijalankan, dan dapat berkembang pesat atau tidak.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Business Plan

1. Menurut Hisrich and Peters, bisnis plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai suatu usaha.
2. Sedangkan menurut Richard L. Daft dalam bukunya Management menyebutkan bahwa business plan adalah dokumen yang merincikan detail-detail bisnis yang disiapkan oleh seorang wirausahawan sebelum membuka sebuah bisnis baru, Daft (2007: 265).
3. Menurut Bygrave, 1994 : 441 (dalam Buchari Alma, 2006 : 198) mendefinisikan Business Plan sebagai dokumen yang disediakan oleh enterpreuner yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan.
4. Menurut Megginson (2000), Business plan adalah suatu rencana tertulis yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan, Business Plan adalah dokumen penting dan sangat berguna bagi sebuah bisnis, yang memperlihatkan keadaan sekarang dan masa depan yang dikehendaki .

Jadi perencanaan bisnis ini atau business plan merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis/business plan merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis sangat erat hubungannya dengan wirausaha, sebab perencanaan bisnis ini dibuat agar hasil penciptaan usaha yang dibuat mendekati dengan kenyataannya.

### **Pentingnya Bisnis Plan**

Sebenarnya tidak ada yang harus dalam pembuatan bisnis plan. masalahnya, ketika di dalam pikiran kita terbersit keinginan untuk membuat usaha, pasti akan terpikir juga usaha macam apa yang akan dibuat, sasaran pasarnya siapa, tempat lokasi strategisnya bagaimana, dan sederet rencana panjang yang bermunculan didalam otak kita. Dan ketika semua rencana, gagasan, dan ide tadi hanya berputar-putar didalam otak, maka kemungkinan akan terdistorsi ide lain, kehilangan fokus, melewati hal yang seharusnya mendapat perhatian lebih, ujung-ujungnya adalah kita bingung harus mulai dari mana, atau kalau sudah berjalan kita kehilangan arah karena ternyata rencana tadi tidak bisa jalan. Berbeda jika kita menuliskan semua rencana tadi dalam bentuk bisnis plan yang baik. Kita akan mudah melihat ulang, orang lain yang kita sodori juga bisa melihat sisi lebih dan kurangnya. Sehingga misalnya pun dia menolak bekerjasama, kita bisa dengan mudah memperbaikinya, karena semua tercatat dengan sistematis. Intinya, kita tidak harus memulai setiap kali dari awal lagi. Ada beberapa alasan mengapa bisnis plan perlu dibuat, yaitu:

- a. Business Plan adalah blueprint usaha anda, yang akan anda dan karyawan serta pihak-pihak yang bekerja sama dengan anda dalam operasionalnya. Dia akan membantu anda tetap kreatif dan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Business Plan merupakan alat untuk mencari dana, sehingga berhasil dalam bisnis.
- c. Business Plan adalah sarana komunikasi untuk menarik orang lain, pemasok, konsumen, dan penyandang dana. Business plan akan membuat mereka mengerti tujuan dan cara operasional bisnis anda.
- d. Rencana bisnis anda ini akan mempermudah anda menjalankan usaha dengan mengetahui langkah-langkah praktis menghadapi persaingan, membuat promosi, sehingga lebih efektif.
- e. Membuat pengawasan lebih mudah dalam operasionalnya, apakah mengikuti atau sesuai dengan rencana atau tidak.

### **Pengertian Studi Kelayakan Usaha**

1. Pengertian Studi Kelayakan Usaha Menurut Umar (2005: 8) studi kelayakan usaha merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.
2. Johan Suwinto (2011) mengatakan studi kelayakan adalah mengkaji secara komperatif dan mendalam terhadap kelayakan suatu usaha. Usaha yang dikatakan layak atau tidak layak dijalankan dapat dilihat dari hasil perbandingan dari faktor ekonomi yang dialokasikan kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya atau pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut.
3. Menurut Ibrahim dalam Gumelar (2011), studi kelayakan usaha adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek.
4. Sedangkan menurut Kadariah, Kahlien dan Clive (1999), proyek sebagai suatu keseluruhan aktivitas yang menggunakan sumber-sumber untuk mendapatkan kemanfaatan (benefit), atau suatu aktivitas di mana dikeluarkan uang dengan harapan untuk mendapatkan hasil (return) di waktu yang akan datang dan dapat direncanakan, dibiayai dan dilaksanakan sebagai satu unit.
5. Menurut Kasmir dan Jakfar studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan.
6. Menurut Umar studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru.

Agar studi kelayakan usaha ini dapat mencapai sasaran dari berbagai pihak, tentu saja harus memenuhi beberapa persyaratan berikut :

1. Studi harus dilakukan dengan teliti dan dengan penuh kehati-hatian.
2. Studi harus dilakukan dengan dukungan data yang lengkap.
3. Studi harus dilakukan dengan kejujuran dan ketulusan hati.
4. Studi harus dilakukan dengan obyektif.
5. Studi harus dilakukan dengan adil, tidak memihak kepentingan tertentu.
6. Studi harus dapat diuji ulang jika diperlukan untuk menguji kebenaran hasil studi

Berdasarkan pengertian dan beberapa aspek tersebut dapat dipahami bahwa studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek, baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, sampai dengan aspek manajemen dan keuangan, yang digunakan sebagai dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan, ditunda, atau bahkan tidak dijalankan.

Analisis kelayakan suatu usaha merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide usaha layak untuk dilaksanakan atau tidak. Kegiatan penyusunan kelayakan suatu usaha tidak hanya dilakukan pada saat ada ide untuk merintis usaha yang benar-benar baru, tetapi studi kelayakan usaha juga diperlukan ketika pelaku usaha akan melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Merintis usaha baru
- b. Mengembangkan usaha yang sudah ada
- c. Memilih jenis usaha untuk investasi

### **Tujuan Studi Kelayakan Usaha**

Ketika ingin mengetahui kelayakan usaha kita, tentunya kita harus mengetahui tujuannya. Dalam hal ini Kasmir dan Jakfar, (2003: 20) mengatakan "paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan", yaitu:

1. Menghindari resiko kerugian. Untuk mengatasi resiko kerugian pada masa yang akan datang harus ada semacam kondisi kepastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau terjadi tanpa dapat diramalkan. Fungsi studi kelayakan adalah meminimalkan resiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan perencanaan. Apabila sudah dapat meramalkan yang akan terjadi pada masa yang akan datang, kita dapat melakukan perencanaan dan hal-hal yang perlu direncanakan.
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan usaha. Pedoman yang telah tersusun secara sistematis, menyebabkan usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.
4. Memudahkan pengawasan. Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana yang sudah disusun, akan memudahkan kita untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.
5. Memudahkan pengendalian. Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah mengendalikan agar tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

### **Tahapan Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan metode ilmiah. Salah satu syarat metode ilmiah adalah sistematis. Penyusunan studi kelayakan bisnis sebagai salah satu metode ilmiah pada umumnya meliputi beberapa langkah kegiatan, yaitu :

*Penemuan Ide*

Agar dapat menghasilkan ide proyek yang dapat menghasilkan produk laku untuk dijual dan menguntungkan diperlukan penelitian yang terorganisasi dengan baik serta dukungan sumber daya yang memadai. Jika ide proyek lebih dari satu, dipilih dengan memperhatikan:

1. ide proyek sesuai dengan kata hatinya
2. pengambil keputusan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis
3. keyakinan akan kemampuan proyek menghasilkan laba.

*Tahap Penelitian*

Setelah ide proyek terpilih, dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan metode ilmiah:

1. Mengumpulkan data
2. Mengolah data
3. Menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data
4. Menyimpulkan hasil
5. embuat laporan hasil

*Tahap Evaluasi*

Evaluasi yaitu membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria yang bersifat kuantitatif atau kualitatif. Ada 3 macam evaluasi:

1. mengevaluasi usaha proyek yang akan didirikan
2. mengevaluasi proyek yang akan dibangun
3. mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasionalkan secara rutin

Dalam evaluasi bisnis yang akan dibandingkan adalah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang akan diperkirakan akan diperoleh.

1. *Tahap Pengurutan Usulan yang Layak*

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak, perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi jika dibanding usulan lain berdasar kriteria penilaian yang telah ditentukan.

2. *Tahap Rencana Pelaksanaan.*

Setelah rencana bisnis dipilih perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari penentuan jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga perencana, ketersediaan dana dan sumber daya lain serta kesiapan manajemen.

3. *Tahap Pelaksanaan*

Dalam realisasi pembangunan proyek diperlukan manajemen proyek. Setelah proyek selesai dikerjakan tahap selanjutnya adalah melaksanakan operasional bisnis secara rutin. Agar selalu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan, dalam operasional perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis dari fungsi keuangan, pemasaran, produksi dan operasi

Rencana bisnis (*business plan*) adalah dokumen tertulis yang mendeskripsikan masa depan bisnis yang akan dimulai. Rencana ini meliputi apa, bagaimana, kapan, siapa dan mengapa sebuah bisnis dijalankan. Rencana bisnis pada umumnya terdiri dari :

1. Tujuan bisnis
2. Strategi yang digunakan untuk mencapainya
3. Masalah potensial yang kira-kira akan dihadapi dan cara mengatasinya
4. Struktur organisasi (termasuk jabatan dan tanggung jawab)
5. Jadwal waktu pelaksanaan pekerjaan
6. Modal yang diperlukan untuk membiayai perusahaan dan bagaimana mempertahankannya untuk mencapai *break even point* (BEP)

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, melalui Metode pengumpulan data menggunakan analisis swot dan mengumpulkan beberapa temuan dari literatur, diskusi kritis dari sudut pandang penulis, serta

dukungan untuk pencarian literatur, kutipan, pendapat ahli, dan hasil penelitian sebelumnya tentang topik ini. Mereka sedang dibahas oleh penulis. Guna untuk mencari tahu tentang Analisis Business Plan Dalam Studi Kelayakan Bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil literatur serta analisis swot yang didapat penulis maka ditemukan beberapa aspek business plan yang berpengaruh kepada studi kelayakan usaha. Analisis Usaha/ Bisnis

Salah satu alat untuk menganalisis layak tidaknya suatu investasi dimulai atau dikembangkan business plan yang layak agar terciptanya Studi kelayakan usaha yang baik. Beberapa kriteria yang dapat dijadikan aspek penilaian suatu business plan yang layak;

- a. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) dalam hal membangun plan business, ketersediaan SDM-nya, yaitu manajer proyek dan staf proyek hendaknya dikaji secara cermat. Kesuksesan suatu perencanaan dan pelaksanaan pembangunan sebuah proyek bisnis sangat tergantung pada SDM yang solid, yaitu manajer dan timnya. Membangun sebuah tim yang efektif merupakan suatu kombinasi antara seni dan ilmu pengetahuan. Dalam membangun sebuah tim yang efektif, pertimbangan harus diadakan bukan hanya pada keahlian teknis para manajer atau anggota tim semata, tetapi juga pada peranan penting mereka dan keselarasan mereka dalam bekerja.
- b. Aspek Pasar, maksudnya adalah di dalam business plan sudah mencakup penjelasan atau strategi untuk produk yang akan dipasarkan, peluang pasar, permintaan dan penawaran, harga, segmentasi pasar, pasar sasaran, ukuran pasar, perkembangan pasar, struktur pasar dan strategi pesaing.
- c. Aspek Teknik Produksi/Operasi, maksudnya adalah di dalam business plan sudah mencakup penjelasan meliputi lokasi, gedung bangunan, mesin dan peralatan, bahan baku dan bahan penolong, tenaga kerja, metode produksi, lokasi dan layout pabrik, atau tempat usaha.
- d. Aspek Manajemen, maksudnya adalah di dalam business plan sudah mencakup penjelasan meliputi organisasi, aspek pengelolaan, aspek tenaga kerja, aspek kepemilikan, aspek yuridis, aspek lingkungan dan sebagainya. Aspek yuridis dan lingkungan perlu menjadi bahan analisis sebab perusahaan harus mendapat pengakuan dari berbagai pihak dan harus ramah lingkungan.
- e. Aspek Keuangan/Finansial, maksudnya adalah di dalam business plan sudah mencakup penjelasan mengenai sumber dana, penggunaan dana, proyeksi biaya, proyeksi pendapatan, proyeksi keuntungan dan proyeksi aliran kas (cash flow).
- f. Aspek kemanfaatan yang dimaksud disini adalah bahwa business plan yang dikerjakan tersebut nantinya diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat dan juga telah turut membantu menyukseskan program pemerintah dalam pembangunan. Aspek ini dimaksudkan untuk meyakini apakah secara yuridis rencana bisnis dapat dinyatakan layak atau tidak. Jika suatu rencana bisnis yang tidak layak tetap direalisasikan, bisnis berisiko besar akan dihentikan oleh pihak yang berwajib atau oleh masyarakat. Dalam aspek ini menyangkut siapa pelaksana bisnis, bisnis apa yang dilaksanakan, waktu pelaksanaan bisnis, dimana bisnis dilaksanakan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat diambil kesimpulan bahwa rencana pengembangan usaha dinyatakan layak untuk dilakukan sesuai Aspek SDM, Aspek pasar dan pemasaran, Aspek manajemen dan organisasi, Aspek keuangan serta Aspek Kemanfaatan menunjukkan bahwa Business Plan memenuhi studi kelayakan usaha

Studi kasus kelayakan usaha merupakan cara untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memulai suatu bisnis atau usaha. Dalam memulai usaha banyak yang harus diperhatikan, mulai dari lokasi, barang yang akan di gunakan untuk usaha, sasaran atau objek yang akan menerima barang, dana yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha tersebut. Sehingga perlunya studi kelayakan usaha.

Didalam melakukan usaha atau bisnis harus diperhatikan hal-hal yang yang penting, antara lain: tujuan kelayakan usaha, pihak yang berkepentingan seperti pemilik perusahaan, investor atau pemberi dana, masyarakat dan pemerintah, serta perlunya mengetahui aspek-aspek mengenai kelayakan usaha, yaitu : Aspek Sumber daya manusia, produksi, pemasaran, teknis, keuangan, kemanfaatan barang, kesempatan kerja, manajemen, lingkungan, social, ekonomi, dan politik. Agar nantinya dalam berwirausaha berjalan lancar dan sesuai dengan target atau tujuan yang kita inginkan sehingga menjadi wirausaha yang sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

Nurmalina, Rita. Tintin Sarianti dan Arif Karyadi. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Bogor : Departemen Agribisnis FEM-IPB.

Roefeliana Insani, 2007 Analisis Kelayakan Finansial Produk Madu dalam Kemasan Sachet, Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Husein Umar. 2005. Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Gumelar Galuh ,2011 Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi Mobil di wilayah kota Bogor, Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Ahmad Subagyo. 2008. Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Kasmir dan Jakfar. 2007. Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 2. Kencana, Jakarta.

Afandi, Analisis Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Usaha Distribusi Pt. Aneka Andalan Karya. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.

Somantri, Soma. 1999. Bussines Plan/Studi Kelayakan Usaha. Bandung : FPIPS-UPI.

Umar, Husen. 1997. Studi Kelayakan Bisnis : Manajemen, Metoda, Kasus. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Suryono. 2000. Studi Kelayakan Usaha. Jakarta. Moerdiyanto. 2008. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta : Fakultas Sosial Ekonomi UNY..

# Analysis Of Understanding Of Msme Activities In The Preparation Of Financial Statements Based On Sak EMKM And Cooperatives (Case Study Of Msmes In Ratu Agung District, Bengkulu City)

## Analisis Pemahaman Pelaku Umkm Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Sak EMKM Dan Koperasi (Studi Kasus Umkm Di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu)

Elisa Fitri <sup>1)</sup>; Neri Susanti <sup>2)</sup>; Tito Irwanto <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Study Program of Accounting Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Accounting, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [elisafitri9999@gmail.com](mailto:elisafitri9999@gmail.com); <sup>2)</sup> [nearrysanti@gmail.com](mailto:nearrysanti@gmail.com); <sup>2)</sup> [titoirwanto@unived.ac.id](mailto:titoirwanto@unived.ac.id)

### How to Cite :

Fitri, E., Susanti, N., Irwanto, T. (2022). Analysis Of Understanding Of Msme Activities In The Preparation Of Financial Statements Based On Sak EMKM And Cooperatives (Case Study Of Msmes In Ratu Agung District, Bengkulu City). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [10 Januari 2022]

### KEYWORDS

UMKM, Financial Reports, SAK EMKM

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 pemahaman pelaku UMKM dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan Koperasi pada UMKM di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu. Alat pengumpulan data dilakukan secara dokumentasi dan wawancara tidak terstruktur. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif menurut Miles dan Huberman. Hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemahaman pelaku UMKM dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan Koperasi pada UMKM di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu khususnya di Kelurahan Sawah Lebar kota Bengkulu maka dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM belum terlalu memahami mengenai laporan keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM dan Koperasi. Dari 10 UMKM yang diwawancarai, mereka hanya membuat laporan sederhana seperti pencatatan nota penjualan dalam satu hari dan tidak ada membuat rekap pelaporan keuangan selama satu bulan dan satu tahun. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pembuatan laporan keuangan. Para pelaku UMKM belum melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan asset usaha karena mereka beranggapan bahwa asset yang mereka miliki masih kecil dan tidak perlu adanya pemisahan dengan asset yang digunakan untuk usaha.

### ABSTRACT

Data collection tools were carried out by means of documentation and unstructured interviews. The analytical method used is descriptif analysis. The results of research and discussion regarding the understanding of MSME actors in preparing financial statements based on SAK EMKM and Cooperatives on MSMEs in Ratu Agung District, Bengkulu City, especially in the Sawah Lebar sub-district, Bengkulu city, it can be concluded that MSME actors do not really understand financial statements in accordance with SAK EMKM and Cooperative. Of the 10 MSMEs interviewed, they only made simple reports such as recording sales notes in one day and did not make a recapitulation of financial reporting for one month and one year. This is

*due to the low level of understanding of MSME actors towards the preparation of financial reports. MSME actors have not separated personal wealth from business assets because they think that the assets they have are still small and there is no need for separation from assets used for business.*

## PENDAHULUAN

Rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap laporan keuangan disebabkan karena mereka menganggap bahwa usaha mereka masih dalam bentuk skala yang kecil dan mereka tidak memerlukan adanya pemisahan kekayaan antara kekayaan pribadi dan harta usaha. Hal inilah yang menyebabkan pelaku usaha malas untuk membuat laporan keuangan. Para pelaku UMKM hanya mencatat jumlah transaksi penjualan dan pengeluaran saja.

Mayoritas UMKM hanya melakukan pencatatan tentang jumlah dana yang diterima dan biaya yang dikeluarkan, keluar masuknya barang dan jumlah utang atau piutang yang dimiliki. Hal tersebut disebabkan oleh banyak hal yaitu kurangnya pemahaman dari UMKM dalam bidang akuntansi, tidak memiliki tenaga ahli yang dapat melakukan pembukuan sesuai standar, adanya persepsi bahwa pembukuan tidak penting dalam usahanya, persepsi bahwa akuntansi terlalu rumit untuk dilakukan hingga tidak ada pemisahan dana pribadi dan dana yang digunakan dalam proses bisnis. Oleh karena itu, mereka tidak mau untuk menerapkan pembukuan.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan dengan cara mewawancari beberapa orang pelaku UMKM di kelurahan Sawah Lebar ditemukan bahwa kebanyakan UMKM tidak membuat laporan keuangan lengkap dan hanya mencatat pengeluaran dan pendapatan harian saja secara sederhana. Sementara untuk perhitungan rugi laba juga tidak diketahui karena tidak adanya pencatatan laporan keuangan yang terperinci. Para pelaku UMKM hanya terfokus kepada jumlah penjualan setiap hari. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dari para pelaku UMKM dalam memahami laporan keuangan dan juga tidak adanya tenaga kerja atau karyawan yang memahami tentang laporan keuangan. Selain itu juga disebabkan karena pelaku UMKM merasa laporan keuangan tidak mereka butuhkan karena mereka tidak memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil judul penelitian ini dengan judul "Analisis Pemahaman Pelaku UMKM dalam Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM dan Koperasi (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu)

## LANDASAN TEORI

### Pemahaman

Pemahaman akuntansi sangat diperlukan oleh pengelola usaha dalam menjalankan operasional perusahaan. Motivasi untuk mempelajari tentang Pemahaman akuntansi akan meningkatkan pemahaman manajer atau pemilik dalam menerapkan akuntansi dalam perusahaan (Bedard dan Chi, 2015:99). Pemahaman akuntansi dalam penelitian ini terdiri dari pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural.

### Laporan Keuangan

Kasmir (2015:66) berpendapat bahwa: "Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu." Laporan keuangan merupakan suatu kewajiban dari perusahaan untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode atau satu tahun.

## Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) dan Koperasi

SAK EMKM dan koperasi adalah kepanjangan dari Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah Makro yang dirancang secara khusus sebagai patokan standar akuntansi keuangan pada UMKM. Standar Keuangan ini disusun dan disahkan oleh IAI atau Ikatan Akuntasi Indonesia sebagai sebuah organisasi profesi yang menaungi seluruh akuntan di Indonesia dilansir dari [iaiglobal.or.id](http://iaiglobal.or.id). SAK EMKM ini merupakan salah satu dorongan kepada pengusaha-pengusaha di Indonesia agar dapat berkontribusi secara signifikan dalam pengembangan UMKM yang lebih maju. Mengapa hal ini sangat dibutuhkan untuk usaha terutama UMKM? Karena laporan keuangan merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha. Pasti setiap pengeluaran dan pemasukkan harus jelas dan harus seimbang agar usaha bisa lebih maju lagi.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:103), analisis data adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif tentang pemahaman pemahaman pelaku UMKM dalam penusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan koperasi, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa meskipun ada beberapa poin yang telah dipahami, tetapi secara keseluruhan pemahaman pelaku UMKM di Kelurahan Sawah Lebar atas laporan keuangan masih kurang baik. Terbukti bahwa masih ada beberapa responden yang tidak mengetahui siklus akuntansi, tidak mengetahui standar akuntansi untuk UMKM serta rata-rata laporan keuangan yang dipahami hanya laporan laba rugi karena menurutnya yang terpenting dalam usaha adalah dapat mengetahui perkembangan usahanya dan salah satu cara mengukur perkembangan usaha adalah melihat laba usahanya melalui laporan laba rugi.

Menurutnya laporan laba rugi berguna untuk kepentingan pajak dan untuk pengajuan kredit atau pembiayaan di Bank sebagai tambahan modal. Masih ada beberapa responden belum mengetahui bahkan belum paham bahwa berdasarkan standar akuntansi yang berlaku mengharuskan entitas menyusun laporan laba rugi, laporan perubahan modal, neraca, laporan mutasi kas dan catatan atas laporan keuangan setiap akhir periode. Peneliti menyimpulkan bahwa pemahaman pelaku UMKM di Sawah Lebar dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan karena berdasarkan hasil penelitian responden dengan latar belakang pendidikan SD dan SMP belum memahami tentang siklus akuntansi, standar akuntansi untuk UMKM bahkan konsep penjurnalan transaksi saja belum memahami terbukti dengan hasil wawancara.

Penelitian (Febrianty & Divianto, 2017) juga menyatakan bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya laporan keuangan dipengaruhi oleh faktor informasi dan sosialisasi yang diperoleh pelaku usaha, latar belakang pendidikan, lamanya menjalankan usaha dan ukuran usaha yang dijalankan. Faktor terpenting dalam suatu perusahaan salah satunya adalah laporan keuangan karena laporan keuangan menjadi indikator atau petunjuk bagi perusahaan untuk menilai kinerja dari usaha yang dijalankan.

Maka dari itu perusahaan harus membuat laporan keuangan termasuk di dalamnya sebuah UMKM. Ketika UMKM memiliki laporan keuangan yang sesuai standar akuntansi yang berlaku maka akan berpengaruh terhadap kemampuannya dalam mengakses lembaga keuangan (Yanto et al., 2017). Menurut (Risal et al., 2020) pemahaman yang memadai tentang tujuan usaha sangat dibutuhkan jika perusahaan mau maju. Salah satunya yaitu pemahaman tentang pentingnya akuntansi dan laporan keuangan, karena laporan keuangan adalah alat untuk mengetahui kinerja perusahaan dari segi keuangan. Jika pelaku usaha memiliki pemahaman akuntansi yang baik maka mereka cenderung akan memiliki persepsi bahwa dengan menyusun laporan keuangan itu sangat penting untuk mengetahui perkembangan usahanya.

Pemahaman akuntansi seorang pelaku UMKM berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangannya. Ketika seorang pelaku UMKM memiliki pemahaman akuntansi yang baik dengan didukung pengalaman serta latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidangnya maka laporan keuangannya juga akan baik. Pernyataan di atas mendukung hasil penelitian oleh (Risal et al., 2020) yang menyatakan bahwa upaya yang bisa dilakukan pelaku UMKM di Indonesia dalam meningkatkan pemahaman akuntansi adalah dengan cara mengikuti program pendidikan atau pelatihan akuntansi baik formal maupun non formal. Dengan begitu dapat meningkatkan kapabilitas pelaku UMKM dalam menyusun sebuah laporan keuangan usahanya.

Hal tersebut juga didukung hasil penelitian (Kusuma & Lutfiany, 2019) yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM diperlukan semacam program pelatihan atau pendampingan bagi para pelaku UMKM dalam hal mengelola keuangan dengan sistem akuntansi

Berdasarkan standar akuntansi menjelaskan bahwa penyajian wajar dari laporan keuangan yang mematuhi persyaratan dan pengertian laporan keuangan yang lengkap, apabila: penyajian wajar, kepatuhan terhadap standar akuntansi, kelangsungan usaha, frekuensi pelaporan, penyajian yang konsisten, informasi komparatif, materialitas dan agregasi, laporan keuangan lengkap, identifikasi laporan keuangan, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Penyajian Wajar

Tujuan pencatatan laporan keuangan bagi suatu usaha yakni untuk menyajikan secara wajar posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas usaha/perusahaan bisnis tersebut. Penyajian laporan keuangan perusahaan bisnis harus disajikan secara wajar, dalam artian penyajian yang dilakukan bersifat jujur atas pengaruh transaksi, peristiwa dan kondisi lain yang sesuai dengan definisi dan kriteria pengakuan aset, kewajiban, modal, penghasilan dan beban.

Penerapan standar akuntansi dengan pengungkapan tambahan jika diperlukan, menghasilkan laporan keuangan yang wajar atas posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas perusahaan. Pengungkapan tambahan diperlukan ketika kepatuhan atas persyaratan tertentu dalam standar keuangan tidak memadai bagi pemakai untuk memahami pengaruh dari transaksi tertentu, peristiwa dan kondisi lain atas posisi keuangan dan kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 UMKM yang membuat laporan keuangan dan itupun hanya sekedar pencatatan transaksi saja, sedangkan UMKM yang lainnya sama sekali tidak pernah melakukan pencatatan atas transaksi penjualan mereka.

Dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kelurahan Sawah Lebar masih belum memahami secara keseluruhan mengenai laporan keuangan, sehingga mereka membuat laporan keuangan sesuai kebutuhan usaha mereka tidak mengikuti aturan atau standar akuntansi yang ada. Apabila dilihat dari segi kewajaran penyajian laporan keuangan tentu saja hal tersebut masih belum dikatakan wajar karena mereka tidak memperhatikan tentang kriteria pengakuan aset, kewajiban, modal, penghasilan, dan beban.

## 2. Kepatuhan terhadap Standar Akuntansi

Perusahaan yang laporan keuangannya mematuhi standar akuntansi harus membuat suatu pernyataan eksplisit dan secara penuh atas kepatuhan tersebut dalam catatan atas laporan keuangan. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa ada 10 UMKM yang telah membuat laporan keuangan tetapi mereka belum mematuhi standar akuntansi, karena mereka tidak membuat pernyataan secara eksplisit dan secara penuh bahwa mereka telah mematuhi standar akuntansi di dalam catatan atas laporan keuangannya.

Dalam membuat laporan keuangan pun 10 UMKM yang membuat laporan keuangan tersebut tidak mengetahui tentang standar akuntansi dan hanya menghasilkan laporan keuangan yang sesuai kebutuhan usahanya. Jadi meskipun 10 UMKM telah membuat laporan keuangan tersebut, tetapi laporan keuangan tersebut tidak mematuhi standar akuntansi.

## 3. Kelangsungan Usaha

Pada saat menyusun laporan keuangan, manajemen perusahaan yang menggunakan standar akuntansi membuat penilaian atas kemampuan perusahaan melanjutkan kelangsungan usaha. Perusahaan mempunyai kelangsungan usaha kecuali jika manajemen bermaksud melikuidasi perusahaan tersebut atau menghentikan operasi, atau tidak mempunyai alternatif realistis kecuali melakukan hal-hal tersebut. Dalam membuat penilaian kelangsungan usaha, jika manajemen menyadari terdapat ketidakpastian yang material terkait dengan peristiwa atau kondisi yang mengakibatkan keraguan signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usaha, maka perusahaan harus mengungkapkan ketidakpastian tersebut. Ketika perusahaan tidak menyusun laporan keuangan berdasarkan asumsi kelangsungan usaha, maka fakta tersebut harus diungkapkan, bersama dengan dasar penyusunan laporan keuangan dan alasan mengapa perusahaan tidak dianggap mempunyai kelangsungan usaha. Apabila dilihat dari hasil wawancara dengan 10 UMKM yang membuat laporan keuangan dapat diketahui bahwa pemilik UMKM tersebut hanya berfokus mengelola bisnisnya dalam hal operasional kegiatan usaha.

## 4. Frekuensi Pelaporan

Perusahaan menyajikan secara lengkap laporan keuangan (termasuk informasi komparatif) minimum satu tahun sekali. Ketika akhir periode pelaporan perusahaan berubah dan pelaporan keuangan tahunan telah disajikan untuk periode yang lebih panjang atau lebih pendek dari satu tahun. Fakta yang ada di lapangan, sembilan UMKM ada yang melakukan pencatatan keuangan secara harian, mingguan, bulanan, bahkan ada yang kadang mencatat terkadang tidak, karena terbatasnya sumber daya manusia yang mereka miliki.

## 5. Penyajian yang Konsisten

Penyajian dan klasifikasi pos-pos dalam laporan keuangan antar periode harus konsisten kecuali terjadi perubahan yang signifikan atas sifat operasi perusahaan atau perubahan penyajian atau pengklasifikasian bertujuan menghasilkan penyajian lebih baik sesuai kriteria pemilihan dan penerapan kebijakan akuntansi dalam standar keuangan. Jika penyajian atau pengklasifikasian pos-pos dalam laporan keuangan diubah, maka perusahaan harus mereklasifikasi jumlah komparatif kecuali jika reklasifikasi tidak praktis.

Hasil wawancara dengan 10 UMKM menunjukkan bahwa dalam pencatatan keuangan sebagian besar UMKM belum konsisten dalam mencatat transaksi-transaksi dalam bisnis mereka. Hal tersebut karena mereka tidak terlalu memperhatikan aturan dan tata cara dalam mencatat keuangan, dan setiap UMKM mempunyai cara pencatatan yang berbeda-beda, tergantung kreatifitas pemilik UMKM tersebut.

## 6. Informasi Komparatif

Informasi harus diungkapkan secara komparatif dengan periode sebelumnya kecuali dinyatakan lain oleh standar keuangan (termasuk informasi dalam laporan keuangan dan catatan atas laporan keuangan). Perusahaan memasukkan informasi komparatif untuk informasi naratif dan deskriptif jika relevan untuk pemahaman laporan keuangan periode berjalan. Hasil wawancara dengan 10 UMKM memperlihatkan bahwa informasi dari pencatatan yang mereka lakukan, informasi yang dihasilkan tidak komparatif karena tidak ada standar dalam pencatatan keuangan yang mereka lakukan.

**7. Materialitas**

Pos-pos yang material disajikan terpisah dalam laporan keuangan sedangkan yang tidak material digabungkan dengan jumlah yang memiliki sifat atau fungsi yang sejenis. Kelalaian dalam mencantumkan atau kesalahan dalam mencatat suatu pos dianggap material jika, baik secara individual maupun bersama-sama, dapat mempengaruhi pengguna laporan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Besaran dan sifat unsur tersebut dapat menjadi faktor penentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 UMKM diketahui bahwa dalam membuat pencatatan keuangan, mereka tidak memperhatikan tingkat materialitas suatu transaksi. Mereka hanya mencatat transaksi tersebut sesuai dengan apa yang terjadi tanpa identifikasi lebih lanjut, tidak ada pemisahan pos-pos yang material dalam pencatatan keuangan yang mereka buat.

**8. Laporan Keuangan Lengkap**

Berdasarkan standar akuntansi mengenai laporan keuangan lengkap disebutkan bahwa laporan keuangan perusahaan meliputi: neraca, laporan laba/ rugi, laporan perubahan ekuitas yang juga menunjukkan (seluruh perubahan dalam ekuitas, atau perubahan ekuitas selain perubahan yang timbul dari transaksi dengan pemilik dalam kepastiannya sebagai pemilik), laporan arus kas, catatan atas laporan keuangan yang berisi ringkasan kebijakan akuntansi yang signifikan dan informasi penjelasan lainnya.

Hasil wawancara dengan 10 UMKM yang ada di Kelurahan Sawah Lebar diketahui bahwa belum terdapat UMKM yang membuat laporan keuangan, UMKM hanya melakukan pencatatan transaksi tanpa membuat laporan keuangan. Hal ini terjadi dikarenakan pelaku UMKM belum memahami mengenai pelaporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemahaman pelaku UMKM dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan Koperasi pada UMKM di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu khususnya di kelurahan Sawah Lebar kota Bengkulu maka dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM belum terlalu memahami mengenai laporan keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM dan Koperasi. Dari 10 UMKM yang diwawancarai, mereka hanya membuat laporan sederhana seperti pencatatan nota penjualan dalam satu hari dan tidak ada membuat rekap pelaporan keuangan selama satu bulan dan satu tahun. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pembuatan laporan keuangan. Para pelaku UMKM belum melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan asset usaha karena mereka beranggapan bahwa asset yang mereka miliki masih kecil dan tidak perlu adanya pemisahan dengan asset yang digunakan untuk usaha.

### Saran

1. Untuk pemilik UMKM di kelurahan Sawah Lebar kota Bengkulu untuk mulai memperhatikan pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi UMKM karena dengan

adanya pembuatan laporan keuangan maka UMKM dapat mengetahui besar kecilnya pendapatan yang diterima disetiap bulan dan setiap tahunnya sehingga perusahaan juga dapat mengetahui jumlah keuntungan yang dapat diperoleh setiap bulannya dan dapat dijadikan acuan untuk kedepannya.

2. Untuk Dinas Koperasi dan UMKM kota Bengkulu disarankan untuk memberikan pelatihan dan arahan kepada para UMKM agar UMKM mengerti dan memahami tentang pembuatan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi yang ada

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham, 2016. Analisis Kinerja Keuangan. Bandung: ALfabeta
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2015. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntansi Indonesia
- Kasmir, 2015. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Martani, Dewi. 2016. Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK. Jakarta: Salemba Empat
- Munawir, S. 2010. Analisis laporan Keuangan Edisi keempat. Cetakan Kelima. Belas. Yogyakarta: Liberty
- Mursyidi. 2015. Akuntansi Dasar. Bogor: Ghalia Indonesia
- Risal. 2020. Persepsi Pelaku UMKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara Vol. 3 No. 1
- Santiago, Mohammad David. 2021. Persepsi dan Pemahaman Pelaku Usaha Terhadap Pentingnya Laporan Keuangan pada UMKM. Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 9, Number 1
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung, Alfabeta
- Sulisti. Tanti. 2019. Analisis Tingkat Pemahaman Dan Kesiapan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (SAK EMKM). Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Tambunan. Tulus T.H. 2016. Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Warren, dkk. 2016. Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

## Financial Aspect Analysis in Business Feasibility Studies

### Analisis Aspek Keuangan dalam Studi Kelayakan Bisnis

Nur Hidayah Pulungan<sup>1)</sup>; Dwi April Yani Simangunsong<sup>2)</sup>; Roza Hayadi<sup>2)</sup>; Suhairi<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: <sup>1)</sup> [nhp270701@gmail.com](mailto:nhp270701@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [Dwiapriyanisss@gmail.com](mailto:Dwiapriyanisss@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [Hayadyroza1@gmail.com](mailto:Hayadyroza1@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [suhairi@uinsu.ac.id](mailto:suhairi@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Pulungan, N. H., Simangunsong, D. A. Y., Hayadi, R., Suhairi. (2021) Financial Aspect Analysis in Business Feasibility Studies. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [10 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Financial Aspects, Business, Business Feasibility Study.

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



#### ABSTRAK

Artikel ini berisi tentang seperti apa sajakah aspek keuangan berpengaruh dalam kelayakan bisnis. Yang dimana seperti yang kita ketahui bahwa Aspek Keuangan merupakan salah satu aspek yang sangat sangat penting dalam berjalan nya bisnis yang akan di jalankan oleh pebisnis tersebut. Dan dalam makalah ini penulis akan meneliti di dala aspek keuangan apa saja yang perlu di perhatikan dan di analisis guna untuk kepentingan studi kelayakan bisnis tersebut untuk perkembangan bisnis tersebut.

#### ABSTRACT

This article contains about what financial aspects have an effect on business viability. Which as we know that the Financial Aspect is one aspect that is very very important in the running of the business that will be run by the businessman. And in this paper the author will examine what financial aspects need to be considered and analyzed in order to study the feasibility of the business for the development of the business.

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era global saat ini sudah pasti akan sangat menentukan para pebisnis untuk untuk merubah pola pikir mereka itu mengikuti trend saat ini guna untuk mengembangkan usahanya dan pertumbuhan badan usaha tersebut. Berdasarkan perkembangan perekonomian Indonesia, sejak tahun 2006 telah dicanangkan ekonomi kreatif dengan program Indonesia Design Power. Namun keputusan Instruksi Presiden Republik Indonesia tentang pengembangan ekonomi kreatif baru diterbitkan pada tahun 2009. Dalam Rini dan Czafrani (2010) menyatakan bahwa ekonomi kreatif mencakup segala aspek yang bertujuan meningkatkan daya saing dengan menggunakan kreatifitas individu dari skala ekonomi. Menurut kementerian perindustrian "pertumbuhan ekonomi kreatif di indonesia setiap tahunnya meningkat sekitar tujuh persen, dan penyumbang nilai tambah tertinggi pada sektor ekonomi kreatif adalah subsektor kerajinan, fashion dan kuliner" (Munawaroh, 2017:2).

Perkembangan ekonomi kreatif mendorong setiap pelaku usaha untuk menyajikan produk yang memiliki daya saing tinggidan iconic sebagai nilai tambah dari produk tersebut. Suatu bisnis yang didirikan tidak serta merta berdiri hanya dengan spekulasi akan memperoleh keuntungan, melainkan perlu adanya sebuah analisis tentang kelayakan dari bisnis yang akan dijalankan.

Analisis kelayakan bisnis berfungsi sebagai filter untuk menentukan apakah sebuah ide bisnis layak dilanjutkan. Fungsi utamanya adalah sebagai alat penyelidikan bisnis (Wijatno, 2009). Pada awal perencanaan pendirian sebuah bisnis diperlukan adanya rencana keuangan. Rencana

keuangan memberi pengusaha sebuah gambaran lengkap mengenai bagaimana dan kapan dana datang dalam usaha, untuk apa dana dikeluarkan, berapa banyak jumlah kas tersedia dan posisi keuangan yang diproyeksikan (Hisrich, 2008:378). Perencanaan keuangan yang bagus merupakan salah satu unsur atau pun aspek yang dapat mempengaruhi perkembangan bisnis yang tengah dijalani oleh para pebisnis. Dari beberapa penjelasan diatas maka dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti tentang "Analisis Aspek Keuangan Dalam Studi Kelayakan Bisnis".

## LANDASAN TEORI

### Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut (Umar, 2009) adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidakditentukan.

Tujuan yang hendak dicapai dari konsep studi kelayakan bisnis menurut (Sofyan, 2003) , yaitu :

1. Bagi pihak investor : Studi kelayakan bisnis ditujukan untuk melakukan penilaian kelayakan terhadap suatu usaha atau proyek untuk membuat suatu keputusan investasi, karena sudah dikaji dari berbagai aspek. Seperti aspek pasar, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan manajemen, aspek lingkungan dan aspek finansial.
2. Bagi analisis : Studi kelayakan bisnis ini adalah alat yang digunakan untuk menunjang kelancaran tugas-tugas dalam melakukan penelitian terhadap suatu usaha baru, pengembangan usaha atau untuk menilai kembali usaha yang sudah berjalan.
3. Bagi masyarakat : Studi kelayakan bisnis dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian rakyat, secara langsung maupun yang muncul akibat adanya nilai tambah sebagai akibat dari adanya suatu usaha ataupun proyek.
4. Bagi pemerintah : Dari sudut pandang mikro, hasil dari studi kelayakan ini bagi pemerintah terutama untuk tujuan pengembangan sumberdaya baik dalam pemanfaatan sumber-sumber alam maupun pemanfaatan sumberdaya manusia, berupa penyerapan tenaga kerja, selain itu, adanya usaha baru atau berkembangnya usaha lama sebagai hasil dari studi kelayakan bisnis yang dilakukan oleh individu atau badan usaha tentunya akan menambah pemasukan pemerintah baik dari pajak pertambahan nilai (PPN) maupun dari pajak penghasilan (PPH) dan retribusi berupa biaya perizinan, biaya pendaftaran dan administrasi, dan lainnya yang layak diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Secara makro, pemerintah dapat berharap dari keberhasilan studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah ataupun nasional, sehingga tercapai pertumbuhan PDRB dan kenaikan income perkapita.

### Aspek-Aspek Yang Harus Dipertimbangkan Dalam Melakukan Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis yaitu guna untuk mengetahui kelayakan bisnis tersebut yang dimana aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis yaitu diantaranya:

1. Aspek pasar dan pemasaran.
2. Aspek teknis dan teknologi.
3. Aspek sumber daya manusia dan manajemen.
4. Aspek keuangan.
5. Aspek Keuangan dalam Analisis KelayakanBisnis
6. Pada pembahasan kali ini penulis akan membahas tentang analisis aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis

### Analisis Aspek Keuangan Pada Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Keuangan. Aspek keuangan pada studi kelayakan bisnis digunakan untuk menilai keuangan perusahaan yang meliputi, perolehan sumber dana, estimasi pendapatan dan jenis investasi beserta biaya yang dikeluarkan selama investasi serta proyeksi laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca dan arus kas. Dari aspek keuangan tersebut dapat diberikan penilaian apakah sebuah usaha dapat dinyatakan layak atau tidak untuk dijalankan dengan beberapa alat analisis (Kasmir & Jakfar, 2004). Aspek-aspek Dalam Keuangan yaitu diantaranya:
2. Perkiraan Dalam Biaya Investasi. Penanaman modal atau yang sering disebut investasi didefinisikan sebagai pemilikan sumber-sumber jangka panjang yang akan bermanfaat pada beberapa periode akuntansi yang akan datang (Supriyono, 1987).

Dalam bagian ini yang perlu disajikan adalah mengenai jenis pengeluaran investasi dan jumlah dana yang diperlukan untuk mendirikan suatu usaha. Penyajian dapat dilakukan dalam bentuk table. Harga-harga dari barang-barang investasi yang digunakan hendaknya sesuai dengan harga pada saat pengadaan investasi untuk menghindari penyimpangan dalam perhitungan. Contoh pengeluaran untuk investasi dalam usaha peternakan antara lain: biaya pembangunan kandang, gudang, dan bangunan lainnya, biaya pembelian calon induk, biaya pembelian mesin dan peralatan, kendaraan, instalasi listrik dan air, biaya pembelian lahan atau sewa jangka panjang, dan lain sebagainya. Berkaitan dengan barang-barang investasi tersebut juga perlu disampaikan mengenai umur ekonomis barang investasi, serta nilai penyusutannya.

Menurut (Mulyadi, 2001) mendefinisikan investasi sebagai pengkaitan sumber-sumber dalam jangka panjang untuk menghasilkan laba di masa yang akan datang. Investasi ini dibagi menjadi empat golongan, yaitu:

Investasi yang tidak menghasilkan laba (non-profit investment). Investasi jenis ini timbul karena adanya peraturan pemerintah atau karena syarat-syarat kontrak yang telah disetujui, yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakannya tanpa pertimbangan laba atau rugi.

Investasi yang tidak dapat diukur labanya (non-measurable profitinvestment). Investasi ini dimaksudkan untuk menaikkan laba, namun laba yang diharapkan diperoleh perusahaan dengan adanya investasi sulit untuk dihitung secara teliti.

Investasi dalam penggantian ekuipmen (replacement investment). Investasi jenis ini meliputi pengeluaran untuk penggantian mesin dan peralatan yang ada. Informasi penting yang perlu dipertimbangkan dalam keputusan penggantian mesin dan peralatan adalah informasi akuntansi diferensial yang berupa aktiva diferensial dan biaya difenrenensial.

Investasi dalam perluasan usaha (expansion investment) Investasi jenis ini merupakan pengeluaran untuk menambah kapasitas produksi atau operasi menjadi lebih besar dari sebelumnya.

### **Biaya Modal**

Biaya modal menurut (Sundjaja, Drs., MSBA. & Barlian, Ak., M.Sc., 2003) didefinisikan sebagai tingkat pengembalian yang harus dihasilkan oleh perusahaan atas investasi proyek untuk mempertahankan nilai pasar sahamnya. Biaya modal dapat juga dianggap sebagai tingkat pengembalian yang diinginkan oleh penyandang dana untuk menenamkan dananya ke dalam perusahaan.

Biaya modal menurut (Umar, 2009) dimaksudkan untuk menentukan berapa besar biaya riil dari masing-masing sumber dana yang dipakai dalam berinvestasi. Perlu untuk menentukan biaya penggunaan modal rata-rata dari keseluruhan dana yang akan dipakai, sehingga berdasarkan hal ini patokan tingkat keuntungan yang layak dari proyek bisnis dapat diketahui.

### **Peramalan**

Menurut Render dan Heizer (2001) peramalan adalah seni dan ilmu memprediksi peristiwa-peristiwa masa depan. Peramalan memerlukan pengambilan data historis dan memproyeksikannya ke masa depan dengan beberapa bentuk model matematis.

Dalam peralaman ada tujuh langkah sistem yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Menentukan penggunaan dari peramalan
2. Memilih barang yang akandiramalkan
3. Menentukan horizon waktu dari peramalan
4. Memilih modelperamalan
5. Mengumpulkan data yang diperlukan untuk membuat peramalan
6. Membuat peramalan
7. Memvalidasi dan mengimplementasikan hasilnya

Terdapat beberapa metode peramalan yang dapat digunakan untuk melakukan peramalan, diantaranya :

Pendekatan awam : Model peramalan yang paling efektif dalam biaya dan tujuan yang efisien. Sedikitnya metode ini menyediakan poin permulaan di mana merupakan model yang lebih canggih yang kemudian dapatdibandingkan.

Pergerakan rata-rata : Metode yang menggunakan sejumlah nilai data aktual historis untuk menghasilkan peramalan. Pergerakan rata-rata bermanfaat jika kita dapat mengasumsikan bahwa permintaan pasar akan tetap kokoh secara wajar selama bertahun-tahun.

Penghalusan eksponensial : Metode peramalan pergerakan rata- rata bobot lainnya. Ini melibatkan sangat sedikit catatan yang mempertahankan data masa sebelumnya dan mudah untuk digunakan secara wajar.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, beberapa pendapat dari sudut pandang penulis, serta kajian literatur, pendapat para ahli, dan juga beberapa dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, yang dimana guna untuk melengkapi materi dan juga mencari tau tentang seperti apakah "Analisis Aspek Keuangan Dalam Studi Kelayakan Bisnis"

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Munurut (Ikatan Akuntansi, 2009) pendapatan adalah penghasilan yang timbul selama dalam aktivitas normal entitas dan dikenal dengan bermacam-macam sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga, dividen dan royalti. Dalam PSAK No.23 pendapatan didefinisikan sebagai arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan timbul dari transaksi dan kejadian sebagai berikut :

Penjualan barang, meliputi barang yang diproduksi oleh entitas untuk dijual dan baranga yang dibeli untuk dijual kembali, seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau tanah dan properti lain yang dimiliki untuk dijualkembali. Penjualan jasa, biasanya terkait dengan kinerja entitas atas tugas yang telah disepakati secara kontraktual untuk dilaksanakan selama satu periode waktu. Jasa tersebut dapat diserahkan dalam satu periode atau lebih dari satuperiode.

Penggunaan entitas oleh pihak lain menimbulkan pendapatan dalam bentuk : (a) bunga yaitu membebaskan untuk penggunaan kas atau setara kas, atas jumlah terutang kepada entitas; (b) royalti yaitu pembebanan untuk penggunaan aset jangka panjang entitas, misal paten, merek dagang, hak cipta, dan peranti lunak komputer; dan (c) dividen yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi kepemilikan meraka atas kelompok modaltertentu.

Menurut Carter (2009) biaya didefinisikan sebagai alat tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada tanggal akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau aset lain yang terjadi pada saat ini atau di masa yang akan datang.

Menurut (Hansen & Mowen, 2009) perilaku biaya adalah istilah umum untuk mendeskripsikan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan keluaran. Biaya-biaya bereaksi pada perubahan keluaran dengan berbagai cara. Berikut adalah klasifikasi aktivitas yang mempengaruhi keluaran :

1. Biaya tetap. Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran aktivitas berubah.
2. Biaya variabel. Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang dalam jumlah keseluruhan bervariasi secara proporsional terhadap perubahan keluaran.
3. Biaya campuran. Biaya campuran atau biaya semivariabel didefinisikan sebagai biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan variabel.

Laporan arus kas disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama periode tertentu serta memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber kas dan penggunaannya. Penerimaan dan pengeluaran kas ada yang bersifat rutin dan juga ada pula yang bersifat insidental.

Menurut (Umar, 2009) kas merupakan aktiva yang paling likuid atau merupakan salah satu unsur modal kerja yang paling tinggi likuiditasnya. Aliran kas dikelompoknya menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Aliran kas permulaan (initial cashflow). Aliran kas permulaan yang berhubungan dengan pengeluaran untuk investasi.
2. Aliran kas operasional (operational cashflow). Aliran kas yang biasanya mempunyai selisih neto yang positif yang dapat dipakai untuk mencicil pengembalian investasinya.
3. Aliran kas terminal (terminal cashflow). Aliran kas dari nilai aktiva tetapi yang dianggap sudah tidak mempunyai nilai ekonomis lagi dan pengembalian modal kerja awal.

Break Event Point (BEP) atau Titik Impas merupakan suatu keadaan perusahaan yang tidak untung tapi juga tidak rugi, dimana total revenue sama dengan total biaya. Analisis Break Even Point ini dapat dilihat dari tiga hal antara lain : jumlah produksi, tingkat harga produk, dan waktu pengembalian biaya.

Melalui analisis Break Even Point berdasarkan jumlah produksi, dapat diketahui pada jumlah produksi berapa perusahaan tidak untung tapi juga tidak rugi. Dengan mengetahui titik tersebut dapat ditentukan jumlah produksi yang dapat menghasilkan profit.

Melalui analisis Break Even Point berdasarkan harga produk, dapat diketahui pada harga produk berapa perusahaan tidak untung tapi juga tidak rugi. Dengan mengetahui titik tersebut dapat ditentukan harga produk yang dapat menghasilkan profit. Artinya jika harga BEP sebesar A rupiah, maka jika harga di atas A perusahaan sudah untung, dan sebaliknya akan rugi jika harga produk di bawah A.

Tingkat BEP dilihat dari segi waktu, maksudnya untuk mengetahui berapa lama usaha yang direncanakan dapat menutupi segala biaya yang dikeluarkan. Ukuran ini sangat penting diketahui, karena terlalu lama waktu mengembalikan total biaya belum tentu layak bagi semua pengusaha/investor kendatipun usaha ini layak berdasarkan kriteria investasi. Semakin cepat waktu pengembalian total biaya maka akan semakin layak/feasible usaha yang direncanakan tersebut.

Khusus bagi usaha/bisnis yang bergerak dalam bidang produksi maka analisis Pay Back Period sangat penting dilakukan. Pay Back Period merupakan suatu jangka waktu yang diperlukan untuk dapat mengembalikan semua biaya investasi yang telah dikeluarkan. Semakin singkat waktu yang diperlukan untuk dapat mengembalikan semua biaya investasi semakin baik atau layak usaha yang direncanakan tersebut, dan sebaliknya. Karena jumlah investasi yang telah dikembalikan akan dapat digunakan untuk investasi baru atau usaha lain yang juga dapat menghasilkan profit, atau dapat juga digunakan untuk mengembangkan usaha yang sudah ada. Cepatnya perkembangan

teknologi seringkali menyebabkan suatu teknologi yang digunakan oleh suatu perusahaan secara ekonomis sudah tidak layak walaupun secara teknis masih baik, karena perusahaan lain yang sejenis sudah menggunakan teknologi baru yang lebih ekonomis. Untuk mampu bersaing, maka perusahaan tersebut harus mengikuti menggunakan teknologi baru tersebut, dengan mengganti teknologi yang lama dengan yang baru.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Aspek Keuangan merupakan salah satu aspek yang sangat penting sebelum kita memulai bisnis, yang dimana seperti yang kita ketahui bahwa Aspek keuangan pada studi kelayakan bisnis digunakan untuk menilai keuangan perusahaan yang meliputi, perolehan sumber dana, estimasi pendapatan dan jenis investasi beserta biaya yang dikeluarkan selama investasi serta proyeksi laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca dan arus kas. Dari aspek keuangan tersebut dapat diberikan penilaian apakah sebuah usaha dapat dinyatakan layak atau tidak untuk dijalankan dengan beberapa alat analisis (Kasmir & Jakfar, 2004).

Karena Bagi perusahaan yang direncanakan dengan orientasi profit, aspek ini sangat penting untuk disajikan. Dalam menyusun studi kelayakan bisnis, hal-hal yang perlu diuraikan dalam bagian ini antara lain: biaya investasi, biaya operasi dan pemeliharaan, kebutuhan modal kerja, sumber pembiayaan, perkiraan pendapatan, perhitungan criteria investasi. Disamping itu perlu juga diuraikan mengenai kondisi break point, beserta pay back period, proyeksi laba (rugi), proyeksi aliran kas, dan dampak usaha terhadap perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- H.M. Yacob Ibrahim. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi. Rineka Cipta.
- Kasmir dan Jakfar. 2012, Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan Kedelapan, Kencana, Jakarta.
- Lilis Sulastri. 2016. Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha. LGM - LaGood's Publishing.
- Abdullah.HM. Ma'ruf. 2017, Studi Kelayakan Bisnis, Cetakan 1, Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Sunyoto Danang. 2014. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Sevice).
- Jumingan. 2014. Studi Kelayakan Bisnis. Teori dan Pembuatan Proporsal Kelayakan. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2014, Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Purwana. D., Hidayat. N. 2017, Studi Kelayakan Bisnis, Cetakan ke 2, PT Raja grafindo Persada, Depok.
- Ibrahim, Yacob. 2009. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Rineka Cipta. Johan, Suwinto. 2011. Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis. Yogyakarta: Graha.

## Analysis of Selling Price Determination Using Cost Plus Pricing Method in Three Saudara Chicken Livestock Business, Selatan Bengkulu Regency

### Analisis Penetapan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan

Rera Marsela <sup>1)</sup>; Sulisti Afriani <sup>2)</sup>; Yun Fitriano <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Study Program of Accounting Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Accounting, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [reramarsela0599@gmail.com](mailto:reramarsela0599@gmail.com); <sup>2)</sup> [sulistiafriani@unived.ac.id](mailto:sulistiafriani@unived.ac.id); <sup>2)</sup> [Yunfitriano@unived.ac.id](mailto:Yunfitriano@unived.ac.id)

#### How to Cite :

Marsela, R., Afriani, S., Fitriano, Y. (2022). Analysis of Selling Price Determination Using Cost Plus Pricing Method in Three Saudara Chicken Livestock Business, Selatan Bengkulu Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [10 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Selling Price Determination,  
Cost Plus Pricing

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 dan menganalisis penetapan harga jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif. Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan harga pokok produksi ayam potong perekor adalah sebesar Rp. 32.238.- dan penetapan harga jual berdasarkan harga pasaran yaitu sebesar Rp. 38.000 perekor sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp. 5.872 perekor. Berdasarkan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing diperoleh harga pokok produksi ayam potong perekor sebesar Rp. 33.418,-. Dengan penetapan keuntungan sebesar 20% dari harga pokok produksi maka jumlah harga jual ayam potong perekor sebesar Rp. 40.000,- sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp. 6,582,- perekor. Terdapat selisih perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan perusahaan dengan metode cost plus pricing karena pada perhitungan perusahaan tidak memasukan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

#### ABSTRACT

The purpose of the study was to determine and analyze the determination of the selling price using the Cost Plus Pricing Method in the Three Brothers Chicken Livestock Business, South Bengkulu Regency. The analytical method used in this study is a comparative descriptive method. Based on the calculation of the cost of production carried out by the Three Brothers Chicken Livestock Business, South Bengkulu Regency, the cost of production of broiler chickens per head is Rp. 32,238.- and the determination of the selling price based on the market price of Rp. 38,000 per head so that the profit earned is Rp. 5,872 fish. Based on the cost plus pricing method with a full costing approach, the cost of production of broiler chickens is Rp. 33,418,-. With the determination of a profit of 20% of the cost of production, the total selling price of chicken per head is Rp. 40,000, - so that the profit earned is Rp. 6,582,- per head. There is a difference in the calculation of the cost of production between the company's calculation and the cost plus pricing method because the company's calculation does not include labor costs and

## PENDAHULUAN

Ayam broiler memiliki kelebihan dibanding dengan ayam lain, yaitu pertumbuhan yang sangat cepat dengan bobot tubuh yang tinggi dan dalam waktu yang relatif singkat, konversi pakan kecil, siap dipotong diusia muda dan menghasilkan daging berserat yang berkualitas. Pesatnya perkembangan ayam broiler merupakan upaya penanganan untuk mengimbangi kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam (Nurjannah, 2017:5)

Harga jual suatu produk merupakan salah satu unsur yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut. Apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas barang yang dijual maka konsumen bisa beralih ke produk lain. Dari persoalan tersebut di atas, maka perusahaan harus menetapkan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk, kondisi pasar, biaya yang dikeluarkan, dan laba yang diinginkan.

Harga jual produk selain mempengaruhi volume penjualan juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produk perusahaan. Harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat konsumen tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk perusahaan sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Karena itu, menetapkan harga jual produk perusahaan pada harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai.

Penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dsb. Walaupun terdapat banyak aspek yang dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual produk, tetapi seringkali faktor biaya dijadikan titik tolak dalam penetapan harga jual produk. Kebijakan harga jual produk dan biaya akan selalu berubahubah sejalan dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk di dalam suatu periode akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga jual produk.

Dalam penetapan harga pokok dapat menggunakan metode cost plus pricing. Cost plus pricing method yaitu metode penentuan harga jual produk dimana harga dihitung berdasarkan biaya produksi dan biaya penjualan serta tambahan mark up yang pantas (Fitrah dan Endang, 2014:99). Metode cost plus pricing merupakan metode penentuan harga melalui pendekatan biaya yang didasarkan atas biaya produksi maupun biaya non produksi yang tidak lepas dari penentuan harga pokok produksi. Untuk usaha peternakan khususnya peternakan ayam potong metode cost plus pricing dapat digunakan sebagai metode penetapan harga jual, karena dengan metode ini setelah dilakukan perhitungan harga pokok produksi selanjutnya menambahkan dengan besarnya keuangan atau laba yang diharapkan.

Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan adalah sebuah perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang peternakan ayam potong. Selama ini Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dalam menentukan harga jualnya masih berdasarkan harga pasar dan belum ada ketetapan dalam penentuan harga jual. Karena belum adanya metode yang digunakan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dalam penentuan harga jual terkadang dapat

mengakibatkan kerugian bagi perusahaan dikarenakan terjadinya kenaikan bahan baku. Jika Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan menggunakan metode yang tepat dalam penetapan harga jual maka akan memperkecil terjadinya kerugian.

## LANDASAN TEORI

### Harga Pokok Produksi

Hansen dan Mowen (2014:162) menjelaskan pengertian harga pokok produksi adalah "harga pokok produksi adalah biaya dari bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung pada produk dengan penelusuran langsung dengan dibebankan biaya overhead pabrik dengan menggunakan penelusuran penggerak dan alokasi". Pengertian yang lain dikemukakan oleh Mulyadi (2014:17) berpendapat harga pokok produksi adalah "biaya - biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi sebuah produk".

### Harga Jual

Tujuan akhir suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya, yang dapat menutup semua biaya produksi yang telah dikeluarkan dalam melakukan proses produksi suatu perusahaan. Bukan hanya memproduksi saja, tapi perusahaan harus memasarkannya juga. Dengan menetapkan harga jual yang wajar, yang didapat dari semua biaya produksi ditambah dengan persentase laba yang wajar, perusahaan dapat memperoleh laba dan menutup semua biaya produksi yang telah dikeluarkannya. (Mulyadi, 2014:66)

Pengertian harga jual menurut Supriyono (2014:332) adalah sebagai berikut: "Jumlah moneter yang dibebankan untuk satu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan untuk barang atau jasa yang dijual atau diserahkan". Sedangkan menurut Mulyadi (2014:78) adalah sebagai berikut: "Harga jual suatu produk terbentuk dipasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran dipasar.

### Keputusan Penetapan Harga Jual

Menurut Supriyono, (2014:332), keputusan penentuan harga jual adalah "Penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek". Keputusan penetapan harga jual biasanya dibuat berulang-ulang, karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini atau malahan mencerminkan biaya masa depan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti akan menentukan penetapan harga jual pada usaha ternak ayam potong tiga saudara di Kabupaten Bengkulu Selatan dengan metode cost plus pricing pendekatan full costing menurut Mulyadi (2017:349), dihitung menggunakan rumus :

Untuk taksiran biaya penuh dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Biaya bahan baku		XXX	
Biaya tenaga kerja langsung	XXX		
Biaya overhead pabrik	XXX		
Taksiran total biaya produksi			XXX
Biaya administrasi dan umum	XXX		
Biaya pemasaran		XXX	
Taksiran total biaya komersial			XXX
Taksiran biaya penuh			XXX

Perhitungan harga pokok per unit produksi dengan menggunakan metode kalkulasi bagi yang digunakan untuk menyusun laporan biaya produksi dengan metode full costing, menggunakan rumus perhitungan harga pokok per-unit produksi yang dikemukakan oleh Mulyadi (2017:353), adalah sebagai berikut:

"Harga pokok produksi perunit: " "jumlah semua biaya" /"jumlah unit yang diproduksi"

Besarnya laba yang diharapkan akan disesuaikan dengan keinginan dari usaha ternak ayam potong tiga saudara Bengkulu Selatan dan ditetapkan sebesar 20 %.

Adapun tahap-tahap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengumpulan data yang diperlukan seperti jumlah bahan baku, bahan penolong dan biaya overhead pabrik yang digunakan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan selama satu kali periode produksi.
2. Setelah data-data dikumpulkan akan dilakukan pengolahan data secara manual dengan cara menghitung total biaya produksi yang dikeluarkan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan menggunakan taksiran biaya penuh.
3. Selanjutnya akan menghitung harga jual dengan menggunakan rumus cost plus costing.
4. Membuat kesimpulan atas semua penelitian yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat dibuat perhitungan laporan harga pokok produksi pada Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan untuk memproduksi ayam potong selama satu periode berdasarkan teori yang disampaikan oleh Mulyadi dengan metode Full Costing seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Total Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing

Keterangan	Total Biaya
1. Biaya bahan baku	
a. Biaya bibit	88,000,000
b. Biaya pakan	255,000,000
2. Biaya tenaga kerja langsung	4,000,000
3. Biaya overhead pabrik	
a. Biaya bahan penolong	1,739,000
d. Biaya sekam padi	320,000
e. Biaya listrik	6,859,000
f. Biaya telepon	120,000
g. Biaya bensin	650,000
h. Biaya penyusutan peralatan	732,000
i. Biaya penyusutan kendaraan	250,000
j. Biaya penyusutan kandang	1,042,000
4. Biaya Non Produksi	
Biaya administrasi dan umum	195,000
<b>Total Harga Pokok Produksi (Rupiah)</b>	<b>358,907,000</b>
<b>Total Ayam yang dijual</b>	<b>10,740</b>
<b>Total Harga Pokok Produksi Per ekor</b>	<b>33,418</b>

### Perhitungan dan Penetapan Harga Pokok Penjualan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing

Untuk penetapan harga pokok penjualan berdasarkan perusahaan (Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan) selama ini penetapan harga jual tidak memiliki patokan atau ketentuan dikarenakan Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu

Selatan hanya menetapkan harga jual berdasarkan harga pasar saja. Harga jual yang ditetapkan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan adalah sebesar Rp. 38.000,- per ekor.

Dalam penentuan harga jual metode yang digunakan adalah metode cost plus pricing pendekatan full costing menurut Mulyadi (2017:349):

Harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

Besarnya laba yang diharapkan akan disesuaikan dengan keinginan dari usaha ternak ayam potong tiga saudara Bengkulu Selatan dan ditetapkan sebesar 20 %. Maka dapat dihitung harga jual yang akan diberikan kepada konsumen sebagai berikut :

- Harga pokok produksi perekor : Rp. 33.418,-
- Keuntungan 20 % (20% x 33.418) : Rp. 6.683,-
- Jumlah harga jual : Rp. 40.102,-

Maka berdasarkan perhitungan di atas Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dapat menjual ayam potong perekor sebesar Rp. 40.102,- dibulatkan menjadi Rp. 40.000,- dan perusahaan telah mendapatkan keuntungan sebesar 20 %.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan jumlah harga pokok untuk memproduksi ayam potong untuk satu periode antara perhitungan yang dilakukan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dengan perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual dengan metode cost plus pricing menurut teori Mulyadi. Adapun perbedaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Perbandingan Perhitungan Penetapan Harga Jual Menurut Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan Dengan Metode Cost Plus Pricing**

Keterangan	Harga Pokok Perekor	Harga Jual Perekor	Laba Perekor
Metode Perusahaan	32,128	38,000	5,872
Metode Cost Plus Pricing	33,418	40,000	6,582

Sumber : Hasil Penelitian dan Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat terdapat selisih perhitungan antara perhitungan yang dilakukan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dengan perhitungan yang dilakukan penulis dengan metode cost plus pricing. Menurut perhitungan Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan harga pokok produksi perekor ayam potong adalah sebesar Rp. 5.872 sedangkan menurut metode cost plus pricing besarnya harga pokok perekor ayam potong sebesar Rp. 6.482,- maka adanya perbedaan perhitungan penetapan harga per ekor menurut perhitungan perusahaan dibandingkan perhitungan menurut metode cost plus pricing.

Perbedaan tersebut disebabkan karena adanya distorasi biaya tenaga kerja langsung yang tidak dihitung oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan, karena biaya tenaga kerja hanya dihitung sebagai biaya operasional. Sementara itu masih banyak lagi biaya produksi yang tidak dibebankan kepada produk seperti biaya listrik, biaya telepon, biaya penyusutan dan biaya non produksi. Hal ini akan mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan karena penentuan harga pokok produksi yang terlalu kecil.

Hal ini dikarenakan penghitungan metode Cost Plus Pricing dengan pendekatan full costing lebih rinci dalam memasukkan komponen biaya produksi. Sedangkan penghitungan yang dilakukan perusahaan belum secara menyeluruh memasukkan komponen biaya yang seharusnya diperhitungkan dalam menetapkan harga pokok produksi seperti biaya overhead

pabrik yang belum semuanya dihitung, sehingga nilai yang dihasilkan lebih rendah dibanding penghitungan harga pokok produksi dengan metode Full Costing.

Dalam penentuan harga jual juga terdapat perbedaan antara perhitungan yang dilakukan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dengan perhitungan yang dilakukan oleh penulis. Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan menetapkan harga jual hanya berdasarkan harga pasar saja sedangkan jika menggunakan metode cost plus pricing Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan cukup menambahkan besarnya persentase keuntungan yang diinginkan. Berdasarkan perhitungan diatas dengan menambahkan keuntungan sebesar 20%. Sedangkan jika berdasarkan perhitungan perusahaan penetapan harga jual berdasarkan harga pasaran yaitu sebesar Rp. 38.000 perekor sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp5.872,- perekor. Meskipun laba yang diperoleh cukup tinggi namun perusahaan belum memperhitungkan semua biaya yang harus dikeluarkan.

Dengan adanya penentuan penetapan harga jual Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan akan memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan metode cost plus pricing maka pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan lebih besar sehingga laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan juga lebih besar serta laba yang diinginkan oleh perusahaan juga dapat dipenuhi

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan harga pokok produksi ayam potong perekor adalah sebesar Rp. 32.238,-. dan penetapan harga jual berdasarkan harga pasaran yaitu sebesar Rp. 38.000 perekor sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp. 5.872 perekor.
2. Berdasarkan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing diperoleh harga pokok produksi ayam potong perekor sebesar Rp. 33.418,-. Dengan penetapan keuntungan sebesar 20% dari harga pokok produksi maka jumlah harga jual ayam potong perekor sebesar Rp. 40.000,- sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp. 6,582,- perekor.
3. Terdapat selisih perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan perusahaan dengan metode cost plus pricing karena pada perhitungan perusahaan tidak memasukan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

### Saran

1. Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan disarankan untuk mencatat semua biaya yang terkait dengan proses produksi secara rinci, termasuk memperhitungkan biaya overhead yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi seperti biaya penyusutan sehingga diperoleh perhitungan harga pokok produksi yang sebenarnya. Penentuan harga pokok produksi yang tepat akan membantu perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat pula.
2. Diharapkan kepada Usaha Ternak Ayam Potong Tiga Saudara Kabupaten Bengkulu Selatan dalam penetapan harga jual menggunakan metode cost plus pricing karena pada metode ini biaya – biaya diidentifikasi dengan lebih akurat daripada metode yang digunakan oleh perusahaan

**DAFTAR PUSTAKA**

Fitrah, Rezanda dan Endang Dwi Retnani. 2014. Penentuan Harga Jual Menggunakan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Variable Costing. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol.3, No.11

Ghozali. Iman. 2015. Teori Akuntansi. Edisi Revisi. Semarang. Universitas Diponegoro.

Hansen dan Mowen. 2014. Akuntansi Manajerial. Buku 1 edisi 8. Jakarta: Salemba Empat

Ikawati. Abriyana Diya. 2018. Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya. Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Kamarudin. Ahmad, 2017. Akuntansi Biaya. Jakarta: Rajawali Pers

Kondoy, Irvana Marina. 2015. Penerapan Cost Plus Pricing Dalam Keputusan Penetapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Pada Ud. Dewa Bakery Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 03

Kotler, P dan Gary Armstrong. 2017. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Machfoedz, Mas'ud. 2017. Akuntansi Manajemen, Perencanaan dan Pembuatan Keputusan Jangka Pendek. Buku 1. Edisi 5. Yogyakarta :BPFE.

Monroe, K.B., 2015. Pricing, Making Profitable Decissions, Second Edition, McGraw-Hill, New York.

Moray. Jessica Claudia. 2014. Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada UD Gladys Bakery. Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014

Mulyadi, 2017, Akuntansi Manajemen, Edisi tiga, Yogyakarta : Salemba Empat

Mulyadi. 2014. Akuntansi Biaya. Edisi 5. Yogyakarta. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen. YKPN

Nazir. 2014. Metode Penelitian. Bogor. Ghalia Indonesia.

Nurjannah. 2017. Kemilaunya Broiler Ruhnya Kemitraan. Poultry Indonesia. GAPPI. Jakarta.

Priyono. 2014. Performa Pelaksanaan Kemitraan dalam usaha peternakan ayam ras pedaging. Jurnal vol. Diakses 25/03/2011. PT. Bina Aksara. Jakart

Santoso. 2017. Akuntansi Biaya Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan. Yogyakarta. BPFE Universitas Gadjah Mada.

Simamora. Henry. 2016. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Jilid II. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Supriyono. 2014. Akuntansi Biaya Pengumpulan Dan Penentuan Harga Pokok. Yogyakarta. BPFE Universitas Gadjah Mada.

# Analysis of the Application of Management Control System for Fiduciary Installment Credit (KREASI) at PT Pegadaian Medan City Region

## Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Penyaluran Kredit Angsuran Fidusia (KREASI) pada PT Pegadaian Wilayah Kota Medan

Maryam Batubara <sup>1)</sup>; Purnama Rahmadhani Silalahi <sup>2)</sup>; Marwiyah Siregar <sup>2)</sup>; Ella Sriwahyuningih<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>2)</sup> [purnamaramadani3@uinsu.ac.id](mailto:purnamaramadani3@uinsu.ac.id); <sup>2)</sup> [ellasriwahyuningih7@gmail.com](mailto:ellasriwahyuningih7@gmail.com); <sup>2)</sup> [siregaranjalimarwiyah@gamil.com](mailto:siregaranjalimarwiyah@gamil.com)

### How to Cite :

Batubara, M., Silalahi, P R., Siregar, M., Sriwahyuningih, E. (2022). Analysis of the Application of Management Control System for Fiduciary Installment Credit (KREASI) at PT Pegadaian Medan City Region. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [22 Desember 2021]

Revised [30 Desember 2021]

Accepted [16 Januari 2022]

### KEYWORDS

Implementation of Management Control System, Fiduciary Installment Credit Distribution

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



### ABSTRAK

Sistem pengendalian manajemen merupakan sistem yang digunakan untuk mempengaruhi para anggotanya agar menimplementasikan strategi-strategi secara efisien dan efektif dalam rangka mencapai tujuan-tujuan organisasi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem pengendalian manajemen pada PT Pegadaian Wilayah Kota Medan. PT. Pegadaian juga memerlukan adanya suatu pengendalian guna tercapainya tujuan perusahaan secara menyeluruh. Pengendalian ini bersifat preventif dan pengendalian represif. Untuk mencapai tujuan tersebut memerlukan sistem pengendalian manajemen yang baik sehingga kredit ytersebut tidak bermasalah. Tujuan penelitian ini adalah penerapan sistem pengendalian manajemen penyaluran Kredit Angsuran Fidusia (KREASI) pada PT Pegadaian Wilayah Kota Manado. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa Proses pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), pada PT. Pegadaian Wilayah Manado telah dilakukan dengan baik oleh pegawai-pegawai yang kompeten di bidangnya masing-masing sera memiliki kejujuran dan dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugasnya Pemisahan tugas juga telah dilakukan dengan baik pada setiap proses pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), pada PT. Pegadaian Wilayah Manado. PT Pegadaian Wilayah Manado telah menerapkan prosedur otorisasi yang tepat pada semua proses pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), yaitu pada saat proses permohonan kredit gadai petugas yang berwenang adalah penaksir, pada saat proses analisis kredit gadai petugas yang berwenang untuk menganalisis kredit adalah Kuasa Pemutus Kredit (KPK), pada saat proses penarikan kredit petugas yang berwenang adalah kasir, sedang untuk proses monitoring petugas yang berwenang untuk melakukan pengawasan adalah kepala cabang

### ABSTRACT

Management control system is a system used to influence its members to implement strategies efficiently and effectively in order to achieve

*organizational goals. The purpose of this study was to determine how the implementation of the management control system at PT Pegadaian Medan City Region. PT. Pawnshops also require a control in order to achieve the company's overall goals. This control is preventive and repressive control. To achieve this goal requires a good management control system so that the credit is not problematic. The purpose of this study is the application of a management control system for the distribution of Fiduciary Installment Loans (KREASI) at PT Pegadaian Manado City Region. The analytical method used is descriptive analysis. The results of the analysis show that the process of providing Installment Loans for the Fiduciary System (KREASI), at PT. The Manado Regional Pawnshop has been carried out well by competent employees in their respective fields who have high honesty and dedication in carrying out their duties. Separation of duties has also been carried out well in each process of providing Fiduciary Installment Loans (KREASI), at PT. Manado Regional Pawnshop. PT Pegadaian Manado Region has implemented proper authorization procedures in all processes of providing Fiduciary Installment Loans (KREASI), namely at the time of the mortgage loan application process, the authorized officer is the estimator, during the pawn credit analysis process the authorized officer to analyze credit is the Power of Attorney Credit (KPK), during the credit withdrawal process the authorized officer is the cashier, while for the monitoring process the officer authorized to carry out supervision is the branch head*

## PENDAHULUAN

PT. Pegadaian adalah suatu lembaga keuangan non perbankan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 103 Tahun 2000 tentang - PT. Pegadaian yang diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan usaha menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai, dalam hal ini mampu menjadi alternatif karena sistem pelayanannya yang melalui prosedur sederhana cepat dan mudah sesuai dengan mottonya "Mengatasi Masalah Tanpa Masalah. Berbeda dengan lembaga keuangan bank yang pemberian kredit berdasarkan pada jenis usaha dengan jaminan, baik itu benda bergerak dan tidak bergerak, Pegadaian memberikan kreditnya didasarkan pada nilai barang jaminan yang diserahkan tanpa memperhatikan penggun aan kredit tersebut. Tujuannya ikut meningkatkan perekonomian dengan cara memberikan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai kepada masyarakat kecil, agar terhindar dari praktek pinjaman uang dengan bunga yang tidak wajar.

Tekanan dari rentenir kepada masyarakat terlebih khusus masyarakat kota Manado yang membutuhkan dana yang cepat, memberikan peluang kepada rentenir untuk menetapkan bunga yang cukup tinggi sekitar (20%) per bulan sesuai pengamatan dan observasi, sehingga Manajemen PT. Pegadaian melakukan ekspansi besar-besaran dengan membuka unit-unit Pelayanan Cabang yang beroperasi dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia baik daerah perkotaan maupun pedesaan, hal ini juga dirasakan oleh PT. Pegadaian Wilayah Kota Manado dan seiring dengan tujuan PT. Pegadaian untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Peranan PT. Pegadaian di mata masyarakat tetap penting terutama akibat kebutuhan ekonomis finansial, salah satu dari beberapa produk PT. Pegadaian yaitu kredit ran fidusia (kreasi). Kredit ini diberikan kepada pengusaha mikro dan kecil dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor jangka waktu sampai dengan 3 tahun dan angsuran tetap setiap bulan.

Penggunaan kredit tidak selalu seperti yang diharapkan, terbatasnya dana yang tersedia dibanding dengan jumlah permintaan kredit merupakan masalah yang dihadapi PT. Pegadaian. Hal ini tentu saja dapat mengakibatkan kerugian bagi PT. Pegadaian. Oleh karena itu manajer PT. Pegadaian harus mengadakan seleksi terhadap permohonan kredit. Hal-hal tersebut dapat dihindari

dengan sistem informasi akuntansi yang memadai dalam pemberian kredit. Sistem Informasi Akuntansi dibuat untuk memudahkan manajemen dalam mendapat informasi yang tepat, cepat dan dapat dipercaya bagi pengendalian perusahaan. Dengan adanya informasi yang dibutuhkan, manajemen dapat melakukan pencegahan terhadap tindakan – tindakan penyelewengan wewenang perusahaan. Dengan sistem yang tertata diharapkan dapat menjamin bahwa dalam pelaksanaan pemberian kredit dapat terkendali dan mampu mencegah terjadinya kesalahan yang dapat merugikan PT. Pegadaian dan dapat mencegah terjadinya pemberian kredit yang tidak sehat.

## LANDASAN TEORI

### Akuntansi

Weygant, Kimmel, Kieso (2012) menyatakan bahwa Akuntansi adalah suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan peristiwa-peristiwa ekonomi dari suatu organisasi kepada para pengguna yang berkepentingan. Akuntansi menjelaskan bahwa pada dasarnya akan menghasilkan informasi dari sebuah sistem akuntansi yang ada didalam sebuah entitas atau organisasi bisnis yang disebut dengan informasi akuntansi yang akan dimanfaatkan oleh pengguna seperti masyarakat umum, masyarakat intelektual (termasuk didalamnya mahasiswa atau peneliti) dan para pengambil keputusan bisnis dalam organisasi (Pontoh : 2013).

### Akuntansi Manajemen

Handoko (Lakumani dan Morasa, 2015 : 3) menyatakan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Informasi akuntansi manajemen disajikan kepada manajemen perusahaan dalam berbagai laporan, seperti anggaran, laporan penjualan, laporan biaya produksi, laporan biaya menurut pusat pertanggungjawaban, serta laporan biaya menurut aktivitas. Akuntansi manajemen berorientasi pada masa yang akan datang karena menyangkut pengambilan keputusan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. laporan intern ini digunakan manajemen dalam menilai dan mengevaluasi kinerja departemen, manajer, perusahaan dan sebagainya. Akuntansi manajemen menghasilkan informasi untuk pengguna internal seperti manajer, eksekutif, dan pekerja. Akuntansi manajemen mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasikan, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan. (Hansen dan Mowen : 2011).

### Sistem Pengendalian Manajemen

Anthony dan Govindarajan (2012) menyatakan bahwa sistem pengendalian manajemen yang baik mempengaruhi perilaku sedemikian rupa sehingga memiliki tujuan yang selaras; artinya tindakan-tindakan individu yang dilakukan untuk meraih tujuan-tujuan pribadi juga akan membantu mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sistem pengendalian manajemen adalah sistem yang harus dirancang sedemikian rupa sehingga tindakan-tindakan setiap anggota perusahaan untuk meraih kepentingannya sendiri selaras dengan kepentingan perusahaan.

Sumarsan (2013: 4) menyatakan bahwa sistem adalah suatu kesatuan dan perangkat hubungan-hubungan satu sama lain. Kriteria dari sistem sebagai berikut:

1. Sistem dirancang untuk mencapai tujuan.
2. Elemen dari sistem harus mempunyai rencana yang ditetapkan.
3. Elemen dalam sistem harus berhubungan dan berkaitan dalam mencapai tujuan organisasi pada umumnya dan pencapaian divisi atau departemen pada khususnya.
4. Unsur dasar dari proses (arus informasi, energi, material) lebih penting daripada elemen sistem.
5. Tujuan organisasi lebih penting daripada tujuan divisi atau tujuan departemen.

### Tujuan Sistem Pengendalian Manajemen

Sumarsan (2013: 7) menyatakan tujuan perancangan suatu sistem pengendalian manajemen.

1. Diperolehnya keandalan dan intergritas.
2. Kepatuhan pada kebijakan, rencana, prosedur, peraturan dan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan pada kebijakan, rencana, prosedur, peraturan dan ketentuan yang berlaku dapat dicapai melalui sistem pengendalian manajemen.
3. Melindungi harta perusahaan, pada umumnya pengendalian disusun dan diimplementasikan untuk melindungi harta perusahaan.
4. Pencapaian kegiatan yang ekonomis dan efisien, sumber daya bersifat terbatas mendorong organisasi menerapkan prinsip ekonomi.

### Struktur Pengendalian Manajemen

Sistem pengendalian manajemen harus didukung dengan struktur pengendalian yang baik. Struktur pengendalian manajemen adalah elemen-elemen yang membentuk sistem pengendalian itu sendiri yang terdiri atas pusat-pusat pertanggungjawaban. Struktur pengendalian manajemen terdiri atas:

1. Struktur Organisasi. Struktur organisasi yang dipakai akan mempengaruhi pula rancangan sistem pengendalian manajemennya. Pertumbuhan dan perubahan lingkungan organisasi mempengaruhi struktur organisasi khususnya pada pembentukan departemen-departemen
2. Pendelegasian wewenang dan Tanggung jawab. Setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai wewenang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh organisasi yang bersangkutan. Desentralisasi atau pendelegasian wewenang pimpinan kepada bawahannya, pada umumnya dalam suatu organisasi yang relative besar.
3. Pusat Pertanggungjawaban. Pusat pertanggungjawaban adalah bagian atau unit organisasi yang dipimpin oleh manajer yang bertanggung jawab terhadap aktivitas pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya. Suatu organisasi merupakan kumpulan dari berbagai pusat pertanggungjawaban. Menurut Sumarsan (2013) terdapat empat pusat pertanggungjawaban, yaitu :
  - a. Pusat Biaya (expense center)
  - b. Pusat Pendapatan (revenue center)
  - c. Pusat Laba (profit center)
  - d. Pusat Investasi (investment center)

### Proses Pengendalian Manajemen

Proses pengendalian manajemen yang baik sebenarnya formal, namun bersifat pengendalian informal masih banyak terjadi. Pengendalian manajemen formal merupakan tahap-tahap yang saling berkaitan satu sama lain. Langkah-langkah proses sistem pengendalian manajemen menurut Anthony dan Govindarajan (2012) adalah sebagai berikut :

1. Perumusan dan Perencanaan Strategi. Perumusan merupakan proses penentuan visi, misi, tujuan, sasaran, target (outcome), arah dan kebijakan, serta strategi organisasi. Perumusan strategi merupakan tugas dan tanggung jawab manajemen puncak. Tahap ini merupakan proses penentuan program-program, aktivitas, atau proyek yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi dan penentuan jumlah alokasi sumber daya yang akan dibutuhkan. Perbedaannya dengan perumusan strategi adalah perumusan strategi merupakan proses untuk menentukan strategi sedangkan perencanaan strategi adalah proses untuk menentukan bagaimana mengimplementasikan strategi tersebut. Perencanaan strategi merupakan proses yang sistematis yang memiliki prosedur dan skedul yang jelas. Organisasi yang tidak memiliki atau tidak melakukan perencanaan strategic akan mengalami masalah dalam penganggaran.
2. Penyusunan Anggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan secara kuantitatif dinyatakan dalam satuan moneter untuk periode waktu tertentu, biasanya satu tahun. penyusunan anggaran pada dasarnya merupakan proses penetapan peran tiap manajer dalam

melaksanakan program. Penyusunan Anggaran yang efektif melibatkan setiap unit dalam perusahaan, agar setiap unit tersebut akan merasa bertanggung jawab untuk melaksanakan anggaran yang telah ditetapkan (Tumbuan, 2013: 11).

3. Pelaksanaan dan Pengukuran. Pada tahap ini dilaksanakan pencatatan mengenai berbagai sumber daya yang digunakan dan penerimaan- penerimaan yang dihasilkan. Catatan dan biaya-biaya tersebut digolongkan sesuai dengan program yang telah ditetapkan dan pusat-pusat pertanggungjawaban. Penggolongan yang sesuai program dipakai sebagai dasar untuk pemrograman di masa yang akan datang, sedangkan penggolongan yang sesuai dengan pusat tanggung jawab digunakan untuk mengukur kinerja para manajer
4. Evaluasi Kerja. Tahap ini paling penting karena menutup suatu siklus dari proses pengendalian manajemen agar data untuk proses pertanggungjawaban akuntansi dapat dikumpulkan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan antara realisasi anggaran dengan anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Evaluasi atas kinerja yang dilakukan oleh perusahaan biasa beranekaragam tergantung pada budaya yang dikembangkan dalam perusahaan tersebut.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelian ini adalah penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran cara sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat dari hubungan antar fenomena yang diteliti pada suatu perusahaan. Gambaran yang sistematis dan akurat diperoleh dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan data sehingga akan memberikan hasil yang konkrit pada permasalahan dan kemudian dilaksanakan analisis sehingga dapat ditarik kesimpulan.

### Jenis Data

Data kualitatif yang dibutuhkan adalah mengenai deskripsi objek penelitian dan catatan perusahaan seperti Buku Standar Operasional Perusahaan

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang dibutuhkan merupakan data yang diperoleh langsung dari karyawan untuk mendapatkan sejarah singkat PT Pegadaian dan dari staff administrasi kredit untuk mendapatkan penjelasan mengenai pelaksanaan Standar Operasional Perusahaan pemberian kredit mulai dari tahap pengajuan sampai pada tahap pencairan.

Teknik yang digunakan oleh penulis dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Metode Observasi. Metode Observasi yaitu pengamatan langsung pada perusahaan terkait dalam hal ini adalah PT Pegadaian di wilayah Medan sebagai objek penelitian.
2. Metode Wawancara. Wawancara adalah mengajukan pertanyaan kepada karyawan dan pimpinan mengenai hal - hal yang berhubungan dengan pelaksanaan Standar Operasional Perusahaan penyaluran kredit.
3. Metode Dokumentasi. Metode ini adalah mencari data mengenai teori - teori atau hal - hal berupa catatan, transkrip buku, notulen.

### Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian disusun, diolah, dan selanjutnya dilakukan analisis sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan dengan amenggunakan alat analisis bagan alur berupa flowchart Sistem Akuntansi (SA) dan Data Flow Diagram (DFD) untuk menganalisis masalah dengan cara mendeskripsikan penerapan Sistem Pengendalian manajemen dengan teknik sebagai berikut :

1. Mendapatkan gambaran umum tentang Standar Operasional Perusahaan mengenai penerapan sistem pengendalian manajemen penyaluran kredit angsuran fidusia (kreasi) pada PT Pegadaian Wilayah Kota Medan
2. Memperoleh data penerapan sistem pengendalian manajemen penyaluran kredit angsuran fidusia (kreasi) pada PT Pegadaian Wilayah Kota Medan
3. Menganalisa, penerapan sistem pengendalian manajemen penyaluran kredit angsuran fidusia (kreasi) pada PT Pegadaian Wilayah Kota Medan
4. Dari hasil penelitian kemudian ditarik kesimpulan dan diberikan saran-saran.

### Definisi Operasional

1. Analisis. Pekerjaan yang disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.
2. Penerapan. Penerapan merupakan suatu hal yang berkenaan dengan cara mempraktekkan suatu teori terhadap hal yang benar-benar nyata.
3. Sistem Pengendalian Manajemen. Proses yang integral pada tindakan dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pimpinan dan seluruh pegawai untuk memberikan keyakinan memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan
4. Kredit. Pemberian uang berdasarkan kesepakatan atau persetujuan pinjam-meminjam antara PT Pegadaian dengan pihak peminjam (kreditor), dengan perjanjian pihak peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan bunga yang ditentukan.
5. Penyaluran Kredit. Adapun bentuk penyaluran kredit angsuran fidusia (kreasi) pada PT Pegadaian adalah adalah penyerahan sejumlah uang kepada kreditor untuk membiayai usahanya baik kecil, menengah, sampai besar. Penyerahan kredit angsuran fidusia (kreasi) yang diberikan kepada nasabah yang mengajukan permohonan permintaan kredit. Dengan besar pinjaman mulai dari Rp. 5jt – Rp. 100jt dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Lokasi Penelitian

Pegadaian Negeri didirikan pertama kali oleh pemerintah Hindia Belanda pada tanggal 1 April 1901 di Kota Sukabumi dengan status Jawatan. Pada tahun 1960, statusnya diubah menjadi Perusahaan Negara (PN), namun diubah kembali Perusahaan Jawatan (Perjan) tahun 1969. Dengan PP No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990 status Perjan Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian guna meningkatkan efisiensi dan produktifitas usaha. Kemudian pada tahun 2012 status Perum Pegadaian berubah menjadi PT. Pegadaian (persero) sesuai dengan PP No. 51 tahun 2011. Salah satu produk PT. Pegadaian adalah memberikan kredit berdasarkan hukum gadai

### Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa kredit usaha ini hanya bisa diberikan kepada pengusaha mikro dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Dalam prosedur pemberian kredit pihak PT. Pegadaian menerapkan konsep 5C yaitu character, capacity, capital, collateral dan condition serta 5P (party, purpose, payment, profitability, dan protection).

Secara umum yang dijelaskan pada calon debitur, prosedur pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) terdiri dari 6 tahap yaitu :

1. Tahap permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI)
2. Tahap penyelidikan atas permohonan kredit
3. Tahap Analisis Kredit
4. Tahap keputusan pemberian kredit
5. Tahap pencarian kredit

## 6. Tahap pelunasan kredit

Secara terperinci tahap - tahap yang dilakukan oleh PT. Pegadaian pada Standar Operasional Prosedur Pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) adalah sebagai berikut :

### Analisa Kredit

Nasabah yang ingin mengajukan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) datang ke PT. Pegadaian untuk mendapatkan informasi pemberian kredit. PT. Pegadaian memberikan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah untuk mendapatkan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) yaitu :

1. Syarat-syarat untuk kredit komersial
  - a. Fotocopy KTP Suami -Istri
  - b. Fotocopy kartu keluarga dan akte nikah Pas foto suami-istri
  - c. Surat keterangan usaha dari kelurahan Gambar dan dena lokasi usaha Jaminan berupa BPKB mobil
2. Persetujuan
  - a. Kewenangan memutuskan kredit
  - b. Jika permohonan diterima maka akan dibuat Surat Pemberitahuan Persetujuan Kredit (SPPK). Jika tidak disetujui berkas akan dikembalikan ke pemohon.
  - c. Pengembalian surat persetujuan untuk ditandatangani dan dimaterai
  - d. Membuat Perjanjian Kredit (PK) sesuai dengan format atau ketentuan yang berlaku.
  - e. Realisasi Kredit (jika seluruh syarat telah terpenuhi)
3. Administrasi Kredit
  - a. Permohonan Kredit yang telah diputus selanjutnya dituang dalam SPHP
  - b. Penerima menandatangani perjanjian kredit dan akte pengikatan perjanjian
  - c. Perjanjian kredit dilakukan secara bawah tangan.
  - d. Pemantauan
4. Petugas kredit wajib melakukan pemantauan terhadap :
  - a. Kelancaran pembayaran angsuran
  - b. Penyelesaian dokumen

Dalam pelaksanaan prosedur kredit PT. Pegadaian Wilayah Kota Medan menggunakan formulir-formulir yang terkait dengan prosedur pemberian kredit, buku catatan dan alat-alat yang dipergunakan dalam transaksi. Prosedur pemberian kredit usaha dimulai dari tahap permohonan kredit oleh calon debitur, penyidikan penelitian berkas kredit, survey lokasi usaha, analisa kredit dan tahap terakhir yaitu pencairan kredit.

### Pembahasan

Untuk Mengetahui apakah penerapan sistem pengendalian manajemen pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) pada PT. Pegadaian Wilayah Medan telah mamadai dan berjalan sesuai dengan fungsinya Maka penulis mencoba menganalisis penerapan sistem pengendalian manajemen pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) pada PT. Pegadaian Wilayah Medan.

### Personel yang Kompeten dan Dapat Dipercaya

Dalam proses ini PT. Pegadaian Wilayah Medan memiliki personel yang dapat diandalkan. Yang terlihat dengan adanya personel yang tahu dan paham akan hal-hal dan syarat-syarat yang harus dipenuhi nasabah dalam mengajukan permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah yang berkaitan dengan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI).

Keputusan pemberian kredit dilakukan oleh Kuasa Pemutus Kredit (KPK), yang terdiri atas penaksir dan kepala cabang yang masing-masing berperan sebagai penaksir I dan penaksir II.

Keputusan pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) dilakukan setelah melakukan taksiran atas barang jaminan Pada proses ini Perum Pegadaian memiliki personel yang kompeten dan dapat dipercaya, yang dapat dilihat dengan adanya personel yang memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menganalisis dan memutuskan kredit serta tahu akan tugas dan wewenangnya masing-masing.

Proses realisasi/pencairan kredit dilakukan oleh kasir. Kasir mempunyai tanggung jawab penuh atas dana yang dikeluarkan dan diterima atas nama PT. Pegadaian. Apabila terjadi selisih kas maka kasir akan mempertanggung jawabkan langsung kepada kepala cabang. Pada proses ini terdapat pemisahan tugas antara petugas yang mengeluarkan uang tunai yaitu kasir dengan petugas yang mencatat kredit yaitu bagian administrasi. Hal ini akan memperkecil kemungkinan penyalahgunaan uang pinjaman oleh kasir.

### **Pemisahan Tugas yang Memadai**

Proses analisis pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) dilakukan oleh penaksir I, kemudian hasil taksiran dari penaksir I akan ditaksir ulang oleh penaksir II dalam hal ini adalah kepala cabang sebagai bentuk pengawasan dalam pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI). Setelah diadakan penaksiran maka proses analisis dan keputusan pemberian kredit dilakukan oleh KPK.

Pengendalian manajemen pada proses penarikan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) ditinjau dari pemisahan tugas telah berjalan dengan baik. Pada proses penarikan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) terdapat pemisahan tugas antara petugas yang melakukan persetujuan penarikan kredit dengan petugas yang melaksanakan penarikan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) tersebut. Dimana petugas yang melakukan persetujuan atas penarikan kredit gadai adalah KPK, sedangkan petugas pelaksana penarikan kredit gadai adalah kasir.

Pada proses ini pengendalian manajemen yang dilakukan oleh PT Pegadaian Wilayah Medan ditinjau dari pemisahan tugas yang memadai telah dilakukan dengan baik. Pada proses monitoring pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) telah dilakukan pemisahan tugas antara petugas pelaksana pemberian kredit gadai dengan petugas pengawas pelaksanaan pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI). Petugas pengawas dalam hal ini adalah kepala cabang sebagai pemegang jabatan tertinggi di PT. Pegadaian Wilayah Medan.

### **Prosedur Otorisasi yang Tepat**

Pada proses ini analisis terhadap permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) langsung ditangani oleh penaksir, sehingga penaksir dapat langsung mengetahui apakah barang jaminan dari nasabah tersebut layak untuk dijadikan barang jaminan atau tidak. Hal ini dapat mengoptimalkan waktu dan prosedur pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), baik untuk keperluan nasabah maupun untuk kepentingan PT. Pegadaian itu sendiri.

### **Dokumen dan Catatan yang Memadai**

Perancangan dan penggunaan dokumen dan catatan pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) yang dilakukan pada PT. Pegadaian Wilayah Medan sudah memadai. Yang ditunjukkan dengan adanya pengendalian intern berupa formulir dengan nomor urut tercetak untuk semua formulir yang digunakan dalam siklus pemberian kredit; adanya pencatatan terhadap formulir yang telah digunakan, yang belum digunakan dan yang batal digunakan oleh PT Pegadaian Wilayah Medan Malang ke dalam buku pemberian yang diselenggarakan oleh bagian administrasi yang dimaksudkan untuk menjaga aset perusahaan.

### **Kontrol Fisik Aktiva dan Catatan**

Pada proses permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), kontrol terhadap fisik aktiva dan catatan dilakukan dengan memeriksa syarat-syarat kelengkapan permohonan kredit yaitu Formulir Permohonan Kredit (FPK) yang diisi oleh nasabah dengan lengkap dan benar,

fotocopy identitas diri nasabah dan barang jaminan sebagai penjamin atas kredit yang akan diberikan.

Berdasarkan uraian di atas maka PT Pegadaian Wilayah Kota Medan sudah menerapkan sistem pengendalian manajemen penyaluran Kredit Angsuran Fidusia (KREASI) dengan baik karena telah dilaksanakan melalui empat tahapan yaitu tahap Persiapan Kredit, Tahap Analisis Kredit, Tahap Keputusan Kredit dan Tahap Pelaksanaan kredit.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. Personel yang Kompeten dan Dapat Dipercaya. Dalam proses ini PT. Pegadaian Wilayah Medan memiliki personel yang dapat diandalkan. Yang terlihat dengan adanya personel yang tahu dan paham akan hal-hal dan syarat-syarat yang harus dipenuhi nasabah dalam mengajukan permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah yang berkaitan dengan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI).
2. Pemisahan Tugas yang Memadai. Proses analisis pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) dilakukan oleh penaksir I, kemudian hasil taksiran dari penaksir I akan ditaksir ulang oleh penaksir II dalam hal ini adalah kepala cabang sebagai bentuk pengawasan dalam pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI). Setelah diadakan penaksiran maka proses analisis dan keputusan pemberian kredit dilakukan oleh KPK.
3. Prosedur Otorisasi yang Tepat. Pada proses ini analisis terhadap permohonan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI) langsung ditangani oleh penaksir, sehingga penaksir dapat langsung mengetahui apakah barang jaminan dari nasabah tersebut layak untuk dijadikan barang jaminan atau tidak. Hal ini dapat mengoptimalkan waktu dan prosedur pemberian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), baik untuk keperluan nasabah maupun untuk kepentingan PT. Pegadaian itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, M. (2015). PENGARUH PENGENDALIAN INTERN DAN PENILAIAN KREDIT TERHADAP NON PERFORMING LOAN (NPL) PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI KABUPATEN KUDUS. *Journal Of Accounting*, 1(1).
- Alfian, D., Iriyadi, I., & Pramiudi, U. (2013). Anggaran Biaya Sebagai Alat Pengendalian Manajemen Pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1(3), 193-202.
- MUCHAMAD ROBI CAHYONI, M. R. C. (2019). PENGARUH STRUKTUR PENGENDALIAN INTERN TERHADAP KELANCARAN PENGEMBALIAN KREDIT PADA KSP BANGUN JAYA MAKMUR DI JOMBANG (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO).
- Pakekong, G. (2016). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Penyaluran Kredit Angsuran Fidusia (Kreasi) Pada Pt Pegadaian Wilayah Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Saraswati, L., & Yadnyana, I. K. (2014). Pengaruh Struktur Pengendalian Intern Terhadap Kelancaran Pengembalian Kredit Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(1), 122-134.

# The Effect of Organizational Commitment, Moral Leadership, Work Environment, Religiosity and Love of Money Towards Fraud Intention

## Pengaruh Komitmen Organisasi, Moral Pimpinan, Lingkungan Pekerjaan, Religiusitas dan Love of Money terhadap Fraud Intention

Kamelia Astuty  
Universitas Dehasen Bengkulu  
Email: <sup>1)</sup> [kamelia@unived.ac.id](mailto:kamelia@unived.ac.id)

### How to Cite :

Astuty, K. (2022). The Effect of Organizational Commitment, Moral Leadership, Work Environment, Religiosity and Love of Money Towards Fraud Intention. EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [02 Januari 2021]

Accepted [20 Januari 2022]

### KEYWORDS

*Organizational Commitment, Leadership Moral, Work Environment, Religiosity, Love of Money, Fraud Intention*

*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 membuktikan pengaruh komitmen organisasi, moral pimpinan, lingkungan pekerjaan, religiusitas dan love of money terhadap fraud intention pada karyawan Bank Bengkulu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Responden adalah seluruh pegawai/karyawan Bank Bengkulu yang bekerja pada bagian akuntansi dan teller. Pengumpulan data melalui survei online dengan google form, sedangkan analisis data menggunakan model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin tinggi komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Moral pimpinan berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin tinggi moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Lingkungan pekerjaan berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin baik lingkungan kerja maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Religiusitas berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Love of money berpengaruh positif terhadap fraud intention. Artinya, semakin karyawan cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan tinggi. Penelitian berimplikasi kepada Bank Bengkulu bahwa temuan penelitian didapat love of money tergolong tinggi. Dalam teori Theory of Planned Behavior disebutkan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang melandasi perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Intensi inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku seseorang. Oleh sebab itu, manajemen Bank Bengkulu dapat mengurangi fraud intention ini melalui pelatihan karakter (softskill) dengan fokus terhadap core values yang dimiliki oleh Bank Bengkulu.

### ABSTRACT

*Many factors influence a person to commit cheating. Several studies have also been conducted to examine matters regarding fraud, both the factors that influence it and the impact it causes. The purpose of this study was to prove the effect of organizational commitment, leadership morale, work environment, religiosity and love of money on fraud intention among Bank Bengkulu employees. This type of research is a quantitative study.*

*Respondents are all Bengkulu Bank employees who work in accounting and teller departments. Data collection through online surveys with google form. The results showed that organizational commitment had a negative effect on fraud intention. This means that the higher the employee's commitment to the organization, the lower the desire to commit fraud. Leadership morale has a negative effect on fraud intention. This means that the higher the morale of the leadership, the lower the desire to commit fraud. The work environment has a negative effect on fraud intention. This means that the better the work environment, the lower the desire to commit fraud. Religiosity has a negative effect on fraud intention. This means that the more religious an employee is, the lower the desire to commit fraud. Love of money has a positive effect on fraud intention. This means that the more employees love money, the more likely they are to cheat.*

## PENDAHULUAN

Kecurangan (fraud) didefinisikan sebagai suatu kejahatan yang menggunakan penipuan sebagai modus utamanya dan dengan demikian mencakup banyak perilaku menyimpang oleh individu dan organisasi, beberapa diantaranya tidak selalu bersifat kriminal tetapi secara moral meragukan (Wells, 1997). Kecurangan (fraud), jika tidak secara efektif dicegah dan dideteksi, dapat mengakibatkan kerusakan serius pada suatu organisasi. Fraud memiliki sifat yang dinamis sehingga dapat terjadi dimana pun dan kapan pun, tidak hanya fokus pada satu jenis sektor industri saja melainkan dapat terjadi di berbagai jenis sektor industri perusahaan. Association of Certified Fraud Examiners (ACFE), (2016) mengindikasikan bahwa sektor industri perbankan dan jasa keuangan (banking and financial service) sebagai sektor industri yang memiliki frekuensi fraud tertinggi serta organisasi pertama paling dirugikan akibat fraud dibandingkan dengan sektor industri lainnya dengan presentase kerugian sebesar 16.8%. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2017) selaku pihak yang menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap kegiatan di sektor jasa keuangan secara menyeluruh telah mengungkap 126 kasus terkait dugaan tindak kecurangan perbankan (fraud banking) pada 69 kantor perbankan yang tersebar di seluruh Indonesia dengan modus fraud kejahatan kredit, seperti debitur fiktif, angsuran tidak disetorkan padahal debiturnya sudah membayar, serta modus meminjam uang kas tanpa melalui prosedur perbankan.

Tinjauan yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atas pelaporan tindakan fraud yang diperoleh dari seluruh bank umum di Indonesia, mengindikasikan total kerugian atas tindakan fraud yang terjadi pada tahun 2015 mencapai nilai sebesar Rp.7.071.615.936.801. Nominal tersebut bukanlah suatu hal yang mengejutkan, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi fraud tertinggi pada regional Asia Tenggara (Asia Pacific) yaitu menduduki peringkat dua teratas setelah negeri tirai bambu Cina sebagaimana dinyatakan Association of Certified Fraud Examiners dalam Report to The Nations pada tahun 2016. Sebagaimana dinyatakan pula bahwa total kerugian yang ditimbulkan akibat terjadinya kasus fraud pada seluruh sektor industri di Indonesia menunjukkan angka 42 dengan jenis fraud terbanyak ditemukan dalam bentuk asset misappropriation terjadi lebih dari 83% kasus dan lebih dari 50% kasus fraud yang terjadi pada seluruh sektor industri dan telah dilaporkan berasal dari sektor industri perbankan (Association-of-Certified-Fraud-Examiners-(ACFE), 2016).

Survei yang dilakukan oleh Ernst & Young dalam Survei Fraud Indonesia (SFI) yang berpedomankan pada pola survei yang dilakukan oleh ACFE - Global Fraud Study dalam Report to The Nation (2016) menyatakan bahwa motivasi fraudster untuk melakukan fraud dikarenakan adanya keinginan untuk berperilaku berkehidupan mewah (extravaganza life style). Terungkapnya berbagai macam kasus fraud di media massa telah memperlihatkan bahwa industri perbankan menjadi lebih rentan terhadap fraud dalam beberapa tahun terakhir, meskipun sejumlah strategi

dalam mengendalikan fraud telah diimplementasikan secara maksimal. Kasus fraud yang terjadi pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) cabang cikeas pada tahun 2016 terkait kasus pemalsuan bilyet giro deposito yang telah mengakibatkan BTN harus menderita kerugian sebesar Rp 258 milyar. Kemudian, kasus pembobolan tujuh bank terkait modus kredit fiktif PT. Rockit Aldeway (2017) dimana dalam kasus kredit fiktif Aldeway, tindakan fraud telah menimbulkan kerugian mencapai Rp 846 miliar. Serta kasus fraud Malinda Dee pada Citibank yang menjabat sebagai relationship manager citigold dengan modus pencucian uang mencapai kerugian senilai Rp 40 miliar. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun Bank Indonesia telah menetapkan strategi anti-fraud sebagaimana dinyatakan dalam Surat Edaran Bank Indonesia No.13/28/DPNP per tanggal 9 Desember 2011, kasus fraud masih kerap ditemukan di industri perbankan.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan kecurangan. Beberapa penelitian pun juga telah dilakukan untuk meneliti hal-hal mengenai kecurangan, baik itu faktor yang mempengaruhi maupun dampak yang ditimbulkannya. Penelitian awal yang menguji love of money (kecintaan terhadap uang) pertama kali dilakukan oleh Tang dan Chiu (2003) dimana mereka membuktikan bahwa kecintaan terhadap uang merupakan persoalan mendasar dari fraud dan kecintaan terhadap uang merupakan variabel mediator atas perilaku tidak etis (Sardzoska & Tang, 2011). Selanjutnya Tang dan Chiu (2003) juga membuktikan komitmen organisasi karyawan tidak akan terkait dengan fraud jika karyawan memiliki kepuasan tinggi dengan gaji yang mereka terima.

Penelitian yang dilakukan oleh Sardzoska dan Tang (2011) dengan menggunakan pendekatan teori perilaku yang direncanakan untuk mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi niat karyawan untuk melakukan fraud. Sardzoska dan Tang (2011) menggunakan variabel lingkungan kerja untuk mengidentifikasi efek dari lingkungan kerja dilihat dari tiga dimensi: (1) relationship, (2) pertumbuhan pribadi atau orientasi tujuan, dan (3) pemeliharaan dan perubahan sistem.

Moral pimpinan juga mempengaruhi intensi kecurangan, Mayer dan Greenbaum (2010) telah menguji hubungan antara moral pemimpin terhadap perilaku yang menyimpang, dimana mereka mendapatkan bahwa moral pemimpin berpengaruh negatif terhadap perilaku menyimpang. Moral pimpinan adalah perilaku yang pantas secara normatif sehingga mereka tampak jujur dan dapat dipercaya oleh orang lain. Moral pimpinan berarti bahwa pemimpin secara terbuka dan eksplisit berbicara tentang etika dan mempengaruhi perilaku dan kepercayaan karyawan (Ciulla, 1995).

Lingkungan kerja mempengaruhi tingkat intensi kecurangan, lingkungan yang penuh dengan kecurangan mempengaruhi tingkah laku karyawan. Seseorang yang terlibat dalam satu lingkungan akan meniru apa yang dilihat orang di lingkungan itu (Taiwo, 2009). Amabile et al., (1996) menemukan bukti bahwa pada suatu lingkungan kerja yang menguntungkan menciptakan kreativitas, perilaku etis dan kinerja bagi para karyawan akan sulit untuk berperilaku curang. Lingkungan kerja yang menguntungkan akan meningkatkan kepuasan kerja dan mampu menurunkan perilaku curang.

Penelitian ini mencoba mengeksplorasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan untuk melakukan fraud intention dengan menggunakan beberapa faktor love of money, komitmen organisasi, moral pimpinan, lingkungan pekerjaan, dan religiusitas. Penelitian ini merupakan replikasi atas penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono dan Urumsah (2016) yang menguji beberapa faktor yang mempengaruhi keinginan karyawan non medikal untuk melakukan fraud.

## LANDASAN TEORI

### Grand Theory

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah Theory of Planned Behavior (TPB). Teori ini dapat digunakan untuk menilai dan mengukur keinginan melakukan kecurangan. Teori ini

menjelaskan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang melandasi perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Intensi inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku seseorang. Theory of planned behavior cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1991) keinginan untuk melakukan sesuatu mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu perilaku, semakin kuat keinginan individu untuk berperilaku curang maka besar kemungkinan niat tersebut diaktualisasikan dalam bentuk suatu perilaku.

### **Kecurangan (Fraud)**

Fraud atau kecurangan adalah segala tindakan yang disengaja untuk berbuat kecurangan atau penipuan yang dapat merugikan orang lain. Fraud ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan pribadi atau sekelompok orang tertentu. Menurut Association of Certified Fraud Examiners (2014) kecurangan (fraud) didefinisikan sebagai penggunaan dari suatu kedudukan untuk memperkaya pribadi dengan cara penyalahgunaan yang dilakukan dengan sengaja terhadap penggunaan sumber daya atau aset milik perusahaan.

Menurut Tuanakotta (2007) kecurangan adalah setiap tindakan ilegal yang ditandai dengan penipuan, menyembunyian, atau ancaman kepercayaan. Tindakan ini tidak tergantung pada penerapan ancaman kekerasan atau kekuatan fisik. Penipuan dilakukan oleh individu, dan organisasi untuk mendapatkan uang, properti, atau layanan untuk menghindari pembayaran atau kehilangan layanan, atau untuk mengamankan keuntungan bisnis pribadi. Arens, et al. (2012) menjelaskan bahwa fraud mencakup: "Penggelapan, manipulasi pelanggaran karena jabatan, pencurian, ketidakjujuran, kelakuan buruk, kelalaian, penggelapan pajak, penyuaipan, pemerasan, penyerobotan, salah saji". Tidak jauh berbeda dengan (Ziegenfuss, 1996), fraud dapat dalam berbagai bentuk, seperti penggelapan, perdagangan orang dalam, perdagangan sendiri, berbohong, kegagalan untuk mengungkapkan fakta, korupsi, manipulasi akun, suap, vendor hantu, dan banyak lagi.

### **Komitmen Organisasi**

Meyer dan Allen dalam (Suharto & Suyanto, 2019) mendefinisikan dimana komitmen organisasi sebagai sebuah keadaan psikologi yang mengkarakteristikan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya yang mempengaruhi apakah karyawan akan tetap bertahan dalam organisasi atau tidak, yang teridentifikasi dalam tiga komponen yaitu: komitmen afektif, komitmen berkelanjutan dan komitmen normatif.

Komitmen pada organisasi tersebut juga membahas kedekatan karyawan terhadap organisasi dimana mereka berada dan sekaligus komitmen merefleksikan kekuatan keterlibatan dan kesetiaan karyawan pada organisasi. Keterlibatan dan kesetiaan ini sangat dipengaruhi oleh seberapa besar pekerjaan yang dibebankan pada karyawan sesuai dengan harapan mereka (Chen, et al., 2018)

Definisi lainnya dikemukakan oleh (Robbins & Judge, 2013) yaitu keterlibatan pekerjaan yang tinggi berarti memihak pada pekerjaan tertentu, sementara komitmen organisasional yang tinggi berarti memihak organisasi yang merekrut individu tersebut. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh apa yang dikemukakan oleh (Lapointe & Vandenberghe, 2018) yang menyatakan bahwa komitmen organisasional merupakan tingkat dimana individu memihak dan ingin secara berkelanjutan berpartisipasi aktif dalam organisasi, yang tercermin melalui karakteristik-karakteristik sebagai berikut: (1) Adanya keyakinan yang kuat dan penerimaan atas nilai dan tujuan organisasi, (2) Kesiediaan untuk mengusahakan yang terbaik bagi organisasi, dan (3) Adanya keinginan yang pasti untuk bertahan dalam organisasi. Komitmen organisasional ialah kedekatan karyawan dengan organisasi dimana mereka berada, ada juga yang menyatakan komitmen adalah keterlibatan & kesetiaan karyawan terhadap organisasi (Al-Madi, et al., 2017)

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif dengan metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui metode angket, yaitu menyebar daftar pertanyaan (kuesioner).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi partial untuk menguji kelima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan software SPSS untuk menguji hubungan antar variabel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda yaitu suatu model linier regresi yang variabel dependennya merupakan fungsi linier dari beberapa variabel bebas. Teknik analisis ini bermanfaat untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lain. Regresi linier berganda sangat dibutuhkan dalam berbagai pengambilan keputusan baik dalam perumusan kebijakan manajemen maupun dalam telaah ilmiah. Persamaan regresi berdasarkan kerangka analisis yang telah ditulis adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y = *Fraud Intention*
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien Regresi Linier Berganda
- e = Kesalahan Residual (*error*)
- X<sub>1</sub> = Komitmen Organisasi
- X<sub>2</sub> = Moral Pimpinan
- X<sub>3</sub> = Lingkungan Pekerjaan
- X<sub>4</sub> = Religuitas
- X<sub>5</sub> = *Love of Money*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Model linier regresi bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai arah pengaruh variabel komitmen organisasi, moral pimpinan, lingkungan pekerjaan, religiusitas, *love of money* terhadap *fraud intention*. Hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,922	1,499		2,080	0,040	
Komitmen Organisasi	-0,176	0,248	-0,148	-2,305	0,030	Diterima
Moral Pimpinan	-0,112	0,285	-0,147	-4,392	0,003	Diterima
Lingkungan Kerja	-0,229	0,256	-0,216	-3,114	0,010	Diterima
Religuitas	-0,315	0,284	-0,127	-3,112	0,012	Diterima
<i>Love of Money</i>	0,309	0,202	0,165	4,531	0,009	Diterima

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, Lampiran 20

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi, moral pimpinan, lingkungan pekerjaan, religiusitas, *love of money* terhadap *fraud intention*. Berdasarkan Tabel 4.10

dari hasil pengujian statistik variabel komitmen organisasi menunjukkan signifikansi variabel komitmen organisasi  $0,030 < 0,05$  dan koefisien regresi variabel komitmen bernilai negatif, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif dari variabel komitmen organisasi terhadap *fraud intention*, dengan demikian hipotesis alternatif (Ha1) yang menyatakan komitmen organisasi berpengaruh negatif terhadap *fraud intention* dapat **Diterima**. Artinya, semakin tinggi komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah komitmen terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.

Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel moral pimpinan berpengaruh terhadap *fraud intention*. Hasil pengujian statistik variabel moral pimpinan memiliki signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  dan koefisien regresi variabel moral pimpinan bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa variabel moral pimpinan memiliki arah pengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Dengan demikian hipotesis alternatif (Ha2) yang menyatakan moral pimpinan berpengaruh negatif terhadap *fraud intention* **Diterima**. Artinya, semakin tinggi moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.

Pengujian statistik untuk variabel lingkungan pekerjaan berdasarkan tabel 1. menunjukkan variabel lingkungan pekerjaan berpengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Nilai signifikansi t untuk variabel *fraud intention* sebesar  $0,010 < 0,05$  dan koefisien regresi variabel lingkungan pekerjaan bernilai negatif, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif dari variabel lingkungan pekerjaan terhadap *fraud intention*. Dengan demikian hipotesis alternatif (Ha3) yang menyatakan lingkungan pekerjaan berpengaruh negatif terhadap *fraud intention* **Diterima**. Artinya, artinya semakin baik lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin buruk lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.

Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap *fraud intention*. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel religiusitas dengan signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$  dan koefisien regresi variabel religiusitas bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki arah pengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Dengan demikian hipotesis alternatif (Ha4) yang menyatakan religiusitas berpengaruh negatif terhadap *fraud intention* **Diterima**. Artinya, semakin religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin kurang religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.

Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel *love of money* berpengaruh terhadap *fraud intention*. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel *love of money* dengan signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$  dan koefisien regresi variabel *love of money* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel *love of money* memiliki arah pengaruh positif terhadap *fraud intention*. Dengan demikian hipotesis alternatif (Ha5) yang menyatakan *love of money* berpengaruh positif terhadap *fraud intention* **Diterima**. Artinya, semakin karyawan cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan tinggi. Sebaliknya, semakin karyawan kurang cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin rendah.

## PEMBAHASAN

Sub bagian pembahasan ini menjelaskan hasil penelitian pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh komitmen organisasi, moral pimpinan, lingkungan pekerjaan, religiusitas, *love of money* terhadap *fraud intention*.

### Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap *Fraud Intention*

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa komitmen organisasi berpengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Artinya, semakin tinggi komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi. Hasil ini

mendukung penelitian Tang dan Chiu (2003); Zulaikha dan Hadiprajitno (2016) dalam penelitiannya menemukan pengaruh negatif komitmen organisasi terhadap perilaku curang, salah satu faktor yang mempengaruhi kecurangan adalah karyawan yang memiliki komitmen organisasi rendah.

Komitmen organisasi pada penelitian ini termasuk dalam penilaian tinggi. Artinya, komitmen karyawan terhadap Bank Bengkulu adalah tinggi, mereka merasa menjadi bagian dari keluarga Bank Bengkulu dan merasa bahwa Bank Bengkulu telah banyak berjasa bagi hidup mereka. Komitmen organisasi merupakan keadaan dimana seorang karyawan memihak pada satu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berniat untuk memelihara keanggotaannya dalam organisasi tersebut (Robbins & Judge, 2013). Ketika karyawan memiliki komitmen organisasi, maka karyawan akan memiliki keterikatan emosional dan penyesuaian nilai-nilai dengan organisasi yang nantinya berdampak pada suatu tindakan positif untuk kemajuan organisasi.

Keinginan melakukan kecurangan merupakan tindakan yang sudah direncanakan sebelumnya. Keputusan untuk melakukan atau tetap diam melihat adanya kecurangan dilandasi oleh niat yang timbul dari individu (Ajzen, 2012). Karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang rendah, cenderung akan mencari kelemahan sistem perusahaan untuk mengambil keuntungan. Perilaku curang berarti karyawan memiliki komitmen organisasi yang rendah dan tidak mencintai tempat kerjanya.

### **Pengaruh Moral Pimpinan terhadap *Fraud Intention***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa moral pimpinan berpengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Artinya, semakin tinggi moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi. Hasil ini sejalan dengan Mayer dan Greenbaum (2010); Kurniawan (2013) yang juga menemukan berpengaruh negatif moral pimpinan terhadap perilaku menyimpang.

Moral pimpinan pada Bank Bengkulu dalam penilaian baik, hasil ini sesuai dengan salah satu *core values* perusahaan bahwa karyawan harus membangun kepercayaan dengan kejujuran, tanggung jawab, dan melaksanakan tugas dengan dedikasi yang tinggi, serta menjunjung tinggi dan menaati kode etik Bankir. Kepemimpinan sebagai dorongan untuk mencapai tujuan organisasi, maka pemimpin harus memiliki sesuatu yang dapat mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuannya. Pemimpin tidak hanya harus memiliki kompetensi tetapi juga harus bermoral (Ciulla, 1995). Pemimpin harus menunjukkan standar perilaku moral dan etika tertinggi dalam setiap hari dalam pembicaraan, perilaku, tindakan, dan membuat keputusan sehingga orang lain dalam organisasi dapat mengikuti (Toor dan Ofori, 2009).

Trongmateerut & Sweeney (2012), mengatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi niat seseorang didasari oleh teori *Reasoned Action* atau sikap dan norma subjektif orang tersebut. Moral merupakan perilaku yang pantas secara normatif sehingga mereka tampak jujur, dapat dipercaya oleh orang lain. Moral pimpinan berarti bahwa pemimpin secara terbuka dan eksplisit berbicara tentang etika dan mempengaruhi perilaku dan kepercayaan karyawan (Ciulla, 1995). Artinya, pimpinan yang memiliki moral yang baik akan cenderung jujur, dapat dipercaya, dan menjauh dari perilaku curang.

### **Pengaruh Lingkungan Pekerjaan terhadap *Fraud Intention***

Hasil penelitian didapatkan bahwa lingkungan pekerjaan berpengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Artinya, artinya semakin baik lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin buruk lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi. Hasil ini mendukung Sardzoska dan Tang (2011), bahwa pada lingkungan kerja yang kurang baik dan budaya kerja yang jelek akan menciptakan perilaku curang karyawan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa karyawan yang terlibat dalam satu lingkungan yang penuh kecurangan akan meniru apa yang dilihat karyawan di lingkungan itu.

Lingkungan kerja di Bank Bengkulu termasuk dalam penilaian yang baik, seperti keamanan terjamin sehingga karyawan merasa aman dan nyaman bekerja, suasana kerja di Bank Bengkulu berjalan kondusif. Lingkungan kerja menggambarkan bagaimana situasi di tempat kerja mempengaruhi tingkah laku karyawan. Seseorang yang terlibat dalam satu lingkungan akan meniru apa yang dilihat orang di lingkungan itu. Amabile *et al.*, (1996) menemukan bukti bahwa pada suatu lingkungan kerja baik, intensi kecurangan karyawan akan rendah.

Sikap kepada perilaku (*attitude toward behavior*) adalah evaluasi seseorang secara positif atau negatif, termasuk kepada lingkungan (Ajzen, 2012). Menurut Anggar & Ratnadi (2017) sikap individu terhadap suatu perilaku diperoleh dari keyakinan terhadap konsekuensi yang ditimbulkan perilaku tersebut sehingga apabila seseorang melakukan perilaku yang menghasilkan *outcome* positif, maka individu tersebut memiliki sikap positif, begitu juga sebaliknya.

Kontrol perilaku dapat juga diartikan sebagai pemahaman mengenai sederhana atau kompleksnya dalam melakukan perbuatan atas dasar pada lingkungannya. Individu akan melakukan perilaku jika sudah melakukan evaluasi secara positif terhadap perilaku tersebut, terdapat pengaruh lingkungan untuk melakukan suatu perilaku, serta adanya kepercayaan individu terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 2012). Pegawai yang bekerja pada lingkungan kerja yang tidak mendukung (curang), pada akhirnya akan merasa tertekan dan berkeinginan untuk curang. Jika pun ia benar, tetapi dalam lingkungan yang curang akan menjadi salah.

### **Pengaruh Religiusitas terhadap *Fraud Intention***

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa religiusitas berpengaruh negatif terhadap *fraud intention*. Artinya, semakin religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin kurang religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi. Hasil ini sejalan dengan Yilmaz dan Bahcekapili (2015) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku curang, dimana dalam suatu keyakinan dalam beragama ada larangan untuk melakukan tindakan curang karena itu adalah dosa. Penelitian ini juga mendukung Egita (2019); Jaelani (2020); Herlyana, *et al.* (2017) mendapatkan pengaruh negatif religiusitas dengan kecurangan. Seseorang dengan religiusitas yang tinggi tidak melakukan perilaku curang yang dilarang oleh agama mereka.

Religiusitas karyawan Bank Bengkulu dalam penilaian yang tinggi, mereka melaksanakan ritual keagamaan, memahami hakikat dan aplikasi dalam beragama. Religiusitas pada umumnya terdapat sesuatu yang dirasakan sangat dalam dan bersentuhan dengan keinginan seseorang, membutuhkan ketaatan dan memberikan imbalan atau mengikat seseorang dalam suatu masyarakat (Nashori & Mucharam, 2002). Religiusitas merupakan gambaran keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku (baik tingkah laku yang tampak maupun tak tampak), bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

Seluruh ajaran agama pasti mengajarkan kebaikan dan melarang perilaku curang. Karyawan yang tampak religius, tidak akan berbuat curang. Tapi pernyataan ini tidak sepenuhnya benar, karena menurut Menurut Ajzen (1991) keinginan untuk melakukan sesuatu mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu perilaku, semakin kuat keinginan individu untuk berperilaku curang maka besar kemungkinan niat tersebut diaktualisasikan dalam bentuk suatu perilaku.

### **Pengaruh *Love of Money* terhadap *Fraud Intention***

Hasil penelitian didapatkan bahwa *love of money* berpengaruh positif terhadap *fraud intention*. Artinya, semakin karyawan cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan tinggi. Sebaliknya, semakin karyawan kurang cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin rendah. Hasil ini mendukung Tang dan Chiu (2003); Tang *et al.*, (2004), menemukan bahwa kecintaan atas uang (*love of money*) adalah akarnya dari kejahatan (perilaku curang). Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitiannya yang menyimpulkan para pekerja yang lebih menyukai uang

merasa tidak cukup puas atas pembayaran dari gaji yang mereka terima dan cenderung berperilaku curang.

*Love of money* pada karyawan Bank Bengkulu termasuk dalam penilaian tinggi. Artinya bahwa karyawan Bank Bengkulu memiliki cinta yang cukup berlebihan terhadap uang, mereka terdorong untuk mendapatkan lebih banyak uang atas pekerjaan yang dilakukan. *Love of money* dapat digunakan sebagai motivator kejahatan (*fraud*) (Sardzoska dan Tang, 2011; Tang dan Chiu, 2003). Cinta akan uang (*love money*) didefinisikan sebagai perilaku terhadap uang dari individu termasuk afektif, perilaku, dan komponen kognitif. Arti cinta uang adalah aspirasi atau obsesi terhadap uang (Sardzoska dan Tang, 2011).

Apabila individu meyakini dan menyetujui dirinya melakukan suatu perilaku dan termotivasi mengikuti suatu perilaku, maka individu tersebut dianggap merasakan tekanan sosial, begitu pula sebaliknya (Ajzen, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian Hamilton, et al. (2011) tentang tekanan sosial berhubungan dengan keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Tekanan keuangan biasanya terkait langsung dengan perilaku, seperti sifat serakah, gaya hidup mewah, tagihan dan utang yang tinggi, kerugian keuangan pribadi serta kebutuhan keuangan yang tak terduga (Zimbelman, 2014).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Komitmen organisasi berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin tinggi komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah komitmen karyawan terhadap organisasi maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.
2. Moral pimpinan berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin tinggi moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin rendah moral pimpinan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.
3. Lingkungan pekerjaan berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, artinya semakin baik lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin buruk lingkungan kerja di Bank Bengkulu maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.
4. Religiusitas berpengaruh negatif terhadap fraud intention. Artinya, semakin religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan rendah. Sebaliknya, semakin kurang religius seorang karyawan maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin tinggi.
5. Love of money berpengaruh positif terhadap fraud intention. Artinya, semakin karyawan cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan tinggi. Sebaliknya, semakin karyawan kurang cinta uang maka keinginan melakukan kecurangan akan semakin rendah.

### Saran

Peneliti selanjutnya dapat menjadikan menggali lebih jauh dan lebih dalam bagian-bagian yang terkait atau berpotensi untuk terjadi fraud, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi ke semua pegawai dan tidak bias.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, I. & Rashid, Y., 2017. Effect of personality on organizational commitment and employees' performance: Empirical evidence from banking sector of Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 27(1), pp. 140-147.

- Abun, D., Racoma, A. & Racsca, L., 2017. Moral Leadership of Middle-Lower Level Managers and Employee's Job Satisfaction of Divine Word Colleges in Region I, Philippines as Perceived by the Employees. *Journal of Business Management*, 3(9), pp. 257-288.
- Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(6), pp. 179-211.
- Ajzen, I., 2012. *Attitudes, Personality and Behavior*. New York: Open University Press.
- Albrecht, W. S., 2012. *Fraud Examination*. South-Western: Cengage Learning.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P., 1990. The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(2), pp. 1-18.
- Al-Madi, F., Assal, H., Shrafat, F. & Zeglat, D., 2017. The Impact of Employee Motivation on Organizational Commitment. *Journal of Business Management*, 9(15), pp. 134-145.
- Amabile, T. M. et al., 1996. Assessing the work environment for creativity. *The Academy of Management Journal*, 39(5), pp. 1154-1184.
- Ancok, D. & Suroso, F. N., 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ancona, D., Malone, T., Orlikowski, W. & Senge, P., 2007. In Praise of the Incomplete Leader. *Harvard Business Review*, 85(2), pp. 92-100.
- Andisti, M. A. & Ritandiyono, 2008. Religiusitas dan Perilaku Seks Bebas Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 1(2), pp. 170-176.
- Arens, A., Randal, J., Elder, M. & Beasley, S., 2012. *Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach*. Pearson: Prentice Hall.
- Association-of-Certified-Fraud-Examiners-(ACFE), 2016. Report to the Nations on Occupational Fraud and Abuse. Global Fraud Study. [Online]  
Available at: [www.acfe.com](http://www.acfe.com)  
[Diakses 28 September 2020].
- Bakhshi, A., Kumar, K. & Rani, E., 2009. Organizational justice perception as predictor of job satisfaction and organizational commitment. *International Journal of Business and Management*, 4(9), pp. 145-154.
- Bass, B. M., 1985. *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free Press.
- Basuki & Susilowati, 2005. Dampak Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Semangat Kerja. *Jurnal JRBI*, 1(1), pp. 12-14.
- Bennis, W., 2010. *On Becoming a Leader*. Jakarta: Alex Media.
- Beukhof, G., Jong, M. J. D. & Nijhof, W. J., 2018. Employee commitment in changing organization: An exploration. *Journal of European Industrial Training*, 22(6), pp. 243-248.
- Biddle, C., 2013. *The Objective Standards*. Richmond: Glen Allen Press.
- Biswas, S., 2009. Organizational culture and transformational leadership as predictors of employee performance. *Indian Journal of Industrial relations*, 44(4), pp. 611-627.
- Burns, J. M. G., 1978. *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Chan, L. & Bishop, B., 2013. A moral basis for recycling: extending the theory of planned behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 36(6), pp. 96-102.
- Chen, Y., Zhou, X. & Klyver, K., 2018. Collective efficacy: Linking paternalistic leadership to organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 2(2), pp. 1-17.
- Ciulla, J. B., 1995. Leadership ethics: mapping. *Business Ethic Quarterly*, 5(1), pp. 5-28.
- Cohen, J. D. C., Lesage & Stolowy, H., 2010. Corporate Fraud and Managers' Behavior: Evidence from the Press. *Journal of Business Ethics*, 95(11), pp. 271-315.
- Condit, C. M. & Caudil, S., 1999. *Contemporary rhetorical theory: a reader*. New York: Guilford Press.
- Covey, S. M. R., 2009. *How the Best Leaders Build Trust*. [Online]  
Available at: <http://www.leadershipnow.com/CoveyOnTrust.html>  
[Diakses 28 September 2020].
- Creswell, J. W. & Clark, V. L. P., 2011. *and Conducting Mixed Methods Research*. Amerika: SAGE.

Croall, H., 2007. Victims of white collar and corporate crime. In: Davies P, Francis P and Greer C (eds). *Victims, Crime and Society*, 6(2), pp. 78-108.

Danang, S., 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.

Egita, E., 2019. Pengaruh Religiusitas, Reward and Punishment, dan Job Rotation terhadap Fraud (Studi Pada Karyawan BMT di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), pp. 55-64.

Elias, R. Z., 2010. The Relationship Between Accounting Student Love Of Money and Their Ethical Perception. *Managerial Auditing Journal*, 25(3), pp. 17-26.

Fieser, J., 2002. Ethics, in Internet Encyclopedia. [Online]  
Available at: <http://www.iep.utm.edu/ethics/>  
[Diakses 28 September 2020].

Fishbein, M. & Ajzen, I., 2010. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.

Ghozali, I., 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 2nd penyunt. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glock, C. Y. & Stark, R., 1965. *Religion and Society in Tension*. San Fransisco: Rand McNally.

Glover, H. D. & Aono, J. Y., 1995. Changing the Model for Prevention and Detection of Fraud. *Managerial Auditing Journal*, 10(5), pp. 3-9.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E., 2010. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Heider, F. & Simmel, M., 1958. An experimental study of apparent behavior. *The American Journal of Psychology*, 57(2), pp. 243-259.

Herlyana, M. V., Sujana, E. & Prayudi, M., 2017. Pengaruh Rreliguitas dan Spiritualitas terhadap Kecurangan Akademik Mahasiswa (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Dan Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Agama Hindu Singaraja). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 8(2), pp. 10-19.

Herman, S., 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hester, J. P. & Killian, R. D., 2010. The Moral Foundation of Ethical Leadership. *The Journal of Value-Based Leadership*, 3(1), pp. 7-19.

Hollander, E. P. & Julian, J. W., 2019. Contemporary trends in the analysis of leadership processes. *Psychological Bulletin*, 71(5), pp. 387-397.

Homedes, N. & Ugalde, A., 2014. Neoliberal Reforms In Health Services In Latin America: A Critical View From Two Case Studies. *American Journal of Public Health*, 17(3), pp. 210-220.

Imamoglu, S. Z., Ince, H., Turkcan, H. & Atakay, B., 2019. The Effect of Organizational Justice and Organizational Commitment on Knowledge Sharing and Firm Performance. *Procedia Computer Science*, 158(20), pp. 899-06.

Jaelani, A., 2020. Pengaruh Religuitas, Pengendalian Internal dan Budaya Organisasi terhadap Pencegahan Fraud dengan Dimoderasi oleh Work Family Conflit. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), pp. 26-32.

Jalaluddin, 2001. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Karyono, 2013. *Forensic Fraud*. Yogyakarta: Andi.

Kosfeld, M. et al., 2005. Oxytocin increases trust in humans. *Nature*, 435(12), pp. 673-676.

Krishnan, V. R., 2005. Transformational leadership and outcomes: Role of relationship duration. *Leadership & Organization Journal*, 26(5), pp. 442-457.

Kurniawan, G., 2013. Pengaruh Moralitas, Motivasi, dan Sistem Pengendalian Intern terhadap Kecurangan (Studi Empiris pada SKPD di Kota Solok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(1), pp. 1-30.

Ladkin, D., 2008. Leading beautifully : How mastery, congruence and purpose create the aestic of embodied leadership practice. *The Leadership Quarterly*, 50(5), pp. 31-41.

- Laksmidewi, L., 2017. Evaluasi Implementasi Strategi Anti-Fraud (Studi Pada Pt Bank Bukopin Tbk). Universitas Brawijaya: Sarjana thesis.
- Lambsdorff, J. G., 1999. Corruption in Empirical Research — A Review. [Online] Available at: <http://www.transparency.org>. [Diakses 28 September 2020].
- Lapointe, E. & Vandenberghe, C., 2018. Examination of the Relationships Between Servant Leadership, Organizational Commitment, and Voice and Antisocial Behaviors. *Journal of Business Ethics*, 109(14), pp. 301-307.
- Levi, M., 2008. Organized frauds and organizing frauds: Unpacking the research on networks and group. *Criminology and Criminal Justice*, 8(4), pp. 389-419.
- Luthans, F., 2005. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hills.
- Luz, C. M., Paula, S. L. & Oliveira, L. M., 2018. Organizational commitment, job satisfaction and their possible influences on intent to turnover. *Revista de Gestão*, 5(1), pp. 84-101.
- Mangkunegara, 2011. *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mayer, D. M. K. M. & Greenbaum, R. L., 2010. Examining the link between ethical leadership and employee misconduct: the mediating role of ethical climate. *Journal of Business Ethics*, 9(5), pp. 7-16.
- Milkovich, G. & Newman, J., 2002. *Compensation*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Mowday, R. T., Steers, R. M. & Porter, L. W., 1979. The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(5), pp. 224-247.
- Nashori, F. & Mucharam, R. D., 2002. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- Nillsen, R., 2005. The Concept of Integrity in Teaching and Learning. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 5(2), pp. 1-10.
- Nitisemito, A. S., 2014. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Northouse, P. G., 2016. *Leadership Theory and Practice Seventh Edition*. Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Pradanti & Prastiwi, 2014. Analisis Pengaruh Love Of Money Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3(2), pp. 1-12.
- Rahman, R. A. & Anwar, I. S. K., 2014. Effectiveness of Fraud Prevention and Detection Techniques in Malaysian Islamic Banks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 14(5), pp. 97-102.
- Risnawati, R. & Ghufron, M. N., 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-. Ruzz Media Group.
- Roach, C. F. & Behling, O., 2014. *Leaders and managers: International perspectives on managerial behavior and leadership*. New York: Pergamon Press.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A., 2013. *Organizational Behavior. 15th Edition penyunt*. New Jersey: Pearson Education.
- Robinson, S. L. & Bennett, R. J., 1995. A typology of deviant workplace behavior: a multidimensional scaling study. *The Academy of Management Journal*, 38(2), pp. 555-572.
- Rubenstein, C., 1981. Money and self-esteem, relationships, secrecy, envy, satisfaction. *Psychology Today*, 15(5), pp. 4-11.
- Sardzoska, E. G. & Tang, T. L., 2011. Work-Related Behavioral Intentions in Macedonia: Coping Strategies, Work Environment, Love of Money, Job Satisfaction, and Demographic Variables. *Journal of Business Ethics*, 10(8), pp. 373-391.
- Schultz, D. & Schultz, S. E., 2006. *Psychology & Work Today*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sedarmayanti, 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Sekaran, U., 2012. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shadily, H., 1993. *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siregar, S. V. & Tenoyo, B., 2015. Awareness Survey of Private Sector in Indonesia. *Journal of Financial Crime*, 22(3), pp. 329-346.
- Stanford-Encyclopedia-of-Philosophy, 2016. *Virtue Ethics*. [Online] Available at: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/#Virt>

[Diakses 28 September 2020].

- Sudarsono, H., 2008. Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Suharto & Suyanto, H. N., 2019. The Impact of Organizational Commitment on Job Performance. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(2), pp. 189-206.
- Taherdoost, H., 2016. Validity and Realibility of the Reasearch Instrument; How to test the Validation of Questionnaire/Survey Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(3), pp. 28-36.
- Taiwo, A. S., 2009. The influence of work environment on workers productivity: A case of selected oil and gas industry in Lagos, Nigeria. *African Journal of Business Management*, 4(3), pp. 299-307.
- Tang, T., 1992. The Meaning of Money Revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(6), pp. 197-202.
- Tang, T. L.-P. & Chen, Y.-J., 2007. Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior across College Major and Gender. *Journal of Business Ethics*, 82(5), pp. 1-26.
- Tang, T. L. & Chiu, R. K., 2003. Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is The Love of Money the Root of Evil for Hongkong Employees?. *Journal of Business Ethics*, 46(7), pp. 13-30.
- Tang, T. L.-P., Luna-Arocas, R., Sutarso, T. & Tang, D. S.-H., 2004. Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship?. *Journal of Managerial Psychology*, 9(2), pp. 111-135.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M. & Lauro, C., 2005. PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, 48(1), pp. 159-205.
- Toor, S.-u.-R. & Ofori, G., 2009. Ethical Leadership: Examining the Relationships with Full Range Leadership Model, Employee Outcomes, and Organizational Culture. *Journal of Business Ethics*, 2(1), pp. 1-16.
- Trice, H. M. & Beyer, J. M., 1991. Cultural leadership in organizations. *Organization Science*, 2(2), p. 149-169.
- Tuanakotta, T. M., 2007. Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Twardowski, J., 2015. 10 Characteristics of Good Relationship. [Online] Available at: <http://www.huffingtonpost.com> [Diakses 28 September 2020].
- Wells, J. T., 1997. Occupational Fraud and Abuse. Dexter, MI: Obsidian.
- Wicaksono, A. P. & Urumsah, D., 2016. Factors Influencing Employees To Commit Fraud in Workplace Empirical Study in Indonesian Hospitals. *Asia Pasific Fraud Journal*, 1(1), pp. 1-18.
- Widiyanta, A., 2005. Sikap Terhadap Lingkungan dan Religiusitas. *Jurnal Psikologi*, 1(2), pp. 1-10.
- Williams, B., 1981. Moral Luck: Philosophical Papers 1973-1980. Cambridge: Cambridge University Press..
- Yates, L., 2014. Exploring the Relationship of Ethical Leadership with Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior. *The Journal of Values-Based Leadership*, 7(1), pp. 12-22.
- Yilmaz, O. & Bahcekapili, H. G., 2015. Without God, everything is permitted? The reciprocal influence of religious and metaethical beliefs. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5(8), pp. 95-100.
- Yousef, D. A., 2016. Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government. *International Journal of Public Administration*, 12(3), pp. 77-88.
- Yozgat, U. & Mesekiran, G., 2016. The Impact of Perceived Ethical Leadership and Trust in Leader on Job Satisfaction. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), pp. 50-61.

- Ziegenfuss, D. E., 1996. State and Local Government Fraud Survey for 1995. USA: MCB University Press.
- Zulaikha & Hadiprajitno, P. B., 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi procurement fraud: sebuah kajian dari perspektif persepsian auditor eksternal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 13(3), pp. 194-220.

## Analysis of the Contribution of the Agricultural Sector to the GRDP Value of Dairi Regency, North Sumatra Province

### Analisis Kontribusi Sektor Pertanian terhadap Nilai PDRB Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara

Marliyah<sup>1)</sup>; Muhammad Syahbudi<sup>2)</sup>; Lisna Limbong<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup>[lisnalimbong611@gmail.com](mailto:lisnalimbong611@gmail.com)

#### How to Cite :

Marliyah, Syahbudi, M., Limbong, L. (2022). Analysis of the Contribution of the Agricultural Sector to the GRDP Value of Dairi Regency, North Sumatra Province. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [02 Januari 2021]

Accepted [20 Januari 2022]

#### KEYWORDS

Dairi Regency, Agriculture Sector, GRDP.

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



#### ABSTRAK

Sektor pertanian di Kabupaten Dairi merupakan sektor strategis yang mempunyai keterkaitan erat dengan pengurangan kemiskinan, upaya mengatasi pengangguran, usaha membangun ketahanan pangan, memproduksi pangan, usaha pelestarian lingkungan dan basis pembangunan ekonomi daerah. Selain itu, menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi, sektor pertanian memberikan distribusi persentase yang tertinggi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari tahun 2014-2018 dibandingkan sektor lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang seberapa besar kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Dairi dan untuk mengetahui seberapa besar proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian pada tahun 2025 di Kabupaten Dairi dengan jenis penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder. Penelitian ini menggunakan data time series berbentuk data tahunan dengan rentang waktu pada tahun 2016-2020. Data dianalisis dengan menggunakan analisis kontribusi dan analisis trend kuadrat terkecil (least square method). Proses pengolahan data menggunakan software excel. Hasil analisis kontribusi menunjukkan bahwa kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi pada tahun 2016 sebesar 46.02%, pada tahun 2017 sebesar 45.68%, pada tahun 2018 sebesar 45.29%, pada tahun 2019 sebesar 44.79%, dan pada tahun 2020 sebesar 45.19%. Hasil analisis trend kuadrat terkecil (least square method) menunjukkan proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi pada tahun 2021 sebesar 44.63%, pada tahun 2022 sebesar 44.37%, pada tahun 2023 sebesar 44.12%, pada tahun 2024 sebesar 43.86% dan pada tahun 2025 sebesar 43.61%.

#### ABSTRACT

The agricultural sector in Dairi Regency is a strategic sector that has close links with poverty reduction, efforts to overcome unemployment, efforts to build food security, food production, environmental conservation efforts and the basis of regional economic development. the distribution of the highest percentage of Gross Regional Domestic Product (GRDP) from 2014-2018 compared to other sectors. This study aims to examine how big the contribution of the agricultural sector to the Gross Regional Domestic

*Product (GRDP) in Dairi Regency and to find out how big the projected growth of the agricultural sector's contribution in 2025 in Dairi Regency is with quantitative research using secondary data. This study uses time series data in the form of annual data with a time span of 2016-2020. Data were analyzed using contribution analysis and least squared trend analysis (least square method). Process data processing using excel software. The results of the contribution analysis show that the contribution of the agricultural sector to the Gross Regional Domestic Product (GDP) of Dairi Regency in 2016 was 46.02%, in 2017 it was 45.68%, in 2018 it was 45.29%, in 2019 it was 44.79%, and in 2020 by 45.19%. The results of the analysis of the least squares trend (least square method) show the projected growth of the contribution of the agricultural sector to the Gross Regional Domestic Product (GDP) of Dairi Regency in 2021 by 44.63%, in 2022 by 44.37%, in 2023 by 44.12%, in 2024 by 43.86% and in 2025 by 43.61%.*

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan tumpuan perekonomian Indonesia. Meskipun kontribusi relatif pertanian terhadap perekonomian diukur sebagai proporsi nilai tambah dalam PDB (Produk Domestik Bruto) atau pendapatan nasional yang menurun dari tahun ke tahun, bukan berarti nilai dan perannya tidak signifikan. Nilai tambah sektor pertanian terus meningkat dari waktu ke waktu. Peran sektor ini dalam menyerap tenaga kerja tetap yang paling penting. Mayoritas penduduk Indonesia yang sebagian besar tinggal di pedesaan masih mengandalkan sektor pertanian untuk mata pencahariannya.

Pertanian dapat berkontribusi dalam perekonomian nasional, menghadapi dinamika dan perdagangan bebas diperlukan suatu perencanaan nasional dengan pemilihan atas dasar prioritas dan sasaran dari program pembangunan pertanian. Salah satu aspek yang cukup menentukan keberhasilan pembangunan adalah dengan mengolokasikan investasi yang sesuai dengan lokasi dan kondisi masyarakat. Pertanian dan pembangunan pedesaan memiliki potensi yang cukup besar terkait dengan masalah-masalah kontribusi terhadap perekonomian nasional melalui hasil yang diperoleh dari pendapatan domestik bruto, sehingga sektor pertanian ditempatkan pada posisi prioritas dalam perencanaan pembangunan nasional. Pembangunan pertanian di Indonesia dianggap penting dari keseluruhan pembangunan nasional. Pentingnya pertanian dalam pertumbuhan ekonomi yang dipimpin oleh sektor pertanian, dan pertumbuhan pertanian akan meningkatkan laju pertumbuhan total pendapatan daerah (PDB).

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan indikator makro ekonomi yang pada umumnya digunakan untuk mengukur kinerja ekonomi di suatu negara. Sedangkan untuk tingkat wilayah, baik di tingkat wilayah provinsi maupun kabupaten atau kota digunakan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) baik atas harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. Nilai PDRB suatu wilayah dapat memberikan informasi tingkat pertumbuhan ekonomi maupun tingkat kemakmuran masyarakat terhadap wilayah tersebut. Semakin tinggi PDRB suatu daerah maka dapat dikatakan bahwa pertumbuhan ekonominya juga semakin tinggi, atau kesejahteraan masyarakatnya semakin baik.

Sektor pertanian di Kabupaten Dairi merupakan sektor strategis yang mempunyai keterkaitan erat dengan pengurangan kemiskinan, upaya mengatasi pengangguran, usaha membangun ketahanan pangan, memproduksi pangan, usaha pelestarian lingkungan dan basis pembangunan ekonomi daerah. Selain itu, menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi, sektor pertanian memberikan kontribusi yang tertinggi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari tahun 2014-2018 dibandingkan dengan sektor lainnya, pada tahun 2014 sebesar 47,47%, tahun 2015 sebesar 46,56%, tahun 2016 sebesar 46,02%, tahun 2017 sebesar 45,67%, tahun 2018 sebesar 45,29%. Meskipun tidak mengalami kenaikan setiap tahunnya, tetapi sektor pertanian memberikan

kontribusi yang besar dibandingkan sektor lainnya. Berikut data distribusi persentase PDRB atas dasar harga konstan tahun 2010.

**Tabel 1. Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010**

Kategori/Lapangan Usaha	Distribusi Persentase PDRB Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010 (Persen)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Pertanian, kehutanan dan perikanan	47,47	46,56	46,02	45,67	45,29
Pertambangan dan penggalian	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Industri pengolahan	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33
Pengadaan listrik dan gas	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
Konstruksi	12,21	12,42	12,66	12,86	12,97
Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	15,49	15,96	16,38	16,56	16,69
Transportasi dan pergudangan	3,57	3,63	3,68	3,75	3,82
Penyediaan akomodasi dan makan minum	2,87	2,93	2,99	2,99	2,99
Informasi dan komunikasi	1,18	1,16	1,14	1,14	1,15
Jasa keuangan dan asuransi	2,02	2,07	2,04	2,03	2,01
Real estat	2,70	2,67	2,62	2,66	2,67
Jasa perusahaan	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Administrasi pemerintahan pertahanan dan jaminan sosial wajib	9,36	9,44	9,28	9,13	9,20
Jasa pendidikan	1,86	1,87	1,90	1,91	1,92
Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	0,62	0,62	0,62	0,64	0,64
Jasa lainnya	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber: BPS Kabupaten Dairi

Berdasarkan informasi tentang perkembangan Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Dairi tahun 2014-2018, dapat diketahui bahwa distribusi persentase sektor pertanian terhadap PDRB setiap tahunnya turun. Hal ini menunjukkan bahwa ada kecenderungan terjadinya proses transformasi struktural perekonomian dan perubahan/pergeseran peranan sektor pertanian di Kabupaten Dairi. Sedangkan menurut pemikiran teori pembangunan modern, kontribusi sektor pertanian terhadap pembentukan PDB akan semakin berkurang dengan semakin majunya perekonomian suatu negara atau wilayah, tetapi penurunan kontribusi tersebut akan terkompensasi oleh peningkatan kontribusi sektor lain (sekunder atau tersier). Penurunan kontribusi sektor pertanian dalam pembentukan PDB seharusnya juga diikuti oleh penurunan peran sebagai penampung tenaga kerja. Sedangkan penduduk di Kabupaten Dairi yang bekerja pada Agustus 2017 mayoritas bekerja pada sektor pertanian dengan jumlah tenaga kerja mencapai 71,78 persen. Berikut data persentase penduduk di Kabupaten Dairi yang bekerja di sektor pertanian.

**Tabel 2. Persentase Penduduk di Kabupaten Dairi Bekerja di Sektor Pertanian Tahun 2017-2020 (%)**

Tahun	2017	2018	2019	2020
Persentase	71.78%	70.95%	70.00%	73.49%

Sumber: BPS Kabupaten Dairi

Berdasarkan informasi dari tabel di atas diketahui bahwa persentase penduduk di Kabupaten Dairi mayoritas bekerja di sektor pertanian dengan angka persentase mencapai 70.00%. Dari tabel di atas juga diketahui walaupun pada tahun 2018 dan tahun 2019 persentase penduduk berkurang sebesar 0.95%, namun pada tahun 2020 naik signifikan sebesar 3.49% menjadi 73.49%. Data ini menunjukkan bahwa sektor pertanian merupakan penampung tenaga kerja terbesar di Kabupaten Dairi dan dapat menurunkan tingkat angka pengangguran di Kabupaten Dairi. Hal ini juga ditunjukkan berdasarkan luas lahan pertanian di Kabupaten Dairi yang berfluktuasi cenderung naik. Berikut data luas lahan pertanian di Kabupaten Dairi tahun 2016-2020.

**Tabel 3. Total Luas Penggunaan Lahan di Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Hektar)**

Tahun	Penggunaan Lahan		Total Luas Lahan
	Pertanian	Bukan Pertanian	
2016	153.069	39.711	192.780
2017	157.324	31.098	188.422
2018	160.746	32.034	192.780
2019	156.549	36.231	192.780
2020	156.849	35.931	192.780

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Dairi

Tabel 2 dan tabel 3 menunjukkan bahwa sektor pertanian dapat diyakini sebagai intisari pembangunan di Kabupaten Dairi berdasarkan data persentase tenaga kerja di Kabupaten Dairi mayoritas bekerja di sektor pertanian dengan rata-rata sebesar 71.55% dan penggunaan lahan di Kabupaten Dairi mayoritas digunakan sebagai lahan pertanian dan luas lahan pertanian di Kabupaten Dairi cenderung meningkat dari tahun 2016-2020. Namun, data ini tidak diikuti dengan data kontribusi sektor pertanian di Kabupaten Dairi yang mengalami penurunan dari tahun 2014-2018.

## LANDASAN TEORI

### Pertumbuhan Ekonomi

Secara umum, ekonom melihat pertumbuhan ekonomi sebagai kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Hal ini dapat ditemukan dalam pemikiran Sukirno dan Simon Kuznets, yang menjelaskan pertumbuhan ekonomi sebagai kenaikan kemampuan suatu negara untuk menyediakan berbagai jenis barang ekonomi kepada penduduknya, sesuai dengan kemajuan teknologi, dan penyesuaian kelambagaan dan ideologi sehingga inovasi yang dihasilkan dapat dimanfaatkan secara tepat. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi sangat identik dengan perubahan kuantitatif seperti pertambahan produksi barang industri, infrastruktur, jumlah sekolah, yang kesemuanya itu dihitung sebagai Produk Domestik Bruto (PDB).

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan nilai pasar dari semua barang dan jasa final yang diproduksi dalam sebuah Negara pada suatu periode, meliputi faktor produksi milik warga negaranya sendiri maupun milik warga negara asing yang melakukan produksi di dalam negara tersebut. PDB merupakan salah satu instrumen penting untuk dapat menghitung pendapatan nasional. Dengan pendapatan nasional, akan terlihat tingkat kemakmuran suatu negara, semakin tinggi pendapatan nasional suatu Negara maka dapat dikatakan semakin tinggi juga tingkat kesejahteraan rakyatnya.

### Pembangunan Ekonomi Daerah

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses yang mencakup pembentukan institusi-institusi baru, pembangunan industri-industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar-pasar baru, alih pengetahuan dan teknologi, serta pengembangan usaha-usaha baru.

Tujuan utama dari setiap pembangunan ekonomi daerah adalah untuk meningkatkan

jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat daerah. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah daerah dan masyarakatnya harus secara bersama-sama mengambil inisiatif pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah dengan partisipasi masyarakatnya, dengan dukungan sumberdaya yang ada harus mampu menghitung potensi sumberdaya-sumberdaya yang diperlukan untuk merancang dan membangun ekonomi daerahnya.

### Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi disuatu daerah dalam suatu periode tertentu, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDRB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi pada suatu daerah. PDRB atas harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada tahun berjalan, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tertentu sebagai tahun dasar. PDRB menurut harga berlaku digunakan untuk mengetahui kemampuan sumber daya ekonomi, pergeseran dan struktur ekonomi suatu daerah. Sementara itu, PDRB harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi secara riil dari tahun ke tahun atau pertumbuhan ekonomi yang tidak dipengaruhi oleh faktor harga. Laju pertumbuhan ekonomi merupakan suatu indikator ekonomi makro yang menggambarkan seberapa jauh keberhasilan pembangunan suatu daerah dalam periode waktu tertentu. Dengan demikian indikator ini dapat pula dipakai untuk menentukan arah kebijakan pembangunan yang akan datang.

### Pertumbuhan Ekonomi dalam Perspektif Islam

Pembangunan ekonomi memegang peranan yang sangat penting bagi sebuah negara. Walaupun istilah pembangunan ekonomi tidak dikenal dalam masa Islam awal, tetapi Rasulullah sangat menjunjung tinggi ekonomi rakyat, suka melihat umat Islam hidup berkecukupan daripada dalam keadaan miskin dan kelaparan, dan sangat menginginkan umatnya berada pada level tertinggi pembangunan.

Penekanan disini ialah bahwa pertumbuhan ekonomi telah ada dalam wacana pemikiran Muslim klasik, yang dibahas dalam "pemakmuran Bumi" yang merupakan pemahaman dari firman Allah QS. Hud (11) ayat 61:

إِلَيْهِ تُؤْتُونَ ثُمَّ فَاسْتَعْفَرُوهُ فِيهَا وَاسْتَغْمَرَكُمْ الْأَرْضَ مِنْ أَنْشَأَكُمْ ۗ هُوَ غَيْرُهُ إِلَهٌ مِنْ لَكُمْ مَا اللَّهُ اعْبُدُوا يَقَوْمَ قَالَ ۖ صَلِحًا أَخَاهُمْ تَمُودَ وَإِلَى ﴿٦١﴾  
٦١ مُجِيبٌ قَرِيبٌ رَبِّي ۗ إِنَّ

Artinya: Kepada (kaum) Samud (Kami utus) saudara mereka, Saleh. Dia berkata, "Wahai kaumku, sembahlah Allah! Sekali-kali tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikanmu pemakmurnya. Oleh karena itu, mohonlah ampunan kepada-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku sangat dekat lagi Maha Memperkenankan (doa hamba-Nya)."

Terminologi "pemakmuran tanah" mengandung pemahaman tentang pertumbuhan ekonomi, sebagaimana dikatakan oleh Ali Bin Abi Thalib kepada seorang gubernurnya di Mesir: "Hendaklah kamu memperhatikan pemakmuran tanah dengan perhatian yang lebih besar daripada orientasi pemungutan pajak, karena pajak sendiri hanya dapat dioptimalkan dengan pemakmuran tanah. Barangsiapa yang memungut pajak tanpa memperhatikan pemakmuran tanah, Negara tersebut akan hancur."

Beberapa pemahaman pokok mengenai pertumbuhan ekonomi yang dilihat dari perspektif Islam diantaranya mengenai batasan tentang persoalan ekonomi. Perspektif Islam tidaklah sama dengan yang dianut oleh kapitalis, dimana yang dimaksud dengan persoalan ekonomi yaitu persoalan kekayaan dan minimnya sumber-sumber kekayaan. Perspektif Islam menyatakan bahwa hal itu sesuai dengan kapasitas yang telah disediakan oleh Allah untuk memenuhi kebutuhan manusia yang ditujukan untuk mengatasi persoalan kehidupan manusia.

## Sektor Pertanian

Transformasi struktural perekonomian Indonesia menuju ke corak yang industrial tidak dengan sendirinya melenyapkan nuansa agraritasnya. Berbagai teori pertumbuhan ekonomi klasik dan studi empiris Bank Dunia menunjukkan, bahwa sukses pengembangan sektor industri di suatu negara selalu diiringi dengan perbaikan produktivitas dan pertumbuhan berkelanjutan di sektor pertanian. Selain menyediakan kebutuhan pangan bagi penduduk serta menyerap tenaga kerja, sektor pertanian juga merupakan pemasok bahan baku bagi sektor industri dan menjadi sumber penghasil devisa.

Sektor pertanian yang dimaksudkan dalam konsep pendapatan nasional menurut lapangan usaha atau sektor produksi ialah pertanian dalam arti luas. Di Indonesia, sektor pertanian dalam arti luas ini dipilah-pilah menjadi lima subsektor yaitu: subsektor tanaman pangan, subsektor perkebunan, subsektor kehutanan, subsektor peternakan, dan subsektor perikanan.

## Hubungan Sektor Pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Pentingnya pertanian di dalam pertumbuhan sebuah ekonomi yang didominasi oleh sektor pertanian, pertumbuhan pertanian akan meningkatkan laju pertumbuhan pendapatan daerah bruto (PDB). Peran sektor pertanian sangat diperlukan dalam upaya menurunkan kemiskinan. Data PBB menyatakan bahwa pada daerah pedesaan di negara berkembang terdapat sekitar 1 milyar penduduk dari 1,2 milyar penduduk hidup dalam kemiskinan absolute (absolute poverty).

Sektor pertanian memiliki peranan yang besar dalam perekonomian, terutama di tahap-tahap awal pembangunan. Sektor pertanian yang tumbuh dan menghasilkan surplus yang besar merupakan prasyarat untuk memulai proses transformasi ekonomi. Sektor non-pertanian, umumnya terlalu kecil untuk melakukan peranan itu. Pertanian pertama harus mampu mengatasi kendala pangan yang sering dihadapi negara-negara berkembang. Selama kendala pangan ini masih ada, maka pembangunan sektor non-pertanian akan terhambat.

## Sektor Pertanian dalam Perspektif Islam

Zaman sekarang kita dihadapkan pada banyaknya jenis dan macam pekerjaan. Pekerjaan atau mata pencaharian seseorang kian bertambahnya penduduk dan semakin khususnya keahlian seseorang. Namun sebenarnya pada asalnya hanya ada tiga profesi sebagaimana disebutkan oleh iman Al-Mawardi. Dia berkata "Pokok mata pencaharian tersebut adalah bercocok tanam (pertanian), perdagangan, dan pembuatan suatu barang (industri)". Para ulama berselisih tentang manakah yang paling baik dari ketiga profesi tersebut. Mazhab berpendapat bercocok tanamlah yang paling baik karena beberapa alasan, yaitu:

1. Bercocok tanam merupakan hasil usaha tangan sendiri. Dalam shohih Al-Bukhori dari Miqdam bin Ma'dinkariba r.a dari Nabi SAW.
2. Bercocok tanam memberikan manfaat yang umum bagi kaum muslimin bahkan binatang. Secara adat manusia dan binatang haruslah makan, dan makanan tersebut tidaklah diperoleh melainkan dari hasil tanaman dan tumbuhan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yakni memberikan gambaran yang sistematis berdasarkan data yang ada dimana peneliti tidak hanya memanfaatkan data saja akan tetapi menganalisa dan menginterpretasikan data tersebut.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial di jabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Dairi tepatnya di Kantor Dinas Pertanian Kabupaten Dairi Jl. Pahlawan No. 96, Batang Beruh, Sidikalang dan di Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Jl. Pelita No. 15, Batang Beruh, Sidikalang dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Dairi sangat potensial dalam perkembangan sektor pertanian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan laporan data PDRB Kabupaten Dairi dan sektor pertanian pertanian yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Dairi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis kontribusi dan analisis trend kuadrat terkecil(least square method). Analisis kontribusi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dapat disumbangkan dari output setiap subsektor pertanian terhadap sektor pertanian dan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Dairi. Sedangkan metode trend kuadrat terkecil (least square method) bertujuan untuk mengetahui perubahan nilai suatu variabel dari waktu ke waktu. Metode ini untuk mengukur pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) pada sektor pertanian di Kabupaten Dairi.

Besaran kontribusi sektor pertanian yang dimaksud dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$KSP = (PDRBsp/PDRBtot) \times 100\%$$

Keterangan:

- KSP : Kontribusi sektor pertanian pada tahun tertentu
- PDRBsp : PDRB sektor pertanian pada tahun tertentu
- PDRBtot : PDRB total Kabupaten Dairi pada tahun tertentu

Kecenderungan pertumbuhan PDRB sektor pertanian di Kabupaten Dairi selama periode pengamatan akan diformulasikan dalam persamaan:

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{\sum(Xi.Yi)}{\sum(Xi)^2}, a = \frac{\sum(Yi)}{n}$$

keterangan:

- Y : Persentase nilai proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian
- b : Rata-rata peningkatan kontribusi sektor pertanian tahun pengamatan
- a : Rata-rata persentase kontribusi sektor pertanian tahun pengamatan
- X : Series
- Yi : Persentase kontribusi sektor pertanian pada tahun ke-i
- n : Jumlah tahun pengamatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Kontribusi

#### Analisis Kontribusi Subsektor Tanaman Pangan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi

Tabel 4. Kontribusi Subsektor Tanaman Pangan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)

Tahun	TnP	PDRBsp	TnP : PDRBsp	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	782.055,40	2.617.956,40	0,30	29,87
2017	828.767,10	2.726.369,00	0,30	30,40
2018	872.437,60	2.838.868,00	0,31	30,73
2019	913.250,90	2.942.507,50	0,31	31,04
2020	904.956,90	2.940.990,20	0,31	30,77
			Jumlah	152,81
			Rata-rata	30,56

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 4. menunjukkan bahwa kontribusi subsektor tanaman pangan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi dari tahun 2016-2019 mengalami kenaikan sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan. Secara umum selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016-2020, rata-rata kontribusi subsektor pertanian terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi sebesar 30,56% dari total kontribusi subsektor pertanian terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi. Ini menunjukkan bahwa kontribusi subsektor tanaman pangan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi memberikan kontribusi terbesar terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi dibandingkan subsektor pertanian yang lain.

#### Analisis Kontribusi Subsektor Perkebunan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi

**Tabel 5. Kontribusi Subsektor Perkebunan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)**

Tahun	Pkb	PDRBsp	Pkb : PDRBsp	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	586.464,00	2.617.956,40	0,22	22,40
2017	612.315,00	2.726.369,00	0,22	22,46
2018	644.707,50	2.838.868,00	0,23	22,71
2019	679.392,80	2.942.507,50	0,23	23,09
2020	685.935,40	2.940.990,20	0,23	23,32
			Jumlah	113,98
			Rata-rata	22,80

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 5. menunjukkan bahwa kontribusi subsektor perkebunan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi tahun 2016-2020 selalu mengalami kenaikan. Secara umum selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, rata-rata kontribusi subsektor perkebunan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi sebesar 22,80%. Data ini menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan subsektor perkebunan terhadap sektor pertanian setiap tahun mengalami kenaikan.

#### Analisis Kontribusi Subsektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi

**Tabel 6. Analisis Kontribusi Subsektor Peternakan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)**

Tahun	Ptk	PDRBsp	Ptk : PDRBsp	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	117.735,50	2.617.956,40	0,04	4,50
2017	124.467,10	2.726.369,00	0,05	4,57
2018	131.096,60	2.838.868,00	0,05	4,62
2019	130.403,90	2.942.507,50	0,04	4,43
2020	127.261,20	2.940.990,20	0,04	4,33
			Jumlah	22,44
			Rata-rata	4,49

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 6. menunjukkan bahwa kontribusi subsektor peternakan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi tahun 2016-2018 mengalami kenaikan dan tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan. Secara umum, rata-rata kontribusi yang diberikan subsektor peternakan terhadap

sektor pertanahan Kabupaten Dairi selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016-2020 sebesar 4,49%.

#### Analisis Kontribusi Subsektor Perikanan terhadap Sektor pertanian Kabupaten Dairi

**Tabel 7. Analisis Kontribusi Subsektor Perikanan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)**

Tahun	Pkn	PDRBsp	Pkn : PDRBsp	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	118.796,60	2.617.956,40	0,05	4,54
2017	122.512,10	2.726.369,00	0,04	4,49
2018	125.968,10	2.838.868,00	0,04	4,44
2019	128.890,60	2.942.507,50	0,04	4,38
2020	130.843,00	2.940.990,20	0,04	4,45
			Jumlah	22,30
			Rata-rata	4,46

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 7. menunjukkan bahwa kontribusi subsektor perikanan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi tahun 2016-2019 mengalami penurunan namun pada tahun 2020 mengalami kenaikan. Secara umum selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016-2020, rata-rata kontribusi subsektor perikanan sebesar 4,46 dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi.

#### Analisis Kontribusi Subsektor Kehutanan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi

**Tabel 8. Analisis Kontribusi Subsektor Kehutanan terhadap Sektor Pertanian Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)**

Tahun	KhN	PDRBsp	KhN : PDRBsp	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	214.513,20	2.617.956,40	0,08	8,19
2017	214.966,00	2.726.369,00	0,08	7,88
2018	215.725,40	2.838.868,00	0,08	7,60
2019	216.113,70	2.942.507,50	0,07	7,34
2020	219.416,30	2.940.990,20	0,07	7,46
			Jumlah	38,48
			Rata-rata	7,70

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 8. menunjukkan bahwa kontribusi subsektor kehutanan terhadap sektor pertanian Kabupaten Dairi dari tahun 2016-2019 mengalami penurunan sedangkan tahun 2020 mengalami kenaikan. Secara umum selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, rata-rata kontribusi subsektor kehutanan 7,70% dari total nilai sektor pertanian di Kabupaten Dairi.

## Analisis Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDRB Kabupaten Dairi

**Tabel 9. Analisis Kontribusi Sektor Pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020 (Juta Rupiah)**

Tahun	PDRBsp	PDRBtot	PDRBsp : PDRBtot	KSP (Persen)
1	2	3	4 = (2) : (3)	5 = (4) x 100%
2016	2.617.956,40	5.688.450,92	0,46	46,02
2017	2.726.369,00	5.968.806,17	0,46	45,68
2018	2.838.868,00	6.267.821,65	0,45	45,29
2019	2.942.507,50	6.569.813,11	0,45	44,79
2020	2.940.990,20	6.508.053,01	0,45	45,19
			Jumlah	226,97
			Rata-rata	45,39

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Tabel 9. menunjukkan bahwa kontribusi sektor pertanian terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi mengalami fluktuatif selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016-2020. Secara umum, selama lima tahun pengamatan dari tahun 2016 sampai tahun 2020, rata-rata kontribusi sektor pertanian sebesar 45,39% dari total PDRB Kabupaten Dairi. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian di Kabupaten Dairi merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pembentukan PDRB di Kabupaten Dairi dibandingkan sektor perekonomian lainnya di Kabupaten Dairi, namun kontribusi yang diberikan sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Dairi selama lima tahun pengamatan mengalami penurunan dari tahun 2016-2019 sedangkan tahun 2020 kembali mengalami kenaikan.

### Analisis Trend Kuadrat Terkecil (Least Square Method)

Pertumbuhan sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi dianalisis dengan menggunakan analisis trend kuadrat terkecil (least square method) linear untuk melihat proyeksi kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi lima tahun kedepan dari data Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Dairi tahun 2016-2020 menurut harga konstan tahun dasar tahun 2010. Tabel 10. Analisis Trend Kuadrat Terkecil (Least Square Method) pada Produk Domestik Regional Bruto Sektor Pertanian Kabupaten Dairi

**Tabel 10. Analisis Trend Kuadrat Terkecil (Least Square Method) pada Produk Domestik Regional Bruto Sektor Pertanian Kabupaten Dairi**

Tahun	Proyeksi (Y)	Series (X)	(X) x (Y)	X <sup>2</sup>
2016	46,02	-2	-92,04	4
2017	45,68	-1	-45,68	1
2018	45,29	0	0	0
2019	44,79	1	44,79	1
2020	45,19	2	90,38	4
Jumlah	226,97	0	-2,55	10
Rata-rata (a)	45,39			
(b)	-0,26			

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Dari tabel 10. diperoleh nilai a = 45,39 dan b = -0,26 sehingga secara umum persamaan trend nilai proyeksi kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Kabupaten Dairi dapat diperoleh dengan rumus  $Y = 45,39 - 0,26X$ . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 11.

**Tabel 11. Proyeksi Pertumbuhan Kontribusi Sektor Pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Dairi**

Tahun	Proyeksi (Y)	Series (X)	(X) x (Y)	X <sup>2</sup>
2016	46,02	-2	-92,04	4
2017	45,68	-1	-45,68	1
2018	45,29	0	0	0
2019	44,79	1	44,79	1
2020	45,19	2	90,38	4
Jumlah	226,97	0	-2,55	10
Rata-rata (a)	45,39			
(b)	-0,26			

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi Data Diolah

Hasil analisis pertumbuhan sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Dairi dengan menggunakan metode trend kuadrat terkecil (least square method) seperti pada tabel 8 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 pertumbuhan sektor pertanian sebesar 44,63% lebih rendah dari tahun 2020 yaitu 44,88%. Pertumbuhan sektor pertanian pada tahun 2022 sebesar 44,37%, tahun 2023 sebesar 44,12, tahun 2024 sebesar 43,86% hingga tahun 2025 pertumbuhan sektor pertanian mengalami penurunan dari tahun 2024 yaitu 43,61%. Hal ini menunjukkan proyeksi pertumbuhan sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Dairi tahun 2021-2025 terus mengalami penurunan.

Secara umum selama lima tahun pengamatan yaitu tahun 2016-2020, proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi berdasarkan analisis trend kuadrat terkecil (least square method) yaitu  $Y = 45,39 - 0,26X$ . Hasil ini juga memproyeksikan pertumbuhan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi untuk lima tahun kedepan dengan proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian pada tahun 2025 sebesar 43,61%.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dinyatakan bahwa kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi selama lima tahun pengamatan yaitu tahun 2016-2020, rata-rata kontribusi subsektor tanaman pangan sebesar 30,56% dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi, rata-rata kontribusi subsektor perkebunan sebesar 22,80% dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi, rata-rata kontribusi subsektor peternakan sebesar 4,49% dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi, rata-rata kontribusi subsektor perikanan sebesar 4,46 dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi, dan rata-rata kontribusi subsektor kehutanan sebesar 7,70% dari total nilai sektor pertanian Kabupaten Dairi.

Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi selama lima tahun pengamatan yaitu tahun 2016-2020, rata-rata kontribusi sektor pertanian sebesar 45,39% dari total PDRB Kabupaten Dairi. Serta proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi melalui analisis trend kuadrat terkecil (least square method) yaitu  $Y = 45,39 - 0,26X$ . Hasil ini juga memproyeksikan pertumbuhan kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Dairi untuk lima tahun kedepan dengan proyeksi pertumbuhan kontribusi sektor pertanian pada tahun 2025 sebesar 43,61%.

### Saran

1. Kepada semua pihak terutama pemerintah agar lebih meningkatkan perhatian terhadap sektor pertanian di Kabupaten Dairi untuk menunjang peningkatan kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Dairi yang mengakselerasi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penyerapan tenaga kerja, karena dari hasil penelitian sektor pertanian merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pembentukan nilai Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Dairi.
2. Untuk pengembangan ilmu lebih lanjut, pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode analisis lain seperti analisis Location Quotient, Dynamic Location Quotient dan Shift Share untuk mengetahui sektor pertanian menjadi sektor basis dalam pertanian dan mengidentifikasi subsektor pertanian yang menjadi subsektorbasis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin. *Ekonomi Pembangunan Edisi Ke-5*, Yogyakarta: UPP STIM YKPM, 2010
- Bi Rahmadi, Nur Ahmadi. *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Dumairy. *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2017
- Harahap, Isnaini. *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*, Medan: Perdana Publishing, 2018
- Harahap, Isnaini. Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Medan: Wal Ashri Pulishing, 2015
- Huda, Nurul, dkk. *Ekonomi Pembangunan Islam*, Jakarta: Kencana, 2015
- Imsar. "Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah Studi Kasus : Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata". Laporan Penelitian, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018
- Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan*, Sleman: Unit Penerbitan dan Percepatan, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 1997
- Maisaroh, Siti. "Analisis Peranan dan Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Wilayah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kabupaten Tulang Bawang)". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017
- Rahman, Abdul. Adam Malik, Andi dan Sahabuddin Toaha. "Analisis Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kota Parepre". *Jurnal Agribisnis Perikanan*. Vol.12 No. 2. 2019
- Rasyid, Abdurahman. *Analisis Potensi Pertanian di Kabupaten Kediri Tahun 2010-2014*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 14, No. 02. 2016
- Risnawati. "Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Jeneponto". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016
- Sattar. *Buku Ajar Perekonomian Indonesia*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

# The Influence of Merchandising, Basic Principles, and Services on Customer Satisfaction at a Hypermart Store Retail Business Company in Bengkulu City

## Pengaruh Merchandising, Basic Principles, dan Services terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Bisnis Ritel Hypermart Store di Kota Bengkulu

Yudi Irawan Abi <sup>1)</sup>; Dewi Aprianti <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: <sup>1)</sup> [yudiirawanabi@unived.ac.id](mailto:yudiirawanabi@unived.ac.id)

### How to Cite :

Abi, Y. I., Aprianti, D. (2022). The Influence of Merchandising, Basic Principles, and Services on Customer Satisfaction at a Hypermart Store Retail Business Company in Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [04 Januari 2021]

Accepted [25 Januari 2022]

### KEYWORDS

*Merchandising, Basic Principles, Services, 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 ini adalah untuk menguji Peran merchandising, basic principles, dan services dengan kepuasan pelanggan pada perusahaan Hypermart Store di kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif untuk memecahkan masalah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah sampel adalah 200 pelanggan pada perusahaan Hypermart Store di kota Bengkulu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural (SEM) menggunakan Amos 21. Pengujian hipotesis menggunakan uji Model Struktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa merchandising berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, basic principles berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan services berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to examine the role of merchandising, basic principles, and services with customer satisfaction at the Hypermart Store company in the city of Bengkulu. This study uses a quantitative methodology to solve the problem. The sampling technique in this study used purposive sampling technique and data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The number of samples is 200 customers at Hypermart Store company in Bengkulu city. The data analysis technique used in this study is the structural equation model (SEM) using Amos 21. Hypothesis testing using the Structural Model test. The results of this study indicate that merchandising has a significant positive effect on customer satisfaction, basic principles have a significant effect on customer satisfaction and services have a significant effect on customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Bisnis ritel pada pasar modern di Indonesia mengalami pertumbuhan dan persaingan yang pesat. Dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007–2012, jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 237 juta jiwa dengan total konsumsi sekitar Rp 3.600-an triliun merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Ini didukung oleh perilaku berbelanja penduduk Indonesia yang sudah mulai bergeser, dari berbelanja di pasar tradisional menuju ritel modern. Pergeseran pola belanja tersebut disebabkan karena pelanggan saat ini semakin menginginkan kenyamanan dalam berbelanja, kepastian harga, pelayanan yang memuaskan, tersedianya kelengkapan produk yang berkualitas, lokasi yang strategis serta promosi yang menarik minat beli. Hal tersebut inilah yang kemudian menyebabkan industri ritel modern berkembang sangat cepat (<http://www.marketing.co.id/>).

Meningkatnya retail modern saat ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Kondisi ini dilandasi karena bergesernya kebiasaan masyarakat yang menyukai barang-barang pabrikan membuat arus peredaran uang di sektor jual beli menjadi lebih besar dan meningkatnya jumlah pelanggan yang berbelanja di toko modern terutama untuk pelanggan yang hidup di perkotaan, Amir (2004). Semakin kompetitifnya persaingan mengakibatkan pentingnya arti kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Hasil penelitian Herawati, Pradhanawati & Dewi (2014) menjelaskan bahwa aplikasi bauran pemasaran ritel yang diaplikasikan oleh toko modern berpengaruh langsung secara positif terhadap kepuasan pelanggan toko modern. Variabel bauran pemasaran ritel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ritel modern adalah *merchandising*, *basic principles*, dan *services*. Ketiga variabel tersebut mengacu pada satu poros yaitu kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan atas suatu produk sangat tergantung pada tingkat harapan pelanggan. Pelanggan dengan tingkat harapan yang tinggi akan sulit dipuaskan, demikian sebaliknya pelanggan dengan tingkat harapan yang rendah akan lebih mudah dipuaskan. Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan, Saidani dan Arifin (2012).

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik. Kepuasan bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk/jasa dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak pelanggan. Untuk mampu menciptakan kepuasan pelanggan tersebut, para pengembang perlu memiliki suatu strategi pemasaran yang jitu dalam memasarkan produknya, karena strategi pemasaran juga merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar, Kotler (2009).

Hypermart Store merupakan salah satu ritel modern yang beroperasi di Bengkulu. Terletak di *Bencoolen Mall*, sehingga memberikan nilai lebih bagi Hypermart Store jika dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Kelengkapan dan keragaman produk yang ditawarkan, fasilitas-fasilitas pendukung yang baik, dan pelayanan yang memuaskan membuat Hypermart Store menjadi salah satu ritel modern yang sangat berorientasi pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan gambaran yang dikemukakan sebelumnya, maka Hypermart Store Bengkulu dipandang sangat representatif untuk mewakili kelompok ritel modern di Bengkulu. Usaha Hypermart Store sebagai ritel modern yang menjadikan kepuasan pelanggannya sebagai tujuan perusahaan melalui pengorganisasian bauran pemasaran ritel menimbulkan kecenderungan teoritik yang menarik untuk diteliti.

## LANDASAN TEORI

### Konsep kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

Menurut Tjiptono (2004) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan, Aryani dan Rosinta (2010).

Kotler (2003) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi hasil dari suatu produk dan harapannya. Alfansi (2010) menyimpulkan bahwa perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang melihat bisnis dari sudut pandang pelanggan, memuaskan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan produk yang relevan bagi pelanggan dibandingkan produk pesaing. Dari definisi-definisi tersebut dapat dilihat adanya suatu kesamaan makna bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Dengan kata lain, jika pelanggan merasa apa yang ia peroleh lebih rendah dari yang diharapkannya (negatif diskonfirmasi) maka pelanggan tersebut akan tidak puas. Jika yang diperoleh pelanggan melebihi apa yang ia harapkan (positif diskonfirmasi) maka pelanggan akan puas, sedangkan pada keadaan dimana apa yang diterima sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan tersebut akan merasakan tidak puas dan puas (netral).

### Bauran Ritel (*Retail*)

Di dalam bisnis ritel terdapat elemen-elemen yang dapat menjadi suatu kekuatan dan keunggulan bersaing jika diterapkan dengan baik. Gabungan dari elemen-elemen tersebut adalah bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Ma'ruf (2005) menyatakan bauran pemasaran ritel terdiri dari lokasi, *merchandise*, *pricing*, periklanan dan promosi, atmosfer dalam gerai, dan *retail service*. Namun, menurut Triyono (2006) terdapat tiga variabel sebagai kunci kesuksesan sekaligus dapat berperan sebagai bauran pemasaran ritel. Tiga variabel tersebut adalah *merchandising*, *basic principles*, dan *services*.

### *Merchandising*

*Merchandise* adalah produk-produk yang dijual peritel dalam gerainya, sedangkan *merchandising* adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko ( produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain, atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan peritel (Ma'ruf, 2005).

Artinya *merchandising* terdiri atas aktivitas-aktivitas yang mencakup pengadaan barang dan jasa tertentu dan membuatnya tersedia pada tempat, waktu, harga, dan dalam jumlah tertentu sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Alma (2005) menyatakan *merchandising* adalah perencanaan yang berkenaan dengan memasarkan barang dan jasa yang tepat pada tempatnya yang tepat, waktu yang tepat, jumlah yang tepat dan dengan harga yang tepat.

### *Basic Principles*

*Basic principles* pada ritel modern terdiri dari empat variabel dasar dalam pemasaran yaitu: *price*, *promotion*, *place*.

#### (1). Harga (*Price*)

Swastha dan Irawan (2000) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Kotler (2009) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukar pelanggan atas

manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Tjiptono (2002) mengemukakan bahwa harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau hak penggunaan suatu barang dan jasa.

### (2). Promosi (*Promotion*)

Promosi (*Promotion*) menurut Swastha, Basu dan Irawan (2001) promosi atau persuasi satu arah dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Alma (2005) menyatakan bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon pelanggan tentang barang dan jasa.

Swastha, Basu dan Irawan (2001) menyatakan bahwa bauran promosi sebagai kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat-alat promosi yang lain untuk mencapai tujuan program penjualan. Promosi dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa elemen promosi yang dikenal dengan *promotion mix*. *Promotion mix* merupakan kombinasi dari beberapa unsur promosi, yang lazimnya adalah iklan, *sales promotion*, *personal selling*, dan publisitas.

### (3). Lokasi (*Place*)

Lokasi (*place*), dapat juga berarti saluran (saluran pemasaran). Kotler (2009) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan barang dan jasa siap digunakan atau dikonsumsi. Namun dalam hal bisnis ritel, *place* lebih mengarah pada lokasi pembangunan usaha ritel.

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh pramuniaga yang sama banyak dan terampil, dan sama-sama punya *setting/ambience* yang bagus (Ma'ruf, 2005).

## Services

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003), kualitas pelayanan mencerminkan evaluasi persepsi pelanggan tentang elemen-elemen jasa (kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil), kemudian elemen-elemen jasa tersebut akan dievaluasi berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang spesifik, antara lain : (1) *Reliability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (2) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. (3) *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. (4) *Emphaty* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. (5) *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Payne, 2000).

Pelayanan adalah aspek yang menjadi jurus ampuh dari tiap pelaku bisnis ritel. Menurut survei AC Nielsen Indonesia pada April 2004 ditemukan bahwa *services* adalah pada puncak faktor yang dapat menarik pelanggan (*limelight factor*). Kriteria pilihan pelanggan terdiri atas : (1) faktor dasar, yaitu barang yang lengkap, harga bagus, dan lokasi yang mudah dijangkau, dan (2) faktor penarik toko, yaitu *ambiance* (AC, lampu, kebersihan, fasilitas belanja), fasilitas pendukung (pusat makanan, mainan anak, barang untuk berkebun), dan *services* (semua hal yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, terutamanya yang dilakukan oleh staf toko).

## METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh *merchandising*, *basic principles* dan *services* terhadap kepuasan pelanggan perusahaan Hypermart Store Bengkulu. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif serta kuantitatif dan jenis penelitiannya studi kasus ini didukung dengan teknik survei. Metode penelitian survei merupakan metode yang digunakan sebagai kategori umum penelitian yang menggunakan kuesioner dan wawancara. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode yang akan digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode non-probability sampling. Dalam metode ini, elemen populasi dipilih atas dasar ketersediaan atau karena pertimbangan pribadi bahwa mereka dapat mewakili populasi (Sekaran, 2006). Adapun cara pengambilan sampel yang akan digunakan adalah purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dalam hal yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, yakni pelanggan Hypermart Store di kota Bengkulu. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 200 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program *AMOS 21*. Analisis *Structural Equation Modeling* digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *Merchandising* (X1), *Basic Principles* (X2), *Services* (X3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria *goodness of fit model struktural* yang diestimasi dapat terpenuhi, maka tahap selanjutnya adalah analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis), hubungan antar konstruk ditunjukkan oleh nilai *Regression Weight* (Hair et al,1998). Untuk uji statistik terhadap hubungan antar variabel yang nantinya digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah diajukan. Uji statistik hasil pengolahan dengan SEM dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi hubungan antar variabel yang dilihat melalui nilai Probabilitas (P) dan *Critical Ratio* (CR) masing-masing hubungan antar variabel. Untuk proses pengujian statistik ini ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1 *Regression Weight*

			Estimate	S.E.	C.R.	P
KPN	<---	MCS	.852	.292	7.713	***
KPN	<---	BP	.931	.330	7.825	.005
KPN	<---	SRV	.817	.273	8.028	.006

Sumber : Hasil Penelitian ,2021. Data diolah

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa seluruh konstruk memiliki nilai *Critical Ratio* lebih besar dari 1,96 atau dengan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 kecuali konstruk US (*Web site Usability*) . Dengan demikian, dalam penelitian ini empat hipotesis diterima secara statistik, yaitu pengaruh antara *merchandising* terhadap kepuasan, pengaruh antara *basic principles* terhadap kepuasan, pengaruh antara *services* terhadap kepuasan dan pengaruh antara kepuasan terhadap kepuasan.

#### Pengaruh antara pengaruh antara *merchandising* terhadap kepuasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *merchandising* berpengaruh terhadap kepuasan, dengan perolehan nilai *Critical Ratio* sebesar 7,713, nilai *estimate* 0,852 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 < 0,05 (5%), maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *merchandising* terhadap kepuasan. Sehingga H1 pada penelitian ini yang menyatakan *merchandising* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima.

### **Pengaruh antara *basic principles* terhadap kepuasan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa *basic principles* berpengaruh terhadap kepuasan, dengan perolehan nilai *Critical Ratio* sebesar 7,825, nilai *estimate* 0,931 dan nilai probabilitas sebesar  $0,005 < 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *basic principles* terhadap kepuasan. Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini yang menyatakan *basic principles* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima.

### **Pengaruh antara *services* terhadap kepuasan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa *services* berpengaruh terhadap kepuasan, dengan perolehan nilai *Critical Ratio* sebesar 8,028, nilai *estimate* 0,817 dan nilai probabilitas sebesar  $0,006 > 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *services* terhadap kepuasan. Sehingga  $H_3$  pada penelitian ini yang menyatakan *services* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima.

### **Merchandising Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *merchandising* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan, yang berarti bahwa aktivitas-aktivitas Hypermart Store yang mencakup pengadaan barang dan jasa tertentu dan membuatnya tersedia pada tempat, waktu, harga, dan dalam jumlah tertentu sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, Herawati (2013). Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel *Merchandising* memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 0,143 (table 4.12). ini berarti variabel kepuasan pelanggan telah dipengaruhi oleh variabel *merchandising* sebesar 14,3%.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa ada pengaruh antara *merchandising* terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis), hubungan antar konstruk ditunjukkan oleh nilai *Regression Weight*. Pada analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis) diperoleh nilai *Critical Ratio* sebesar 7,713, nilai *estimate* 0,852 dan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *merchandising* terhadap kepuasan. Sehingga  $H_1$  pada penelitian ini yang menyatakan *merchandising* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikatakan oleh Ma'rif (2005) bahwa *merchandising* merupakan suatu aktivitas-aktivitas yang mencakup pengadaan barang dan jasa dan membuatnya tersedia pada tempat, waktu, harga dan jumlah tertentu sesuai dengan yang diharapkan pelanggan sehingga timbul rasa puas. Temuan dalam penelitian ini juga konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan Samuel (2006) bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *merchandising* terhadap kepuasan pelanggan.

### **Basic Principles Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *basic principles* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel *basic principles* memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 0,562 (table 4.12). ini berarti variabel kepuasan pelanggan telah dipengaruhi oleh variabel *basic principles* sebesar 56,2%. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa ada pengaruh antara *basic principles* terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Hal tersebut terlihat dari hasil analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis), hubungan antar konstruk ditunjukkan oleh nilai *Regression Weight*. Pada analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis) diperoleh nilai *Critical Ratio* sebesar 7,825, nilai *estimate* 0,931 dan nilai probabilitas sebesar  $0,005 < 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *basic principles* terhadap kepuasan. Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini yang menyatakan *basic principles* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima. Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini yang menyatakan *basic principles* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan

oleh Dewi (2012) dengan judul "Analisis Perbandingan Persepsi Pelanggan tentang Bauran Ritel pada Minimarket Alfamart dan Indomaret di Kota Semarang menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk, harga dan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan kepuasan pelanggan. Temuan dalam penelitian ini juga konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan Samuel (2006) bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *basic principles* terhadap kepuasan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler,2009). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang belanja di Hypermart Store tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

### Services Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *services* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel *services* memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 0,247 (table 4.12). ini berarti variabel kepuasan pelanggan telah dipengaruhi oleh variabel *services* sebesar 24,7 %. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa ada pengaruh antara *services* terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis), hubungan antar konstruk ditunjukkan oleh nilai *Regression Weight*. Pada analisis terhadap hubungan struktural (pengujian hipotesis) diperoleh nilai *Critical Ratio* sebesar 8,028, nilai *estimate* 0,817 dan nilai probabilitas sebesar  $0,006 > 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *services* terhadap kepuasan. Sehingga  $H_3$  pada penelitian ini yang menyatakan *services* terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan Semakin baik *service* yang dirasakan pelanggan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan kepada Hypermart Store tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari, (2002)' bahwa 75 persen lebih menyukai toko dengan prarnuniaga yang memiliki pengetahuan produk dan suka membantu. Konsisten pula dengan pendapat, Dewi (2012) bahwa pelayanan yang baik merupakan hal yang penting bagi peritel dalam pelanggan yang mereka miliki. Temuan dalam penelitian ini juga konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Prayudhanto (2006) mengenai pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa *retail service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat lagi oleh penelitian yang dilakukan oleh Virvilaite, et all (2009) mengenai faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *service pricevalue*, *service quality*, dan *customers' service*.

Kualitas *service* mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas *service* sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan kualitas *service* yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain pelanggan dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat kepuasan pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. *Merchandising* Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *merchandising* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan, yang berarti bahwa aktivitas-aktivitas Hypermart Store yang mencakup kecepatan ketersediaan merk baru yang dijual,

- kelengkapan produk baik menurut merk maupun jenisnya, daya tahan produk, penataan layout yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
2. *Basic Principles* Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *basic principles* yang terdiri dari kesesuaian harga dengan pesaing, pemberian diskon/potongan harga, kemudahan alat transportasi menuju lokasi, kemudahan lokasi untuk dijangkau, ketersediaan parkir, *In Store Promo*, catalog, media elektronik memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan.
  3. *Services* Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan *services* yang terdiri dari Kemampuan pramuniaga menangani keluhan, Interaksi pramuniaga yang ramah, Area belanja yang bersih, Temperatur/suhu area belanja, dan Kecepatan pembayaran di kasir memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan.

### Saran

Dalam meraih kepuasan pelanggan, aplikasi bauran pemasaran ritel yang mencakup *merchandising*, *basic principles*, dan *services* harus tetap menjadi perhatian penting Hypermart Store, karena kepuasan pelanggan sangat tergantung dari nilai yang dirasakan pelanggan melalui atribut-atribut pemasaran dan stimuli atau rangsangan pemasaran yang diberikan. Kebijakan untuk melakukan stimuli tersebut dapat bersumber dari bauran pemasaran ritel yang diwakili oleh variabel *merchandising*, *basic principles*, dan *services*, yang dalam aplikasinya dapat diambil dari parameter untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Variabel *basic principles* merupakan variabel dengan pengaruh paling dominan terhadap penciptaan kepuasan pelanggan, hal ini mengakibatkan perlunya perhatian serius secara berkesinambungan dan jangka panjang terhadap elemen-elemen *basic principles* yakni unsur-unsur *price*, *place*, *promotion*. Perhatian terhadap elemen-elemen ini menjadi tak tergantikan, Hypermart Store dirasa terus perlu berinovasi melalui elemen-elemen tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan beberapa keunggulan kompetitif yang sudah dimiliki sekarang melalui elemen-elemen *basic principles* tadi, seperti lokasi yang sangat strategis, dan elemen lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amir.Taufik.M. 2004. *Manajemen Retail*. Penerbit PPM. Jakarta
- Alfansi, L. 2010. *Financial Service Marketing: Membidik Pelanggan Perbankan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Volume 17, Nomor 2
- Astuti, Prayudhanto. 2007. *Analisis Pengaruh Ritetail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsurnen Toko Grosir X Semarang)* *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* Va1.3 I.ic 2 Juli 2006
- <http://www.marketing.co.id>
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, E. 2009. *Menyimak Kepuasan Pelanggan di Mancanegara*. [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id). 5 Oktober.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Payne. (2000). *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Maerketing*, Andi Yogyakarta.
- Saidani, B dan Arifin, S. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Pada Ranch Market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 3, No. 1, 2012
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

- Semuel, Hatane. 2006. *Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya)*. Jurusan Manajemen Pemasaran. VOL. 1, NO. 2, OKTOBER 2006: 53-64
- Swastha, Basu dan Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua Cetakan Kesembilan. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta
- Triyono. 2006. *Sukses Terpadu Bisnis Ritel Merchandise Sampai Shrinkage*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Zeithaml, V. A. dan Bitner, M. J. 2003. *Service Marketing (3rd ed.)*, Tata McGraw Hill, New Delhi

# Analysis of the Application of Sharia Principles in the Development of Sharia Capital Market

(Case Study of the Indonesia Stock Exchange, North Sumatra Representative Office)

## Analisis Penerapan Prinsip Prinsip Syariah dalam Perkembangan Pasar Modal Syariah

(Studi Kasus Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara)

Muhammad Ikhsan Harahap<sup>1)</sup>; M. Ali<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id](mailto:m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id); <sup>2)</sup> [m.ali16082000@gmail.com](mailto:m.ali16082000@gmail.com)

### How to Cite :

Harahap, M. I., Ali, M. (2022). Analysis of the Application of Sharia Principles in the Development of Sharia Capital Market (Case Study of the Indonesia Stock Exchange, North Sumatra Representative Office). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [04 Januari 2021]

Accepted [25 Januari 2022]

### KEYWORDS

Application of Sharia Principles, Sharia Capital Market.

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



### ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah penerapan Prinsip-Prinsip syariah sudah sesuai dengan prinsip pasar modal syariah menurut Fatwa DSN-MUI NO: 40/DSN-MUI/X/2003 dan POJK 15/POJK.04/2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian penerapan Prinsip-Prinsip syariah dalam perkembangan pasar modal syariah di Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan dalam dunia pasar modal terutama pada Pasar Modal Syariah. Penelitian ini dilakukan di Kantor Bursa Efek Indonesia Perwakilan Sumatera Utara. Data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan dekskriftif kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik-karakteristik yang jhas dari subjek yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Prinsip-Prinsip syariah dalam perkembangan pasar modal syariah di Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara telah sesuai dengan prinsip Pasar Modal Syariah menurut Fatwa DSN-MUI NO: 40/DSN-MUI/X/2003 dan POJK 15/POJK.04/2015.

### ABSTRACT

The problem in this study is whether the application of sharia principles is in accordance with the principles of the sharia capital market according to the DSN-MUI Fatwa NO: 40/DSN-MUI/X/2003 and POJK 15/POJK.04/2015. This study aims to determine the suitability of the application of sharia principles in the development of the Islamic capital market at the Indonesia Stock Exchange, North Sumatra Representative Office. The results of this study are expected to be able to provide input in the world of capital markets, especially in the Islamic Capital Market. This research was conducted at the Indonesia Stock Exchange Representative Office of North Sumatra. The data in this study are primary data and secondary data. The research method used is qualitative with a qualitative descriptive approach with the aim of providing a detailed description of the background, characteristics, and characteristics of the subject under study. The results of this study indicate that the application of sharia principles in the development of the Islamic capital market at the Indonesia Stock Exchange

*North Sumatra Representative Office has been in accordance with the principles of the Sharia Capital Market according to the Fatwa of DSN-MUI NO: 40/DSN-MUI/X/2003 and POJK 15/ POJK.04/2015.*

## PENDAHULUAN

Sharia online trading system (SOTS) dirancang untuk memenuhi harapan para investor Muslim yang ingin mempermudah investor dalam bertransaksi saham, mencari informasi mengenai saham yang diperdagangkan dan bebas berinvestasi dari galeri. Namun, banyak yang masih berpendapat bila pasar modal syariah gagal menerapkan prinsip-prinsip yang ditetapkan untuk DSN-MUI dengan luas. Ini bisa terjadi disebabkan karena pasar modal syariah berada di atap yang serupa dengan Bursa Efek Indonesia dan tidak ada lembaga sekuritas independen sebagai lembaga sekuritas syariah, kecuali penerbitan sistem perdagangan online syariah SOTS. Oleh karena itu, beberapa pihak menduga bahwa regulasi SOTS murni dapat diberlakukan di pasar modal syariah. Namun, banyak yang masih berpendapat bila pasar modal syariah gagal menerapkan prinsip-prinsip yang ditetapkan untuk DSN-MUI dengan luas. Ini bisa terjadi disebabkan karena pasar modal syariah berada di atap yang serupa dengan Bursa Efek Indonesia dan tidak ada lembaga sekuritas independen sebagai lembaga sekuritas syariah, kecuali penerbitan sistem perdagangan online syariah SOTS. Oleh karena itu, beberapa pihak menduga bahwa regulasi SOTS murni dapat diberlakukan di pasar modal syariah (Yussy, 2017).

Sejauh ini 25 perusahaan sekuritas telah membuka cabang di Sumatera Utara dan 13 perusahaan investasi telah menerapkan SOTS Sistem Online Trading Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar modal syariah di Sumatera Utara sedang berkembang walau belum eksis seperti Pasar Modal Konvensional. bila dibandingkan hasil survei 2016, indeks literasi keuangan syariah nasional naik 0,83% menjadi hanya 8,93%. Berdasarkan Indeks Pendidikan Keuangan Syariah Nasional, Indeks Pendidikan Pasar Modal Sektoral meningkat 0,52% menjadi hanya 4,92%. Dari sisi inklusi, Indeks Syariah Nasional Keuangan Inklusif turun 2% menjadi 9,10%. Sebaliknya, indeks inklusi pasar modal naik 0,25% menjadi 1,55%.

Rendahnya tingkat angka literasi dan inklusi di pasar modal mencerminkan rendahnya tingkat literasi dan inklusi di pasar modal syariah yang termasuk bagian dari pasar modal. Hal ini tentunya merupakan rintangan guna mempercepat pertumbuhan pasar modal syariah di masa depan. Sementara itu, perkembangan pasar modal syariah Indonesia secara umum terus meningkat sejak perkembangannya dimulai.

## LANDASAN TEORI

### Pasar Modal Syariah

Pasar modal awalnya adalah tempat untuk macam – macam instrumen keuangan atau surat berharga jangka panjang yang bisa diperjual belikan baik bentuknya kewajiban ataupun saham. Banyaknya Industri dan perusahaan memakai lembaga pasar modal menjadi mediator agar menerima investasi mereka serta memperkuat posisi keuangan mereka.

Pasar modal syariah yaitu pasar modal yang ditaruh harap agar dapat terjalannya fungsi sesuai dengan pasar modal tradisional, akan tetapi kekhasan hukum Syariah yang mencerminkan pemerataan keadilan dan keuntungan. Semua kegiatan didalamnya terkait soal jual beli efek berbasis syariah, dan perusahaan publik yang terkait dengan yang dilakukan penerbitan jika produknya dan pengoperasian jalannya sesuai dengan hukum muamalat Islam (Andri Soemitra, 2014).

### Prinsip-Prinsip Pasar Modal Syariah

Aturan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan No. 15/Pojk.04/2015 mengenai Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal memberi pernyataan bila Prinsipil Islami di Pasar Modal

adalah nilai – nilai syariat dalam aktifitas di pasar modal. Melalui Fatwa DSN-MUI Indonesia, selama sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini berdasarkan Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia dan atau peraturan Dewan OJK lainnya. Umumnya, Fatwa DSN NO:40/DSNMUI/X/2003 mengeluarkan aturan tentang penerapan Prinsip Syariah dalam industri pasar modal. Tentu saja, kami mengikuti prinsip-prinsip hukum Syariah, yang memperhitungkan sifat saham (Peraturan OJK, 2017).

Prinsip utama pasar modal syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah bebas MAGHRIB (maysir, gharar, haram, riba dan bathil), menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah dan menyalurkan zakat, infak dan sadaqah (Andri Soemitra, 2017). Para ahli fiqh mengatakan bahwa kegiatan perusahaan yang diperbolehkan mengeluarkan saham tersebut adalah yang tidak ada unsur miras, perjudian, pembuatan bahanbaku dari daging babi, pornografi, jasa keuangan dan asuransi konvensional (Andrian Sutedi, 2014).

### **Karakteristik Pasar Modal Syariah**

Bentuk ideal dari pasar modal syariah dapat dicapai dengan Islamisasi empat pilar pasar modal (Lusiana, 2012), yaitu:

1. Emiten perusahaan dan efek yang diterbitkan didorong untuk memenuhi kaidah syariah, keadilan, kehati-hatian, dan transparansi.
2. Pelaku pasar investor harus memiliki pemahaman yang baik tentang ketentuan muamalah, manfaat dan risiko transaksi pasar modal.
3. Infrastruktur informasi bursa efek yang jujur, transparan dan tepat waktu yang merata di publik yang ditunjang oleh mekanisme pasar yang wajar.
4. Pengawasan dan penegakan hukum oleh otoritas pasar modal dapat diselenggarakan secara adil, efisien, efektif dan ekonomis.
5. Keempat pilar di atas akan memastikan terwujudnya bentuk ideal pasar modal syariah, serta pembiayaan dan investasi sesuai prinsip syariah akan semakin mendorong perkembangan lembaga keuangan di Indonesia.

### **Prinsip-Prinsip Syariah**

#### **Pengertian Prinsip-Prinsip Syariah**

Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Andrian Sutedi, 2014). Prinsip Syariah adalah kesepakatan antar bank dan pihak lain menurut hukum Islam untuk menjadi penyimpan dana dan mendanai usaha dan aktifitas lain sesuai dengan Syariah. Sistem lembaga keuangan Islam didasarkan pada hukum Syariah Islam dalam pelaksanaannya, menekankan adil dan jujur terhadap transaksi, aspek investasi yang etis, memomorsatukan nilai persatuan dan persaudaraan dalam produksi, dan berbagai transaksi syariah. Hindari kegiatan spekulatif dari. Prinsip lembaga keuangan syariah pada umumnya adalah mengeluarkan pelarangan transaksi yang didalamnya terkandung riba, maser, galler, dan unsur jual beli barang haram (Khatibul Umam, 2018).

Menurut Arifin, maknanya kepatuhan syariah sharia compliance dalam bank syariah adalah “penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait” (Zainal Arifin, 2009).

#### **Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Syariah**

Menyangkut sistem ekonomi menurut Islam ada tiga prinsip dasar, yaitu; tauhid, khilafah, dan adalah (Ikhwan, 2001). Prinsip Tauhid merupakan landasan terpenting bagi seluruh umat Islam yang menekuni kegiatannya, termasuk kegiatan ekonomi. Prinsip ini mencerminkan bahwa

penguasa dan pemilik tunggal alam semesta ini adalah Allah SWT. Prinsip Tauhid ini juga melandasi dan merupakan keadilan dalam kehidupan Islam, gagasan khilafah.

Khilafah adalah potensi spiritual dan spiritual serta kelengkapan sumber daya material yang dapat digunakan manusia dalam hidupnya untuk menyebarkan misi hidupnya sebagai khalifah atau wakil Allah di planet ini. Hal ini akan memungkinkan manusia potensinya menggunakan sumber daya yang ada untuk mengabdikan kepada Sang Pencipta Allah SWT dan mewujudkan kepentingan dirinya dan masyarakat sesuai dengan kemampuannya, artinya akan diminta.

Menurut Chapra, asas keadilan merupakan bagian integral dari tujuan Machasid al-Syariah Syariah, sehingga asas keadilan merupakan konsep yang tidak terpisahkan dari Tauhid dan Kirafa. Hasil dari prinsip Kirafa, antara lain, persyaratan bahwa semua sumber daya yang didelegasikan oleh Allah harus digunakan untuk mencerminkan tujuan Syariah. Memenuhi kebutuhan pemenuhan, menghormati sumber pendapatan, sumber pendapatan yang dapat diperkirakan, distribusi pendapatan dan kesejahteraan yang adil, distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil, serta stabilitas dan pertumbuhan pertumbuhan dan stabilitas (Ikhawan, 2001).

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menggambarkan dan menganalisis fakta-fakta dari objek yang diteliti. Data penelitian kualitatif disajikan dalam format kata atau word. Mirip dengan cara mendapatkan data penelitian kualitatif, data diambil dari wawancara, observasi dan arsip.

Untuk memperoleh informasi mengenai data penelitian, penulis melakukannya di Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia Sumatera Utara di Jl. Ir. H. Juanda Baru No. A5A6 Sumatera Utara, Kota Medan. Karena pandemi COVID-19, survei dilakukan secara online. Periode survei adalah dari Agustus hingga Desember 2021.

Tahapan-tahapan analisis data dalam penelitian ini sesuai dengan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman dalam Sugiyono, yaitu Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi. Pada tahap ini peneliti secara objektif mengumpulkan semua data baik berupa data primer maupun data sekunder, termasuk hasil wawancara dengan narasumber yang relevan, sejalan seperti yang didapatkan observasi dan wawancara langsung. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mengelompokkan, memanipulasi, membuang, dan mengorganisasikan data yang telah direduksi untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pengamatan dan memudahkan peneliti untuk menemukannya saat mereka membutuhkannya. Menarik dan memvalidasi kesimpulan adalah langkah terakhir dalam analisis data. Setelah menyajikan data, ditarik kesimpulan atau review dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara

Bursa Efek Jakarta pertama kali dibuka pada tanggal 14 Desember 1912, dengan dukungan Pemerintah Kolonial Belanda Batavia, pusat pemerintahan kolonial Belanda yang sekarang dikenal sebagai Jakarta. Bursa Efek Jakarta sebelumnya bernama Call Efek. Sistem perdagangan seperti lelang di mana setiap orang disebut "panggilan" pemimpin satu demi satu, di mana setiap broker membuat permintaan pembelian atau penawaran sampai ditemukan kecocokan harga, setelah itu transaksi terjadi. Saat itu, terdiri dari 13 perusahaan sekuritas.

Pada saat itu, pasar saham didorong oleh permintaan karena investor dan pialang merasa perlu adanya bursa di Jakarta. Pertukaran lahir karena permintaan mendesak untuk layanan ini. Orang Belanda, yang bekerja di Indonesia pada saat itu, telah mengenal investasi sekuritas selama lebih dari 300 tahun, dan pendapatan serta hubungan mereka memungkinkan untuk

menginvestasikan uang dalam berbagai jenis sekuritas. Surat berharga dari perusahaan Indonesia dan surat berharga dari luar negeri Saat ini, sekitar 30 sertifikat dikenal sebagai tanda terima penyimpanan untuk perusahaan AS, Kanada, Belanda, Prancis, dan Belgia.

Bursa Efek Jakarta ditutup selama Perang Dunia I dan dibuka kembali pada tahun 1925. Selain Bursa Efek Jakarta, pemerintah kolonial juga mengoperasikan bursa paralel di Surabaya dan Semarang. Namun, aktivitas pasar saham ini dihentikan karena pendudukan Jepang atas Batavia. Karena Perang Dunia II dan Perang Kemerdekaan berikutnya, kegiatan pertukaran dihentikan dari tahun 1940 hingga 1951. Perdagangan saham dan obligasi Belanda dinasionalisasi pada tahun 1958 dan tidak dilanjutkan sampai tahun 1952. Pasar sebelumnya tidak hilang, tetapi sampai tahun 1975, nilai tukar resmi yang dikelola oleh Bank Indonesia masih ditemukan.

Pada tanggal 2 Maret 2009, Bursa Efek Indonesia memperkenalkan Jakarta Automatic Trading System Next Generation JATS Next G, yang merupakan sistem perdagangan baru yang menggantikan sistem JATS yang telah beroperasi sejak Mei 1995. Sistem seperti JATS NextG telah diterapkan di beberapa pasar forex seperti Singapura, Hong Kong, Swiss, Kolombia, dan Inggris. JATS NextG memiliki empat engine: Main Engine, Main Engine Backup, DRC Disaster Recovery Center, dan DRC Backup. JATS NextG memiliki kapasitas hampir tiga kali lipat dari JATS generasi sebelumnya.

BEI terus berkembang dan siap bersaing dengan bursa global lainnya untuk mendukung strategi bertindak sebagai perantara dan regulator pasar modal. Tingkat pengendalian risiko, instrumen perdagangan yang lengkap, sistem yang andal, dan likuiditas yang tinggi. Hal ini tercermin dari keberhasilan BEI yang terpilih sebagai "Bursa Terbaik 2010" kedua di Asia Tenggara atau "The Best Stock Exchange of The Year 2010 In Southeast Asia".

Pada tahun 2009, bursa itu sendiri mulai menciptakan perwakilan untuk kota-kota besar di Indonesia. BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara sendiri dibuka di bulan Oktober 2010 dan berlokasi di Jl. Asia No.182 Kota Medan. Kantor perwakilan Bursa Efek Indonesia Sumatera Utara saat ini berlokasi di Jl. Ir H. Juanda No. A 5-6 Kota Medan.

### **Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara**

Aturan yang dikeluarkan OJK Nomor 15/POJK.04/2015 mengenai Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal, menerangkan bila Prinsip Syariah di pasar modal adalah prinsip hukum Islam setiap aktifitas syariah di pasar modal mengacu pada fatwa DSNMUI NO: 40/DSN-MUI/X/2003. BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara merupakan cabang dari Bursa Efek Indonesia Pusat yang menggaris bawahi dua bidang usaha, pertama pasar modal dan kedua pasar modal syariah. Tujuannya adalah mensosialisasikan, memberikan literasi dan edukasi, serta menjadi Pusat Informasi Pasar Modal Sumut. Bursa Efek Indonesia yang merupakan Kantor perwakilan di Sumatera Utara juga bertanggung jawab untuk memperkenalkan produk/komoditi yang ada di pasar modal kepada masyarakat dan menerapkan prinsip syariah di pasar modal syariah. Terhadap pasar modal dan mekanisme perilakunya secara keseluruhan, khususnya emiten, jenis surat berharga yang diperdagangkan, dan mekanisme perdagangannya, jika menganut prinsip syariah, maka dianggap syariah.

BEI sebagai penyedia produk pasar modal syariah wajib menjalankan penerapan nilai Islami pada pasar modal syariah sesuai dengan Fatwa DSN NO: 40/DSNMUI/X/2003 dan Peraturan Badan Jasa Keuangan No. 15/POJK. Sehubungan dengan April 2015. Menerapkan Prinsip Syariah ke pasar modal bagian dari usaha guna melakukan peningkatan ketaatan pada prinsip-prinsip syariah. Kantor Perwakilan BEI Sumut tak henti mengupayakan agar kepatuhan terhadap Prinsip Syariah meningkat, termasuk sosialisasi peraturan dan fatwa terkait Prinsip Syariah secara berkesinambungan di pasar modal. Berikut adalah tabel penerapan prinsip syariah di pasar modal.

Penerapan Prinsip Syariah di BEI representasi Sumut memiliki kelemahan dari representasi BEI Sumut yaitu belum adanya ASPM (ahli syariah pasar modal) untuk produk atau jasa Syariah. Dikeluarkan dan dikomentari oleh perusahaan, tim ahli Syariah akan menerbitkan Deklarasi Kepatuhan terhadap Prinsip Islamiah Pasar Modal untuk setiap produk atau layanan Syariah di pasar modal, meminta data dan informasi dari perusahaan. Oleh karena itu, ada lembaga seperti

Bursa Efek Indonesia yang memberikan saran dan pengawasan terhadap penerapan Prinsip Syariah di pasar modal. Namun sejauh ini, sedikit orang yang tertarik menjadi ASPM, mengingat banyaknya prosedur dan biaya yang harus dikeluarkan.

Hal ini memperlihatkan bila BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara belum menjalankan salah satu prinsip syariah yang sejalan dengan Peraturan Nomor 15/POJK.04/2015 yaitu mempunyai keahlian Pasar Modal syariah dan selanjutnya jadi kekurangan BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara.

### **Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Perkembangan Pasar Modal Syariah pada BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara**

Pasar modal Islam adalah pasar modal di mana instrumen keuangan atau instrumen modal diperdagangkan berdasarkan Syariah, atau yang menerapkan prinsip Syariah, sesuai dengan hukum Islam. Dalam menjalankan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia 40/DSNMUI/X/2003 dan Peraturan No.15/POJK. April 2015 BEI Sumut berupaya memaksimalkan aturan terkait penerapan Prinsip Syariah di pasar modal. Hal ini juga guna agar mendorong perkembangan pasar modal syariah di Sumatera Utara.

Seperti yang telah disebutkan, perusahaan yang masuk di Pasar Modal Syariah sebelumnya diproduksi dan didistribusikan oleh MUI untuk diproduksi dan didistribusikan oleh perusahaan yang tidak termasuk layanan keuangan yang nyaman seperti perjudian, perdagangan, asuransi perbankan tradisional atau asuransi tradisional. Transaksi barang atau jasa yang substansinya melawan hukum dan/atau merugikan moral, dan terjadinya transaksi suap. Dari sisi keuangan, emiten memiliki total debt ratio berbasis bunga berdasarkan jumlah aset seluruhnya hingga 45%.

Guna mengurangi kriminalitas di pasar modal, Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia di Sumatera Utara mengevaluasi setiap enam bulan untuk melihat apakah ini tepat atau hilang, saya akan melakukannya. Selanjutnya, DPS senantiasa menjamin dan memantau kecukupan aktivitas pasar modal investasi atas fatwa yang ditetapkan DSN-MUI, mengevaluasi pedoman investasi dan aspek produk syariah yang dikeluarkan oleh korporasi emiten, dan permodalan secara keseluruhan. operasional Menerbitkan laporan, mereview produk dan layanan baru tanpa fatwa, meminta Fatwa dari DSN-MUI, dan hasil monitoring direktur Syariah minimal 6 bulan sekali Disampaikan kepada rapat, komisaris, dan DSN-MUI.

Dari yang dijelaskan di atas, penerapan prinsip syariah pada pasar modal jadi begitu berharga untuk berkembangnya pasar modal syariah. Ketika diterapkan dengan benar, prinsip-prinsip Syariah akan menjadikan orang sadar dan percaya bahwa pasar modal syariah mematuhi hukum Syariah, tidak melanggar hukum Syariah, dan berbeda dari pasar modal tradisional. Lebih luas, perkembangan pasar modal syariah Indonesia semakin meningkat terus menerus setelah prinsip syariah diterapkan di pasar modal.

Dari 2016 memiliki 22.172 investor sampai dengan 2020 mempunyai 85 .267 investor. Ini menjadi titik terang bahwasannya pasar modal di Sumatera Utara dari tahun ke tahun alami jumlah investor yang meningkat. Setelah menerapkan Prinsip Syariah sesuai Fatwa DSN MUI, NO: 40/DSNMUI/X/2003 dan Peraturan No. 15/POJK.04/2015, BEI Sumatera Utara. Kami telah mengambil beberapa langkah guna memberi peningkatan berminatnya investor dan percayanya masyarakat kepada pasar modal syariah. Langkah-langkah ini meliputi: Adanya produk pasar modal syariah, adanya SPMS Sekolah Pasar Modal Syariah, serta sosialisasi dan workshop di perguruan tinggi seperti UIN Sumut, Universitas Sumut, Universitas Humadiya Sumut dan beberapa perguruan tinggi lainnya, dan galeri investasi Sumut, tetapi karena jumlah sumber daya manusia yang besar, upaya pembangunan tidak berkelanjutan atau efektif tanpa pakar pasar modal syariah yang nyata.

Melalui upaya tersebut, pasar modal syariah telah berkembang secara positif. Pasar modal syariah di Sumatera Utara sendiri terus berkembang dari tahun ke tahun. Sebagian besar investor baru ini ingin berinvestasi di pasar modal syariah setelah mengenal pasar modal syariah dan penerapan prinsip syariahnya. Bahwa pasar modal syariah di Sumatera Utara memiliki 16.604 investor syariah pada tahun 2018 dan 33.113 investor syariah akan terus tumbuh pada tahun 2020.

Pintor Nasution, Kepala Bursa Efek Sumut, mengatakan: "Ini menunjukkan Sumut sedang mengalami perkembangan pasar modal syariah, terbukti dengan semakin banyaknya investor syariah. Selain itu, sesuai arahan BEI Pusat, BEI Sumut akan terus menyerukan dan melaksanakan kontak sosial guna menggunakan pasar modal guna mobilisasi dana jangka panjang. Selain itu, BEI telah menjadi badan hukum dan bertanggung jawab, dan banyak dana yang masuk ke Indonesia sangat cocok untuk investasi dan pengelolaan pasar modal syariah.

Analisis ini mengungkapkan bahwa penerapan prinsip Syariah di pasar modal syariah begitu urgent memperhatikan dari penduduk Indonesia yang kebanyakan beragama Islam. Dan karena penerapan Prinsip Syariah dan usaha mensosialisasi yang benar, mereka yang semula tidak yakin pada pasar modal syariah, BEI Sumatera Utara telah mengadopsi Prinsip Syariah di pasar modal syariah Dewan Syariah Nasional NO: 40 / DSNMUI / X / 2003 dan Peraturan No. 15 / POJK.04/2015 mengenai Penerapan Prinsip Syariah Di Pasar Modal.

Hal ini akan memberi dampak baik bagi pertumbuhan pasar modal syariah di Sumatera Utara, karena peningkatan investor di pasar modal syariah memperlihatkan bila menerapkan nilai syariah akan berdampak signifikan terhadap perkembangan pasar modal syariah. Dengan berkembangnya pasar modal syariah di Indonesia, industri ini akan menjadi pilihan investasi yang aman untuk masa depan, terutama untuk publik yang mau menjadi investor selaras pada prinsip syariah, serta memberikan kontribusi yang signifikan dan keberlanjutan perekonomian nasional yang optimal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Bursa Efek Indonesia Perwakilan Sumatera Utara pada penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal dilaksanakan melalui perdagangann komoditas/produk seperti Saham, Obligasi, Reksa Dana yang berbasis Syariah, dll. Kami juga menggunakan kontrak yang menggunakan kepatuhan prinsip syariah. Perusahaan yang terdata di pasar modal syariah adalah yang menjalani usaha yang tidak diperbolehkan oleh syariat Islam. Kedua, Kantor Perwakilan BEI Sumut juga mempunyai Dewan Pemeriksa Syariah yang senantiasa memantau segala aktivitas di pasar modal syariah. Namun, Kantor Perwakilan BEI Sumut belum memiliki Tenaga Ahli Syariah Pasar Modal (ASPM).

Penerapan Prinsip Syariah oleh Kantor Perwakilan BEI Sumut akan berdampak positif bagi perkembangan pasar modal Syariah, terbukti dengan meningkatnya investor dan transaksi di pasar modal Syariah selama empat tahun terakhir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi. 2014. Pasar Modal Syariah Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah. Jakarta: Sinar Grafika.
- Andri Soemitra. 2014. Masa Depan Pasar Modal Syariah di Indonesia, Jakarta: Kencana.
- Andri Soemitra. 2017. Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ikhwan Abidin. 2001. Mr Umer Chapra; The Future of Economics: An Islamic Perspective. Jakarta: Gema Insani Press.
- Khotibul Umam, Lembaga Keuangan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia.
- Lusiana. , 2012. Usaha Penanaman Modal di Indonesia, Jakarta: Rajawali Pers.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15/Pojk.04/2015 Tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal .Pdf. Diunduh tanggal 28 Februari 2017.
- Yussi Septa Prasetya. 2017. Implementasi Regulasi Pasar Modal Syariah Pada Sharia Online Trading System (SOTS), Jurnal IAIN Ponorogo NIZHAM, Vol. 2, No. 2.
- Zainal Arifin. 2009. Dasar-dasar Manajemen. Tangerang: Aztera Publisher.

## Analysis of Service Quality at the Regional Financial and Asset Management Office of South Bengkulu Regency

### Analisis Kualitas Pelayanan pada Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan

Gustini  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu  
Email: [stia.gustini@yahoo.com](mailto:stia.gustini@yahoo.com)

**How to Cite :**

Gustini. (2022). Analysis of Service Quality at the Regional Financial and Asset Management Office of South Bengkulu Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

**ARTICLE HISTORY**

Received [30 Desember 2021]  
Revised [04 Januari 2021]  
Accepted [25 Januari 2022]

**KEYWORDS**

Quality of Service, Society Satisfaction Index (SSI), Asset Management

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



**ABSTRAK**

Pelayanan publik oleh aparatur pemerintah di berbagai sektor pelayanan yang berkaitan dengan pemenuhan hak-hak sipil dan kebutuhan dasar dinilai tidak sesuai dengan tuntutan dan harapan masyarakat. Hal itu terlihat antara lain dari banyaknya pengaduan, pengaduan yang disampaikan masyarakat melalui media atau langsung ke kementerian. Untuk itu diperlukan penilaian masyarakat sebagai pelayanan publik oleh pengguna layanan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan kegiatan di bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pengukuran nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (ISIS) secara keseluruhan menunjukkan hal yang positif dan dikategorikan dalam kondisi baik dan baik.

**ABSTRACT**

Public services by government officials in various service sectors related to the fulfillment of civil rights and basic needs are considered not in accordance with the demands and expectations of the community. This can be seen, among others, from the number of complaints, complaints submitted by the public through the media or directly to the ministry. For this reason, it is necessary to assess the community as a public service by users of these services. The purpose of this study was to analyze the quality of services provided by the Department of Financial and Asset Management in South Bengkulu Regency. This study was designed as a descriptive study. The population in this study is all people who carry out activities in the field of the Regional Financial and Asset Management Office of South Bengkulu Regency. The sample in this study were 150 respondents. The data collection technique in this study was a questionnaire. The results showed that: The overall measurement of the Community Satisfaction Index (ISIS) value showed positive things and was categorized in good and good condition.

## PENDAHULUAN

Pemerintah Daerah mendapatkan kebijakan otonomi daerah dari desentralisasi fiskal. Bentuk kebijakan tersebut dituangkan ke dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Tingkat kesadaran masyarakat saat ini semakin tinggi. Hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara semakin disadari. Perkembangan kehidupan masyarakat yang semakin baik, membuat masyarakat semakin berani untuk menunjukkan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat berani untuk mengontrol terhadap kegiatan apa saja yang dilakukan oleh pemerintah dalam melaksanakan tugasnya sebagai pelayan publik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting, dalam menentukan keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik karena masyarakat adalah konsumen dari produk layanan yang dihasilkan oleh pemerintah.

Pelaksanaan pelayanan publik harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk mencapai kepuasan masyarakat yang lebih baik. Jika pemerintah tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan menyebabkan ketidakpuasan, sehingga kesetiaan masyarakat akan hilang. Untuk itu, pemerintah perlu meningkatkan pelayanan semaksimal mungkin kepada masyarakat.

Kualitas pelayanan publik telah menjadi fokus perhatian penting oleh pemerintah karena akan mempengaruhi kepuasan masyarakat. Ini dikarenakan seluruh pelayanan yang diberikan akan mendapat penilaian yang baik di masyarakat, sehingga kepuasan masyarakat akan muncul apabila kualitas pelayanan baik. Zeithaml, et al (2006) Kualitas pelayanan yang baik memiliki lima dimensi kualitas yang sering disebut dengan *SERVEQUAL (Service Quality)* yang terdiri dari: 1) Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan pemberian pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. 2) Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat. 3) Jaminan (assurance), yakni perilaku para karyawan mampu membutuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman pelanggannya. 4) Empati (empathy), berarti perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. 5) Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Kedudukan aparatur pemerintah dalam pelayanan umum sangat strategis karena akan sangat menentukan sejauh mana pemerintah mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat, dengan demikian akan menentukan sejauhmana negara telah menjalankan perannya dengan baik sesuai dengan tujuan pendiriannya. Menurut Pemerintah dalam Surat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993, pelayanan umum merupakan segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah tingkat pusat, daerah dan lingkungan BUMN/BUMD dalam bentuk barang atau jasa, baik dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan perundang-undangan.

Dari pengertian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah tingkat pusat, daerah dan lingkungan BUMN/BUMD dalam bentuk barang atau jasa dengan sistem, prosedur, dan metode

tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat atau individu sesuai dengan haknya secara baik dan memuaskan.

### **Indeks Kepuasan Masyarakat**

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik, Indeks Kepuasan Masyarakat adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan public dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

### **Tujuan dan Manfaat mengukur Kepuasan Masyarakat**

Tujuan pengukuran kepuasan masyarakat menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dengan kebutuhan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah survey karena informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuisioner. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data informasi pokok dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada masyarakat yang melakukan kegiatan di bagian pelayanan pada Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan kegiatan di pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan. Pengambilan sampel dilakukan secara accidental sampling yakni wajib pajak atau masyarakat yang datang untuk mengurus ke Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan saat ditemui oleh peneliti. Responden yang terpilih ditetapkan minimal 150 orang dari jumlah penerima layanan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014. Sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah sebanyak 150 responden dalam jangka waktu satu bulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berdasarkan 14 unsur prinsip pelayanan sebagaimana ditetapkan.

### **Prosedur Pelayanan**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur prosedur pelayanan adalah sebesar 2,82. Pada unsur prosedur pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan mudah, karena dilihat dari keterbukaan informasi, kejelasan alur dan kesederhanaan prosedur pelayanan sudah baik. Hal ini dikarenakan adanya informasi yang jelas dari petugas pelayanan baik berupa pelayanan tidak rumit, pendaftaran berkas sangat mudah, papan pengumuman, maupun informasi yang lain yang mudah

diakses oleh masyarakat pengguna layanan. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur prosedur pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### **Persyaratan Pelayanan**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur persyaratan pelayanan adalah sebesar 2,84. Pada unsur persyaratan pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan sesuai karena persyaratan untuk mendapatkan pelayanan menjadi sangat penting di lihat dari kepentingan masyarakat Kabupaten Bengkulu Selatan harus memenuhinya agar mendapatkan pelayanan seperti yang diharapkan. Bila sebelumnya persyaratan sudah disosialisasikan dengan baik dari petugas pelayanan, maka wajib pajak atau masyarakatpun akan dapat dengan mudah mempersiapkan baik dari administrasi maupun dari teknik pelaksanaannya. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan telah memiliki persyaratan pelayanan yang memiliki kejelasan persyaratan baik secara teknis maupun administrasi. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur persyaratan pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### **Kejelasan Petugas Pelayanan**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kejelasan petugas pelayanan adalah sebesar 2,88. Pada unsur kejelasan petugas pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan jelas. Bagi masyarakat, kejelasan mengenai keberadaan petugas pelayanan dan kemudahan untuk menemuinya sangat berguna untuk memperlancar proses dari penyelesaian berkas. Begitupun dengan kejelasan identitas dan tanggung jawab memberikan keterangan yang jelas kepada masyarakat. Dari hasil analisa tabel 4.6 telah memberikan gambaran bahwa kejelasan petugas pelayanan di bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan sudah memiliki sebagian kesesuaian pengertian dari kejelasan petugas pelayanan yaitu dari segi keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kejelasan petugas pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### **Kedisiplinan Petugas Pelayanan**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur keamanan pelayanan adalah sebesar 2,70. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pada unsur kedisiplinan petugas pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan baik. Karena di lihat dari kredibilitas dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pelayanan sudah baik. Hal ini sudah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan mengenai waktu pelayanan dalam setiap pelayanan kepada masyarakat. Dari data yang diperoleh maka didapat hasil penelitian bahwa kedisiplinan petugas pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan disiplin meskipun masih banyak terdapat kekurangan yang harus menjadi fokus utama dalam membenahan pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan yang berhubungan dengan disiplin petugas pelayanan. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kedisiplinan petugas pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### Tanggung Jawab Petugas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur tanggung jawab petugas pelayanan adalah sebesar 2,70. Tanggung jawab petugas pelayanan yakni kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan. Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan melaksanakan pelayanan akan fungsi dan tugasnya masing-masing yang telah dilaksanakan dengan baik.. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur tanggung jawab petugas pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### Keampuan Petugas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur keamanan pelayanan adalah sebesar 2,79. Pada unsur kemampuan petugas pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan mampu dalam menyelesaikan pelayanan. kemampuan petugas pelayanan yakni tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat. Sementara dalam standar pelayanan disebutkan Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa dari kemampuan petugas pelayanan bidang baik secara fisik, intelektual dan administrasi. Kemampuan dari SDM yang ada merupakan orang yang ahli dan berkompeten dibidangnya dan juga memiliki pengalaman yang cukup lama. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kemampuan petugas pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### Kecepatan Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur keamanan pelayanan adalah sebesar 2,56. Pada unsur kecepatan pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan cepat dalam menyelesaikan pelayanan. Kecepatan pelayanan yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan di bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan. Dari unsur ini dapat dilihat dari kemampuan petugas pelayanan dalam ketepatan waktu pada proses pelayanan dan tingkat keterbukaan waktu penyelesaian pelayanan. Bidang telah menerapkan standar waktu pelayanan untuk masing-masing pelayanan. Jadi untuk setiap pelayanan waktu penyelesaian sudah baku tetapi sebelum mendapatkan pelayanan wajib pajak atau masyarakat terlebih dahulu harus menunggu antrian. Namun, jika dilihat dari interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kecepatan pelayanan di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### Keadilan Mendapatkan Pelayanan

Keadilan mendapatkan pelayanan yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau status masyarakat. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur keadilan mendapatkan pelayanan adalah sebesar 2,52. Pada unsur keadilan mendapatkan pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan kurang adil dalam memberikan pelayanan. Keadilan memberikan pelayanan yakni pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/ status masyarakat yang dilayani. Menurut Carlson dan Schwartz (dalam Frederik Mote, 2008) menyatakan bahwa ukuran komprehensif untuk *sevequal* sektor publik keadilan yaitu ukuran tingkat dimana masyarakat percaya bahwa pelayanan pemerintah disediakan sama untuk semua orang. Dari unsur

dapat dilihat dari petugas pelayanan memberikan pelayanan kepada masyarakat yang datang. Terkadang dalam memberikan pelayanan petugas tidak memperhatikan antrian. Jika ada keluarga atau teman petugas pelayanan datang untuk mengurus maka teman atau keluarganya yang didahulukan untuk memperoleh pelayanan dibandingkan dengan masyarakat yang telah antri. Dari tabel 1 pada unsur keadilan mendapatkan pelayanan, dapat dilihat pendapat dari responden yaitu tidak adil sebanyak 16 responden, cukup adil sebanyak 59 responden, adil sebanyak 60 responden, sangat adil sebanyak 15 responden. Disini dapat dilihat kurangnya pemerataan atau cakupan dalam pelaksanaan pelayanan. Jika dilihat dari interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur keadilan mendapatkan pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi kurang baik.

### **Kesopanan dan Keramahan Petugas**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kesopanan dan keramahan adalah sebesar 2,66. Kesopanan dan keramahan petugas merupakan sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati. Pada unsur kesopanan dan keramahan petugas pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan sopan dan ramah. Karena dilihat dari tingkat kesopanan dan keramahan petugas dalam memberikan pelayanan serta penghormatan dan penghargaan antara petugas dan masyarakat atau wajib pajak. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kesopanan dan keramahan petugas pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

### **Kewajaran Biaya Pelayanan**

Kewajaran biaya adalah keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan. Berdasarkan Hasil Perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kewajaran biaya pelayanan adalah sebesar 2,30. Dilihat dari segi kewajaran biaya pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan kurang wajar. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kewajaran biaya pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi kurang baik. Yang dimaksud kewajaran biaya pelayanan ini adalah apabila SPPT yang telah jatuh tempo belum dibayar akan timbul denda sebesar 2% dari pajak terhutang setiap bulannya.

### **Kepastian Biaya Pelayanan**

Kepastian biaya yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan. Berdasarkan Hasil Perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kepastian biaya pelayanan adalah sebesar 2,15. Dilihat dari segi kepastian biaya pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan kurang sesuai. Karena dalam mengurus.

### **Kepastian Jadwal Pelayanan**

Berdasarkan Hasil Perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kepastian jadwal pelayanan adalah sebesar 2,36. Pada unsur ini bidang pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan kurang tepat. Karena dalam penyelesaian berkas tidak dapat dipastikan dengan tepat oleh petugas pelayanan. Hal ini disebabkan adanya hambatan lain dalam pelaksanaan tugas. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kepastian jadwal pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi kurang baik.

## Kenyamanan Lingkungan

Berdasarkan Hasil Perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur kenyamanan pelayanan adalah sebesar 2,63. Dilihat dari segi kenyamanan lingkungan pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan nyaman. Karena di tempat pelayanan terdapat ruang tunggu yang nyaman dengan dilengkapi fasilitas tambahan yang baik seperti tempat duduk untuk mengantri, televisi, AC dan toilet yang bersih. Dengan demikian masyarakat merasa nyaman untuk menunggu giliran untuk mendapatkan pelayanan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur kenyamanan pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik

## Keamanan Pelayanan

Berdasarkan Hasil Perhitungan dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk unsur keamanan pelayanan adalah sebesar 2,63. Dilihat dari segi keamanan lingkungan pelayanan baik di dalam maupun diluar (tempat parkir kendaraan) di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan responden menyatakan aman. Karena di sekitar lingkungan pelayanan terdapat beberapa orang petugas keamanan, yang setiap saat mengawasi lingkungan sekitar pelayanan sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan. Berdasarkan interval skor yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari unsur keamanan pelayanan dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kondisi baik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Secara keseluruhan penilaian masyarakat terhadap pelayanan pada Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan berada dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari besaran nilai IKM sebesar 65, yang berarti bahwa kinerja dari bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan adalah baik. Karena nilai tersebut berada pada kelas interval konversi IKM antara 64,51 sampai dengan 82,35 dengan kategori kelas baik (B).
2. Dari 14 unsur yang nilai, terdapat 10 unsur yang bernilai baik, yaitu unsur prosedur pelayanan dengan nilai sebesar 2,82, unsur persyaratan pelayanan dengan nilai sebesar 2,84, unsur kejelasan petugas pelayanan dengan nilai sebesar 2,88, unsur kedisiplinan petugas pelayanan dengan nilai sebesar 2,70, unsur tanggung jawab petugas pelayanan dengan nilai sebesar 2,70, unsur kemampuan petugas pelayanan dengan nilai sebesar 2,79, unsur kecepatan pelayanan dengan nilai sebesar 2,56, unsur kesopanan dan keramahan petugas dengan nilai sebesar 2,66, unsur kenyamanan lingkungan dengan nilai sebesar 2,63, dan unsur keamanan pelayanan dengan nilai sebesar 2,63. Kemudian ada 4 unsur yang mendapat penilaian kurang baik yaitu unsur keadilan mendapatkan pelayanan dengan nilai sebesar 2,52, unsur kewajaran biaya pelayanan dengan nilai sebesar 2,30, unsur kepastian biaya pelayanan dengan nilai sebesar 2,15, dan unsur kepastian jadwal pelayanan dengan nilai sebesar 2,36.

### Saran

Untuk menjaga kepercayaan masyarakat dalam pelayanan pengurusan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan yang berkualitas dan memperhatikan kepentingan masyarakat. Maka ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan untuk memperbaiki 14 unsur perinsip pelayanan sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan

Aparatur Negara (KEPMENPAN) dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014 yang masih kurang baik yaitu Keadilan mendapatkan pelayanan, Kewajaran biaya pelayanan, Kepastian biaya pelayanan dan Kepastian jadwal pelayanan sehingga kedepan pelayanan bidang Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bengkulu Selatan menjadi lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- AR, Mustamir. 2011. Kualitas Pelayanan Pajak Oleh Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bengkulu. Tesis. Universitas Bengkulu.
- Azis Mahyudin, Karona Cahya Susena, & Ermy Wijaya. (2021). Analysis of the Community Satisfaction Index (IKM) on the Quality of Library Services at the University of Dehasen Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 1(1), 47–54.
- Batubara, H A. 2006. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Prima. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas*. Volume 5 Nomor 1 hal. 81
- Cahyono, Giri. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat. Tesis. Universitas Terbuka.
- Gaspersz, Vincent. 1997. Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep Vincent dalam Manajemen Bisnis Total. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1997. Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1997. Total Quality Management. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Goetsch, David L, Dan Stanley B. Davis. 2002. Pengantar Manajemen Mutu 2. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Prenhalindo.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Mote, Frederik. 2008. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap Pelayanan Publik Di Puskesmas Ngesrep Semarang. Universitas Diponegoro.
- Mustafa, Ardi. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Spektrum Frekuensi Radio Bengkulu. Tesis. Universitas Bengkulu.
- 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.
- Ningsih, Wahyu dan Riska. 2015. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Pelayanan Perizinan Kabupaten Bengkulu Selatan. Tesis. Universitas Bengkulu.
- Sianta, J. L., Susena, K. C., & Ningsih, M. K. (2020). The Analysis Of Community Satisfaction Index (Smi) On Public Services In Sidomulyo Kelurahan Office Bengkulu City. *JURNAL EMAK*, 1(3), 172-181.
- Singarimbun, Musri dan Effendy, Sofyan. 1996. Metode Penelitian Survey. Jakarta: Pustaka.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2000. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 2003 tentang Pelayanan Publik.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, Valerie; Bitner M.J; Gremler, Dwayne. 2006. Service Marketing. Singapore: McGraw-Hill International Edition.

## The Influence of Discipline, Speed and Responsiveness of Office boy Work on Work Productivity at PT. Astra International Tbk, Bengkulu Branch

### Pengaruh Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan Kerja Office Boy Terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Astra International, Tbk. Cabang Bengkulu

Meylinda<sup>1)</sup>; Tezar Arianto<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

<sup>2)</sup>Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>2)</sup> [tezar.arianto7@gmail.com](mailto:tezar.arianto7@gmail.com)

**How to Cite :**

Meylinda., Arianto, T. (2022). The Influence of Discipline, Speed and Responsiveness of Office boy Work on Work Productivity at PT. Astra International Tbk, Bengkulu Branch. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

**ARTICLE HISTORY**

Received [30 Desember 2021]  
Revised [07 Januari 2022]  
Accepted [27 Januari 2022]

**KEYWORDS**

*Discipline, Speed, Responsiveness, and Work Productivity*

*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 Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan Kerja Office boy terhadap Produktivitas Kerja di PT. Astra International, Tbk. Cabang Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Responden dalam penelitian ini adalah Karyawan di PT. Astra International, Tbk. Cabang Bengkulu yang berjumlah 68 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, penyebaran angket atau kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis tanggapan responden, analisis regresi linier berganda, koefisien determinan, dan juga uji hipotesis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan Kerja Office boy berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Produktivitas Kerja di PT. Astra International, Tbk. Cabang Bengkulu..

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the Effect of Discipline, Speed , and Responsiveness of Work Office Boys on Work Productivity at PT. Astra International, Tbk. Bengkulu Branch, either partially or simultaneously. Respondents in this study were employees at PT. Astra International, Tbk. Bengkulu branch, totaling 68 people. In this research, the writer uses the method of collecting data by means of observation, distributing questionnaires, or questionnaires. Data analysis techniques used in this study, using instrument test, classical assumption test, analysis of respondents' responses, multiple linear regression analysis, determinant coefficients, and also hypothesis testing. So it can be concluded that the Discipline, Speed and Responsiveness of Work Office boy have a positive and significant effect partially or simultaneously on Work Productivity at PT. Astra International, Tbk. Bengkulu Branch.*

## PENDAHULUAN

Perusahaan itu sendiri merupakan suatu organisasi yang menghimpun orang-orang yang disebut dengan karyawan atau pegawai untuk menjalankan aktivitas usaha di dalam perusahaan tersebut. Didalam sebuah perusahaan mempunyai tujuan yaitu memaksimalkan keuntungan dan nilai bagi perusahaan dan juga untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan, yang berkaitan dengan perusahaan dan karyawan. Keberhasilan perusahaan ditentukan oleh sumber daya manusia, karena tanpa adanya sumber daya manusia maka perusahaan tidak dapat meraih tujuan perusahaan. Sumber daya manusia yang baik dan optimal akan secara langsung berdampak pada kesuksesan perusahaan dalam meraih tujuan perusahaan. Perusahaan yang sukses tidak sekedar memberikan tugas kepada karyawan, tetapi juga memperhatikan apa yang dibutuhkan karyawan sehingga karyawan dapat dengan nyaman untuk bekerja. Sumber daya manusia yang telah terpenuhi kebutuhannya, secara otomatis karyawan akan memberikan lebih dari yang diharapkan oleh perusahaan sehingga produktivitas dari karyawan juga dinilai sangat baik oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dina sebagai salah satu karyawan PT. Astra International, Tbk Cabang Bengkulu dimana permasalahan yang terjadi yaitu produktivitas kerja office boy yang masih sangat kurang hal ini ditandai dengan cara kerjanya yang terkesan lamban, tidak cekapan, kurang bersih ketika menyapu dan hal ini disebabkan oleh sumber daya yang kurang berkompeten. Faktor utama yang menjadi penyebabnya adalah pendidikan office boy yang rendah, biasanya walaupun bagian office boy perusahaan merekrut karyawan berdasarkan latar belakang pendidikan yang jelas namun kenyataannya pada PT. Astra International, Tbk Cabang Bengkulu tidak melihat dari latar belakang pendidikan tersebut. Karena menurut PT. Astra International, Tbk Cabang Bengkulu pendidikan bukan salah satu faktor penting yang mendukung perusahaan ini agar tetap bertahan. Sehingga ketika bekerja office boy sulit diarahkan, sering atang terlambat, dan tidak tanggap ketika diperintahkan mengerjakan sesuatu.

## LANDASAN TEORI

### Produktivitas Kerja

Produktivitas kerja diartikan sebagai hasil pengukuran suatu kinerja dengan memperhitungkan sumber daya yang digunakan, termasuk sumber daya manusia menurut Schermerharn (2003), selanjutnya Hasibuan (2003) mengemukakan bahwa produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik hal ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi (waktu, bahan, tenaga) dan sistem kerja, teknis produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya. Menggunakan kemampuan atau mewujudkan segenap potensi guna mewujudkan kreativitas.

Indikator produktivitas menurut Hasibuan (2009) merupakan perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan), yaitu sebagai berikut :

1. Perbaikan terus menerus, yaitu upaya peningkatan produktifitas kerja salah satu implementasinya ialah bahwa seluruh komponen harus melakukan perbaikan secara terus menerus.
2. Peningkatan hasil mutu pekerjaan. Peningkatan hasil mutu pekerjaan dilaksanakan oleh semua komponen dalam organisasi.
3. Pemberdayaan sumber daya manusia. Memberdayakan sumber daya manusia mengandung kiat untuk : (a) mengakui harkat dan martabat manusia sebagai makhluk yang mulia, mempunyai harga diri, daya nalar, memiliki kebebasan memilih, akal, perasaan dan berbagai kebutuhan yang beraneka ragam; (b) manusia memiliki hak-hak asasi dan tidak ada manusia lain (manajemen) yang dibenarkan melanggar hak tersebut; (c) penerapan gaya manajemen yang partisipatif melalui proses berdemokrasi dalam kehidupan berorganisasi.

4. Kondisi fisik tempat bekerja yang menyenangkan. Kondisi fisik tempat yang menyenangkan memberikan kontribusi yang nyata dalam peningkatan produktivitas kerja.
5. Umpan balik. Pelaksanaan tugas dan karier karyawan tidak dapat dipisahkan dari penciptaan, pemeliharaan, dan penerapan sistem umpan balik yang objektif, rasional, baku, dan validitas yang tinggi.

### Disiplin

Disiplin adalah prosedur yang mengoreksi atau menghukum bawahan karena melanggar peraturan atau prosedur. Disiplin merupakan bentuk pengendalian diri pegawai dan pelaksanaan yang teratur dan menunjukkan tingkat kesungguhan tim kerja di dalam organisasi, Menurut, Simamora (2007). Menurut Moenir (2002) disiplin adalah suatu bentuk ketaatan terhadap aturan, baik tertulis maupun tidak tertulis yang telah ditetapkan. Disiplin merupakan bentuk Disiplin yang menegakkan peraturan-peraturan perusahaan, yang sering kali dipengaruhi oleh sistem disiplin di dalam perusahaan adalah para pegawai yang bermasalah. Jika perusahaan gagal menghadapi pegawai bermasalah, efek negatif kepada para pegawai lainnya dan kelompok kerja lainnya akan timbul, Mathis (2002).

Indikator disiplin menurut Hasibuan (2003) dapat diukur melalui berikut:

1. Kehadiran  
Seseorang yang dijadwalkan untuk bekerja harus datang atau hadir pada waktunya tanpa alasan apapun.
2. Waktu kerja  
Waktu kerja sebagai jangka waktu saat pekerja yang bersangkutan harus hadir untuk memulai pekerjaan dan ia dapat meninggalkan pekerjaan, dikurangi waktu istirahat antar permulaan dan akhir kerja. Mencetak jam kerja pada waktu hadir merupakan sumber data untuk mengetahui tingkat disiplin waktu kerja karyawan.
3. Kepatuhan terhadap perintah  
Kepatuhan terjadi jika seseorang melakukan apa yang dikatakan kepadanya.
4. Kepatuhan terhadap peraturan  
Serangkaian aturan-aturan yang dimiliki kelompok dalam organisasi, boleh jadi merupakan tekanan bagi seseorang atau karyawan agar patuh yang akan membentuk keyakinan, sikap dan perilaku individu tersebut menurut standar kelompok yang ada dalam suatu organisasi.
5. Pemakaian seragam  
Setiap karyawan terutama di lingkungan organisasi menerima seragam kerja setiap dua tahun sekali.

### Kecepatan Kerja

Kecepatan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan sangat penting bagi suatu perusahaan. Kecepatan juga dapat diartikan sebagai sikap seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaan yang diukur dari cepat dan akuratnya pekerjaan tersebut. Kecepatan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan menurut, Rahmayanty, (2010). Kecepatan dari setiap sub bagian atau bidang dalam suatu perusahaan baik perusahaan milik negara maupun swasta berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Kecepatan yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan melakukan pekerjaan dapat dilihat dari beberapa cara ataupun aspek Prawirosentono (2008) mengemukakan beberapa cara untuk mengukur kecepatan seseorang dalam bekerja, antara lain sebagai berikut:

1. Waktu dalam pengerjaan. Waktu pengerjaan yang sesuai dengan tingkat kesulitan suatu pekerjaan menjadi salah satu tolok ukur dalam kecepatan.
2. Lama waktu tunggu pekerjaan. Waktu tunggu yang sesuai dengan tingkat kesulitan pekerjaan menjadi salah satu tolok ukur dalam kecepatan.
3. Sikap karyawan dalam bekerja. Sikap karyawan yang cekatan dalam bekerja dijadikan sebagai tolok ukur kecepatan pelayanan.

### Ketanggapan Kerja

Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kemauan karyawan perusahaan (organisasi) yang tanggap dan bersedia membantu kepentingan pelanggan yang memerlukan layanan. Zeithan *et.al* (Umar; 2005) mengatakan *Responsiveness*, yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan atau memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan pelanggan.

Indikator daya tanggap menurut Aritonang (2005) meliputi:

1. Memberi layanan dengan cepat
2. Memberi layanan dengan cara yang tepat
3. Selalu siap sedia memberi bantuan

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda bertujuan untuk memprediksi berapa besar kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresinya adalah Sugiyono (2013):

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Di mana:

- Y : Produktivitas Kerja  
 b : Koefisien arah regresi  
 X<sub>1</sub> : Disiplin  
 X<sub>2</sub> : Kecepatan  
 X<sub>3</sub> : Ketanggapan  
 e : *error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1			
Disiplin	.193	.062	.246
Kecepatan	.512	.199	.362
Ketanggapan Kerja	.439	.184	.347

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Dari perhitungan hasil regresi di atas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :  $Y = 0.193 (X_1) + 0.512 (X_2) + 0.439 (X_3)$ . Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Koefisien Regresi  $X_1$ , sebesar 0.193 mempunyai makna jika nilai variabel Disiplin ( $X_1$ ) naik satu satuan maka nilai Produktivitas Kerja (Y) akan naik sebesar 0.193 dengan asumsi variabel Kecepatan ( $X_2$ ), Dan Ketanggapan ( $X_3$ ) dianggap tetap.
2. Koefisien Regresi  $X_2$ , sebesar 0.512 mempunyai makna jika nilai variabel Kecepatan ( $X_2$ ) naik satu satuan maka nilai Produktivitas Kerja (Y) akan naik sebesar 0.512 dengan asumsi variabel Disiplin ( $X_1$ ) Dan Ketanggapan ( $X_3$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi  $X_3$ , sebesar 0.439 mempunyai makna jika nilai variabel Ketanggapan ( $X_3$ ) naik satu satuan maka nilai Produktivitas Kerja (Y) akan naik sebesar 0.439 dengan asumsi variabel Disiplin ( $X_1$ ) dan Kecepatan ( $X_2$ ) dianggap tetap.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada, Karyawan di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu melalui penyebaran kuesoner terhadap 68 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel bebas Disiplin ( $X_1$ ), Kecepatan ( $X_2$ ), Dan Ketanggapan ( $X_3$ ) terhadap Produktivitas Kerja (Y) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu, Sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

#### Pengaruh Disiplin ( $X_1$ ) Terhadap Produktivitas Kerja (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Disiplin memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Hasil uji t membuktikan bahwa Disiplin memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.090 > 1.99773$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,003 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh Disiplin ( $X_1$ ) secara positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja (Y) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Artinya bahwa semakin disiplin seorang officeboy maka akan semakin meningkat pula Produktivitas Kerjanya.

Hasil ini diperkuat oleh teori dari Simamora, (2007) yang mengemukakan bahwa disiplin merupakan bentuk pengendalian diri pegawai dan pelaksanaan yang teratur dan menunjukkan tingkat kesungguhan tim kerja di dalam organisasi. Menurut Moenir (2002), disiplin adalah suatu bentuk ketaatan terhadap aturan, baik tertulis maupun tidak tertulis yang telah ditetapkan. Disiplin harus ditumbuh kembangkan agar tumbuh pula ketertiban dan efisiensi. Selanjutnya menurut Rahmatullah (2003), disiplin haruslah dimiliki oleh setiap pegawai dan harus terus ditingkatkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermanto (2016) Pengaruh Kejelasan pelayanan, Kedisiplinan Petugas pelayanan dan infrastruktur Terhadap Produktivitas Kerja. Rizky, dkk. (2020). Dalam penelitian "Pengaruh Disiplin Kerja dan ketanggapan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pizza Hut Wilayah Jakarta Timur. Toni Prayogo dan Ismiyati. 2018. Dengan judul "Pengaruh ketanggapan dan disiplin kerja terhadap Produktivitas Kerja. Dimana hasil dari ketiga penelitian tersebut menyatakan bahwa kedisiplinan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja. Hasil penelitian dari Prasetyo, Marlina (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja.

#### Pengaruh Kecepatan ( $X_2$ ) Terhadap Produktivitas Kerja (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kecepatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Hasil uji t membuktikan bahwa Disiplin memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.573 > 1.99773$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,012 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh Kecepatan ( $X_2$ ) secara positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja (Y) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Kecepatan dalam bekerja harus diimbangi pula dengan hasil kerja yang baik, seperti kebersihan maupun kerapiannya.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu Rahmayanty, (2010) yang mengemukakan bahwa kecepatan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Kecepatan dari setiap sub bagian atau bidang dalam suatu perusahaan baik perusahaan milik negara maupun swasta berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Bangun (2012) mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan. Sadarmayanti (2014). Kecepatan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan sangat penting bagi suatu perusahaan. Kata kecepatan berasal dari kata cepat yang berarti dalam waktu singkat atau segera atau lekas, sedangkan kecepatan sendiri diartikan terlampaui cepat ataupun terdahulu. Kecepatan juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dilakukan dengan waktu yang singkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (2015). Dalam penelitian yang berjudul "Hubungan Kecepatan waktu pelayanan terhadap Produktivitas. Zaini Mohammad, 2019. Dengan judul "Analisis Faktor Kecepatan Bongkar Muat, Fasilitas peralatan, keamanan kerja dan kinerja pegawai terhadap Produktivitas kerja di PT. Terminal Petikemas Semarang". Agus (2013) Pengaruh Kedisiplinan Dan Ketanggapan Terhadap Produktivitas kerja Pada Hotel Di Kabupaten Semarang. Hasil dari ketiga penelitian di atas menyatakan bahwa kecepatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas kerja.

### **Pengaruh Ketanggapan ( $X_3$ ) Terhadap Produktivitas Kerja ( $Y$ )**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketanggapan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Karyawan yang tanggap akan situasi kerja dan responsive terhadap para karyawan lainnya merupakan sebuah hal yang harus dimiliki. Hasil uji t membuktikan bahwa Ketanggapan kerja memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.385 > 1.9884$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,020 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh Ketanggapan ( $X_3$ ) secara positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja ( $Y$ ) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Agar kedepannya Produktivitas Kerja para officeboy meningkat mereka harus lebih sigap dan tanggap lagi dalam bekerja.

Hasil ini didukung oleh teori dari Lenvinne (2005), Ketanggapan (*Responsiveness*) ini mengukur daya tanggap provides terhadap harapan, keinginan dan aspirasi serta tuntutan *customer*. Husain Umar (2005), Ketanggapan yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan atau memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raharjo (2013) Pengaruh Keandalan, Bukti Langsung, Daya Tanggap (kecepatan), Jaminan, Dan Empati Terhadap Produktivitas Kerja Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) "Aneka Usaha" Pusat Veterinaria Farma. Pratama Rizky, dkk (2020). Dalam penelitian "Pengaruh Disiplin Kerja dan Ketanggapan Terhadap Produktivitas Kerja Pizza Hut Wilayah Jakarta Timur. Prayogo dan Ismiyati (2018) Dengan judul "Pengaruh ketanggapan dan disiplin kerja terhadap Produktivitas Kerja. Dimana hasil dari ketiga penelitian tersebut menyatakan bahwa ketanggapan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja.

### **Pengaruh Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja ( $Y$ )**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja ( $Y$ ) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raharjo (2013) Pengaruh Keandalan, Bukti Langsung, Daya Tanggap (kecepatan), Jaminan, Dan Empati Terhadap Produktivitas Kerja Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) "Aneka Usaha" Pusat Veterinaria Farma. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah, (2015). Dalam penelitian yang berjudul "Hubungan Kecepatan waktu pelayanan terhadap Produktivitas Kerja.

Mohammad, (2019). Dengan judul “Analisis Faktor Kecepatan Bongkar Muat, Fasilitas peralatan, keamanan kerja dan kinerja pegawai terhadap Produktivitas Kerja di PT. Terminal Petikemas Semarang”.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Disiplin, Kecepatan dan Ketanggapan Kerja Officeboy terhadap Produktivitas Kerja (Y) di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu, maka diperoleh bahwa; disiplin memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Selanjutnya pada kecepatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Begitu juga pada ketanggapan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu. Serta disiplin, kecepatan dan ketanggapan Kerja secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap produktivitas kerja di PT. Astra International Tbk, Cabang Bengkulu.

### Saran

1. Pada Variabel Disiplin (X1), Disarankan pada pihak perusahaan untuk berani lebih tegas lagi dalam memberikan peringatan pada mereka yang tidak patuh pada peraturan maupun perintah dari atasan, sehingga kedepannya bisa jauh lebih baik lagi.
2. Pada Variabel Kecepatan (X2), Disarankan pada pihak perusahaan untuk berkoordinasi dengan pihak ketiga terkait dengan officeboy yang ada di PT. Astra ini, supaya pihak penyedia jasa office boy bisa memberikan peringatan terhadap para karyawannya untuk dapat lebih patuh dan bersikap dengan baik.
3. Pada Variabel Ketanggapan (X3), Disarankan pada pihak perusahaan untuk kedepannya apabila masih sering terjadi kesalahan-kesalahan yang serupa, lebih baik mencari tenaga officeboy yang lain, yang bisa diatur dan bisa bekerja dengan baik.
4. Pada Variabel Produktivitas Kerja (Y), Disarankan pada pihak perusahaan untuk dapat lebih tegas lagi dalam memberikan arahan serta standar hasil kerja yang harus dilakukan oleh para office boy.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang Lerbin R. (2005). Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama
- Agus. (2013). Pengaruh Disiplin Dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Hotel Di Kabupaten Semarang)
- Fika. (2015). Pengaruh disiplin kerja, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Nyonya Meneer Semarang.
- Hasibuan, (2003). Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Henry Simamora. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Moenir. (2002). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi. Aksara.
- Nina Rahmayanty, (2010). Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta : Graha. Ilmu.
- Rahmatullah, (2003). Memahami Aspek-Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Wilson Bangun. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Erlangga.

# Analysis Of Factors Affecting the Quality of Audit Results at the Bengkulu Province Inspectorate Office

## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Hasil Audit pada Inspektorat Provinsi Bengkulu

Seftya Dwi Shinta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu

Email: [seftiyashinta01.ss@gmail.com](mailto:seftiyashinta01.ss@gmail.com)

### How to Cite :

Shinta, S. D. (2022). Analysis of factors affecting the quality of audit results at the Bengkulu Province Inspectorate office. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [07 Januari 2022]

Accepted [27 Januari 2022]

### KEYWORDS

*Analysis of Factors Affecting, Quality of Audit Results, Bengkulu Province Inspectorate Office*

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 menganalisis pengaruh independensi, obyektivitas, integritas, kompetensi pengalaman kerja, dan etika audit terhadap kualitas hasil audit DI Inspektorat Provinsi Bengkulu. Populasi penelitian ini adalah auditor pada Inspektorat Provinsi Bengkulu. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan jumlah sampel 30 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa obyektivitas, kompetensi, integritas, pengalaman kerja dan etika audit berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit internal, sedangkan independensi berpengaruh negatif terhadap kualitas hasil audit di Inspektorat Provinsi Bengkulu.

### ABSTRACT

The data used was primary data with auditors working in the provincial and municipal inspectorates in Bengkulu as the respondents. The sampling technique used the purposive sampling method with 30 respondents. The results showed that objectivity, integrity, work experience, competency, and ethics of auditor's positively and significantly influenced the quality of audit results. While the variables of independency negative and significantly influenced the quality of audit results.

## PENDAHULUAN

Kualitas audit merupakan salah satu hal yang penting sebagai dasar pengambilan keputusan karena kualitas audit yang tinggi akan menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya. Laporan keuangan dan audit memiliki hubungan yang erat dikarenakan audit berfungsi memberikan pendapat yang independen terhadap laporan keuangan, apakah laporan keuangan suatu entitas atau organisasi menyajikan opini yang wajar dan apakah informasi keuangan tersebut disajikan dalam bentuk yang sesuai dengan kriteria atau aturan-aturan yang telah ditetapkan sehingga menjamin akuntabilitas dan integritas dari laporan keuangan (Hardiningsih, 2010).

Dalam pengambilan keputusan pekerjaannya, auditor harus dapat mengumpulkan setiap informasi secara detail dan lengkap sesuai fakta yang ditemukan dimana hal ini didukung dengan sikap independen dan obyektif. Auditor dalam fungsi pemeriksaan (audit) memiliki peran yang sangat penting. Mulyono (2009) menjelaskan, kinerja Inspektorat merupakan kualitas dan kuantitas dari suatu hasil kerja (output) individu maupun kelompok dalam suatu aktivitas tertentu yang

diakibatkan oleh kemampuan alami atau kemampuan yang diperoleh dari proses belajar serta keinginan untuk berprestasi lebih baik.

Dalam pengambilan keputusan pekerjaannya, auditor harus dapat mengumpulkan setiap informasi secara detail dan lengkap sesuai fakta yang ditemukan dimana hal ini didukung dengan sikap independen dan obyektif. Independen berarti auditor tidak mudah dipengaruhi dan tidak dibenarkan memihak kepentingan siapapun serta tidak akan terpengaruh dan tidak dipengaruhi oleh berbagai kekuatan yang berasal dari luar diri auditor.

Alim,dkk (2007) menyatakan bahwa kerjasama dengan objektif pemeriksaan yang terlalu lama dan berulang bisa menimbulkan kerawanan atas independensi yang dimiliki auditor. Belum lagi berbagai fasilitas yang disediakan objektif pemeriksaan selama penugasan dapat mempengaruhi objektivitas auditor, serta bukan tidak mungkin auditor menjadi tidak jujur dalam mengungkapkan fakta yang menunjukkan rendahnya integritas auditor.

Faktor lain berpengaruh terhadap kualitas hasil audit yaitu integritas. Integritas dapat menerima kesalahan yang tidak disengaja dan perbedaan pendapatan yang jujur, tetapi tidak menerima kecurangan prinsip. Teori sikap dan perilaku dapat mempengaruhi seorang tersebut untuk bertindak, jujur, adil, tegas tanpa dipengaruhi tekanan maupun permintaan dari pihak tertentu atau kepentingan pribadi yang nantinya akan perilaku auditor dapat mempengaruhi keahlian, independensi dan etika auditor dalam mengambil judgment yang lebih berkualitas. Auditor harus memiliki kompetensi baik pendidikan, pengetahuan dan pengalaman kerja.

Pengalaman Kerja, Kompetensi dan Independensi yang dimiliki auditor sangat berkaitan dengan etika. Auditor mempunyai kewajiban untuk menjunjung tinggi standar perilaku etis mereka terhadap organisasi di mana mereka bernaung, profesi mereka, masyarakat dan diri mereka sendiri. Selain beberapa faktor tersebut, faktor etika audit juga berpengaruh terhadap kualitas hasil audit. Etika menjadi penting sebagai perilaku pribadi dalam menjalankan profesionalisme setiap tindakan.

## LANDASAN TEORI

### Teori Atribusi

Atribusi adalah proses menyimpulkan motif, maksud dan karakteristik orang lain dengan melihat prilakunya yang tampak (Rakhmat, 2012). Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori atribusi menjelaskan mengenai proses bagaimana kita menentukan penyebab dan motif tentang perilaku seseorang. Hubungan teori atribusi dengan penelitian ini yaitu variabel independensi yang merupakan suatu posisi dimana kita tidak terikat dengan pihak manapun.

### Teori Sikap dan Perilaku

Teori sikap dan perilaku yang di kembangkan oleh Triandis (1980) dipandang sebagai teori yang dapat mendasari untuk menjelaskan keahlian, independensi, etika dan kualitas audit. Teori tersebut menyatakan, bahwa perilaku ditentukan oleh sikap, aturan-aturan sosial dan kebiasaan.

### Kualitas Audit

Audit merupakan suatu proses yang sistematis untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif yang dikumpulkan atas pernyataan-pernyataan mengenai kegiatan dan kejadian ekonomi, yang bertujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tersebut terhadap kriteria yang telah ditetapkan, dan serta menyampaikan kepada pihak yang berkepentingan (Agoes, 2012). Auditor dalam proses mengaudit laporan memiliki peran penting, dimana laporan hasil audit tersebut output dari proses audit. Laporan hasil audit berupa dokumen-dokumen yang diberikan kepada pihak berkepentingan dalam organisasi audit.

### Independensi

Independensi merupakan sikap mental yang bebas dari pengaruh, tidak dikendalikan oleh pihak lain, tidak tergantung pada orang lain. Independensi dapat diartikan sebagai kejujuran dalam diri auditor dalam mempertimbangkan fakta dan adanya pertimbangan yang objektif serta tidak memihak dalam merumuskan dan menyatakan pendapatnya (Mulyadi, 2014).

H1: Independensi berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit.

### **Obyektivitas**

Obyektivitas adalah suatu keyakinan, kualitas yang memberikan nilai bagi jasa atau pelayanan auditor. Obyektivitas merupakan salah satu ciri yang membedakan profesi akuntan dengan

H2: Obyektivitas berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit.

### **Integritas**

Integritas mengharuskan seorang auditor untuk bersikap jujur dan transparan, berani, bijaksana dan bertanggung jawab dalam melaksanakan audit. Dari ke empat unsur tersebut diperlukan untuk membangun kepercayaan dan memberikan dasar bagi pengambilan keputusan yang andal. Integritas dapat menerima kesalahan yang tidak disengaja dan perbedaan pendapat yang jujur, tetapi dapat menerima kecurangan atau peniadaan prinsip (Mulyadi, 2014).

H3: Integritas berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit.

### **Kompetensi**

Kompetensi auditor adalah kualifikasi yang dibutuhkan oleh auditor untuk melaksanakan audit dengan benar (Rai, 2008 dalam Sukriah, dkk 2009). Seorang auditor harus memiliki mutu personal yang baik, pengetahuan yang memadai, serta keahlian khusus di bidangnya. Standar umum pertama (SA seksi 210 dalam SPAP 2001) menyebutkan bahwa audit harus dilaksanakan oleh seorang atau lebih yang memiliki keahlian dan pelatihan teknis yang cukup sebagai auditor kompetensi berkaitan dengan keahlian profesional yang dimiliki oleh auditor sebagai hasil dari pendidikan formal, ujian profesional maupun keikutsertaan dalam pelatihan, seminar, simposium (Suraida, 2005).

H4: Kompetensi berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit.

### **Pengalaman Kerja**

Pengalaman Kerja menurut SPAP (2001), dalam standar umum pertama PSA no 4, yaitu dalam melaksanakan audit untuk sampai pada suatu pernyataan pendapat, auditor harus senantiasa bertindak sebagai seorang ahli dalam bidang akuntansi dan bidang auditing. Pencapaian keahlian tersebut dimulai dengan pendidikan formalnya, yang diperluas melalui pengalaman-pengalaman selanjutnya dalam praktik audit. Pengalaman Kerja auditor adalah pengalaman yang dimiliki auditor dalam melakukan audit yang dilihat dari segi lamanya bekerja sebagai auditor dan banyaknya tugas pemeriksaan yang telah dilakukan.

H5 : Pengalaman kerja berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit

### **Etika Audit**

Prinsip Etika memberikan kerangka dasar bagi Aturan Etika yang mengatur pelaksanaan pemberi jasa profesional oleh anggota. Prinsip Etika disahkan oleh Kongres dan berlaku bagi seluruh anggota, sedangkan Aturan Etika disahkan oleh Rapat Anggota Himpunan dan hanya mengikat Anggota Himpunan yang bersangkutan. Interpretasi Aturan Etika merupakan interpretasi yang dikeluarkan oleh Badan yang dibentuk oleh Himpunan yang telah memperhatikan tanggapan dari anggota, dan pihak-pihak berkepentingan lainnya, sebagai panduan dalam penerapan Aturan Etika, tanpa dimaksudkan untuk membatasi lingkup dan penerapannya.

H6 : Etika Audit berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit internal.

## **METODE PENELITIAN**

**Metode Analisis Data**

Persamaan regresi linear berganda untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

$$KA = \alpha + \beta_1 IA + \beta_2 OA + \beta_3 InA + \beta_4 KA + \beta_5 PK + \beta_6 EA + \epsilon$$

Keterangan :

- KA = Kualitas Hasil audit
- $\alpha$  = Konstanta
- IA = Independensi Auditor
- OA = Objektivitas Auditor
- InA = Integritas Auditor
- KA = Kompetensi Auditor
- PK = Pengalaman Kerja
- EA = Etika Auditor
- $\epsilon$  = eror

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Hipotesis**

**Tabel 1. Variabel Dependen Kualitas Hasil Audit**

Variabel	Koefisien Regresi	Sig
Konstanta	-8,356	0,070
Independensi	0,109	0,024
Objektivitas	0,294	0,001
Integritas	0,079	0,017
Kompetensi	0,083	0,025
Pengalaman Kerja	0,765	0,000
Etika Audit	0,076	0,005
<i>R Square</i>		0,864
<i>Adjusted R Square</i>		0,829
<i>F</i>		24,447
<i>Sig</i>		0,000

Sumber: Data Primer, diolah 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.1 di atas nilai  $F = 24,447$  dan nilai  $p = 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa model pada penelitian ini fit, karena nilai  $p < 0,005$ . *Adjusted R Square* = 0,864 atau 86,4%, ini menjelaskan bahwa pengaruh semua variabel independen terhadap kualitas hasil audit adalah sebesar 86,4% atau lebih dari 50%, sedangkan sisanya 13,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel.

**Pembahasan**

**Pengaruh Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa independensi berpengaruh negatif terhadap kualitas hasil audit. Hasil uji statistik t pada variabel independensi tingkat signifikan sebesar 0,024 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  maka hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat independensi auditor di Inspektorat Provinsi Bengkulu termasuk dalam kategori tinggi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa independensi berpengaruh positif terhadap kualitas hasil audit atau dengan kata lain **hipotesis pertama diterima.**

**Pengaruh Objektivitas Auditor Terhadap Kualitas Audit**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa objektivitas berpengaruh terhadap kualitas hasil audit. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel objektivitas auditor memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,294 yang berarti bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Independensi berpengaruh terhadap kualitas hasil audit atau dengan kata lain **hipotesis kedua diterima**.

#### **Pengaruh Integritas Auditor Terhadap Kualitas Audit**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa integritas berpengaruh signifikan terhadap kualitas hasil audit di Inspektorat Provinsi Bengkulu. Hasil uji statistik t pada variabel integritas memiliki nilai signifikan sebesar 0,017 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,079 yang artinya bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Berdasarkan hasil statistik deskriptif rata-rata aktual variabel integritas lebih besar dibandingkan dengan rata-rata teoretis yaitu 48,40 berbanding 39. Hasil tersebut menunjukkan bahwa auditor di Inspektorat Provinsi Bengkulu memiliki integritas sudah baik dalam melakukan audit. independensi berpengaruh terhadap kualitas hasil audit atau dengan kata lain **H3 diterima**.

#### **Pengaruh Kompetensi Kerja Terhadap Kualitas Hasil Audit**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kualitas hasil audit. Hasil uji statistik menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0,025 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien regresi sebesar 0,083 yang artinya bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak. Berdasarkan hasil statistik deskriptif rata-rata aktual variabel kompetensi lebih besar dibandingkan dengan rata-rata teoretis yaitu 38,03 berbanding 30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa auditor di Inspektorat Provinsi Bengkulu memiliki kompetensi yang sudah baik sehingga dalam menghasilkan hasil audit yang berkualitas. Dengan demikian dapat disimpulkan **hipotesis ke empat diterima**.

#### **Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kualitas Hasil Audit**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kerja berpengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas hasil audit. Hasil uji statistik t pada variabel integritas memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,765 itu artinya bahwa  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{05}$  ditolak. Berdasarkan hasil statistik deskriptif rata-rata aktual variabel pengalaman kerja lebih besar dibandingkan dengan rata-rata teoretis yaitu 34,66 berbanding 30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa auditor di Inspektorat Provinsi Bengkulu memiliki kompetensi yang sudah baik sehingga dalam menghasilkan hasil audit yang berkualitas. Dengan demikian dapat disimpulkan **hipotesis kelima diterima**.

#### **Pengaruh Etika Auditor Terhadap Kualitas Hasil Audit**

Dari hasil pengolahan data dengan regresi berganda, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,005 yang berada dibawah atau lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  yang artinya bahwa  $H_{a6}$  diterima dan  $H_{06}$  ditolak. Berdasarkan hasil statistik deskriptif rata-rata aktual variabel etika audit lebih besar dibandingkan dengan rata-rata teoretis yaitu 39,33 berbanding 39. Hasil tersebut menunjukkan bahwa auditor di Inspektorat Provinsi Bengkulu Auditor telah memahami pentingnya suatu kode etik dan mematuhi kode etik tersebut sebagai etika auditor dan melaksanakan penugasan audit sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga menghasilkan audit yang berkualitas. Dengan demikian dapat disimpulkan **hipotesis keenam diterima**.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa independensi, objektivitas, integritas, kompetensi, pengalaman kerja, etika auditor berpengaruh signifikan terhadap kualitas hasil audit di Inspektorat Provinsi Bengkulu.

#### Saran

Penelitian selanjutnya disarankan memperbanyak jumlah sampel penelitian dengan objek penelitian yang lebih luas dengan menggunakan beberapa Inspektorat provinsi di Indonesia dan melakukan pengujian lebih lanjut terhadap variabel dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi kualitas audit seperti motivasi kerja dan akuntabilitas

### DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno. 2012. Auditing- Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan Oleh Akuntan Publik. 1sted. Jakarta: Salemba Empat.
- Alim, M.N., T. Hapsari, dan L. Purwanti. 2007. Pengaruh Kompetensi dan Independensi terhadap Kualitas Audit dengan Etika Auditor sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2001. Standar Profesional Akuntan Publik. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. Auditing, Buku 1. Edisi 6, C. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukriah, Ika. Akram, Biana Adha Inapty. 2009. Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Objektivitas, Integritas, dan Kompetensi terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang.
- Suraida. 2005. Pengaruh Etika, Kompetensi, Pengalaman Auditor dan Resiko Audit Terhadap Skeptisme Profesional Auditor dan Ketepatan Pemberian Opini Akuntan Publik. Jurnal Ilmiah. Vol 7. No.3
- Triandis, H.C. 1980. Value Attitudes and Interpersonal Behavior. University of Nebraska Press, Lincoln, NE, pp.175-259

# The Relationship of Products, Brands, and Promotions to Purchase Decisions for Honda Beat Motorcycles in Bengkulu City (Case Study at Nusantara Sakti Company, Bengkulu City)

## Hubungan Produk, Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Bengkulu (Studi kasus pada Perusahaan Nusantara Sakti Kota Bengkulu)

Buyung Kasdi<sup>1)</sup>; Rudi Hartono<sup>1)</sup>; Edmarwan<sup>1)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu*

Email: <sup>1)</sup> [buyungkasdi1@gmail.com](mailto:buyungkasdi1@gmail.com)

---

### How to Cite :

Kasdi, B., Hartono, R., Edmarwan. (2022). The Relationship of Products, Brands, and Promotions to Purchase Decisions for Honda Beat Motorcycles in Bengkulu City (Case Study at Nusantara Sakti Company, Bengkulu City). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

---

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Desember 2021]

Revised [07 Januari 2022]

Accepted [27 Januari 2022]

### KEYWORDS

*Relationship of Products, Brands, Promotions, 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 menghubungkan produk, merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan / lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Hasil pengujian rank spearman terdapat hubungan yang kuat antara produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,646. Untuk Nilai korelasi rank spearman hubungan Merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,707 dengan kriteria penelitian kuat. Dan Nilai korelasi rank spearman untuk hubungan Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,815 dengan kriteria penilaian sangat kuat

### ABSTRACT

*This study aims to link products, brands, and promotions to purchasing decisions for Honda Beat motorcycles in Bengkulu City. The purpose of this research is to reveal facts, circumstances, phenomena, variables and circumstances that occurred during the research and present what is. Qualitative descriptive research interprets and tells data related to the current situation, attitudes and views that occur in society, contradictions of 2 or more circumstances, relationships between variables, differences between facts, influence on a condition, and others. This type of research uses descriptive qualitative research. Qualitative descriptive research is research that is included in the type of qualitative research. The results of*

*the Spearman rank test have a strong relationship between the product and the decision to purchase a Honda Beat motorcycle at PT. Nusantara Surya Sakti Bengkulu Branch with a correlation value of 0.646. For the Spearman rank correlation value, the brand's relationship to the decision to purchase a Honda Beat motorcycle at PT. Nusantara Surya Sakti Bengkulu Branch with a correlation value of 0.707 with strong research criteria. And the Spearman rank correlation value for the relationship between promotions and purchasing decisions for Honda Beat motorcycles at PT. Nusantara Surya Sakti Bengkulu Branch with a correlation value of 0.815 with very strong assessment criteria.*

## PENDAHULUAN

Semakin banyaknya produk sepeda motor yang berdiri di kota besar yang salah satunya di kota Bengkulu, memacu para pengusaha sepeda motor untuk memaksimalkan dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak konsumen, selain harganya yang terjangkau dan mudah perawatannya.

Pertumbuhan konsumen sepeda motor meningkat luar biasa. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Honda yang sudah lama berada di Indonesia dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit dan ekonomis. Menjawab tantangan tersebut, organisasi yang berada di balik kesuksesan sepeda motor Honda di Indonesia terus memperkuat diri.

Keunggulan teknologi motor Honda diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin "bandel" dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelapor kendaraan roda dua yang ekonomis.

Berdasarkan hal tersebut, maka analisis mengenai keputusan pembelian sangat penting dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk Sepeda motor. Hal tersebut perlu dilakukan agar perusahaan dapat selalu meningkatkan volume penjualan yaitu melalui analisa faktor atau atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor. Karena sesungguhnya masing-masing konsumen tentu memiliki motif yang berbeda dalam melakukan pembelian sepeda motor.

Mengawali tahun 2016, PT Astra Honda Motor (AHM) meluncurkan sepeda motor skutik New Honda BeAT POP eSP dengan desain stripe terbaru yang atraktif sesuai trend remaja terkini. Tampilan terbaru skutik Honda ini dipersembahkan untuk para remaja yang menginginkan sepeda motor berdesain fun dan atraktif, irit BBM, serta lincah dengan bodinya yang ramping.

New Honda BeAT POP eSP kini hadir melalui dua desain stripe yakni Cool Pixel dan Comic Hits. Stripe Cool Pixel mengusung tema pixelate image dengan 5 pilihan, yakni warna Harmony Black White untuk tipe CW, CBS, CBS-ISS dan warna Groovy Red White untuk tipe CBS, CBS-ISS. Sementara itu Stripe Comic Hits mengusung tema pop-art comic image dengan 4 pilihan, yaitu warna Tone Black untuk tipe CW, warna Melody Blue White untuk Tipe CBS, CBS-ISS dan warna Voice Magenta White untuk tipe CBS-ISS. Keseluruhan stripe ini semakin memberikan pilihan sesuai dengan karakter grafis yang dihadirkan.

Dengan mengandalkan slogannya "Motor Matic Gaul dan Irit" Honda Beat diharapkan mampu memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga tanpa melupakan unsur ekonomis (hemat bbm dan perawatan) yang sudah menjadi positioning sepeda motor Honda. Walaupun

bukan motor khusus wanita pertama di Indonesia dan juga bukan cuma mencoba membidik motor khusus untuk gender cewek tetapi, juga dapat membuat banyak lelaki jatuh cinta pada motor ini.

Honda Beat mampu menyaingi produk sepeda motor saingannya, Honda Beat mempunyai desain dan body yang lebih ramping serta disertai sistem brake lock berfungsi sebagai rem tangan, side stand switch yang fungsinya agar mesin tidak dapat dinyalakan saat standar samping dalam posisi turun, dan kapasitas mesin lebih ringan membuat sepeda motor ini lebih irit bahan bakar dibanding sepeda motor matic lainnya yang sudah dikenal sangat boros.

Perilaku konsumen menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam usaha pemasaran produk. Strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga tercipta produk yang tepat. Dengan demikian peningkatan volume penjualan dan memenangkan persaingan dapat tercapai. Begitu juga dilakukan para produsen sepeda motor matic seiring dengan permintaan yang semakin meningkat. Dengan penggunaan perilaku konsumen tersebut tampaknya memberikan dampak positif bagi Honda Beat. Hal ini dapat dilihat tercatat volume penjualan Honda Beat pada tahun 2015 sebagai berikut :

Jika dilihat dari data dalam tabel 1 di atas, volume penjualan Honda Beat meningkat dari bulan Oktober penjualan sebesar 33 unit sampai bulan November dan Desember penjualan sebesar 35 dan 37 unit. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas Honda Beat yang dapat dipercaya. Tetapi dapat dilihat juga pada bulan Februari, Maret, April, mengalami penurunan dari 30 unit turun menjadi 26 unit, bulan Maret dari 26 unit turun menjadi 24 unit.

Selain peningkatan penjualan pada PT. Nusantara Surya Sakti Bengkulu, Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) sepanjang Januari - November 2015, Honda BeAT series tercatat sebagai sepeda motor skutik terlaris di Indonesia dengan total penjualan mencapai 1.848.439 unit atau 41% dari total penjualan skutik nasional. Kontribusi model ini menjadi semakin memperkuat posisi Honda sebagai raja skutik nasional dengan angka penjualan 3.487.143 unit atau memimpin 77,5% pangsa pasar skutik nasional pada periode yang sama. Hingga November 2015, Honda BeAT series telah menjadi pilihan lebih dari 9,7 juta konsumen tanah air sejak pertama kali diluncurkan pada Juni 2008.

Terdapat banyak faktor yang menyebabkan pelanggan sepeda motor memilih Honda Beat sebagai pilihannya. Mulai dari konsumsi bahan bakar yang irit, merek terkenal, kualitas dan kuantitas, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik adalah faktor produk. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar sepeda motor cukup tinggi. Ketika merek, harga, dan promosi sudah memuaskan pelanggan, maka yang dicari oleh para pelanggan adalah seberapa canggih dan banyak keunggulan yang dapat diperoleh oleh pelanggan.

Dengan melihat dari kondisi sepeda motor Honda Beat tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa meskipun terjadi kenaikan pada tahun 2015 namun target yang telah ditetapkan oleh Dealer Honda sendiri belum dapat terpenuhi. Sehubungan dengan hal tersebut, pemahaman terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kiranya dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi untuk menghindari penurunan penjualan yang berkepanjangan. Stanton (1996) mengemukakan bahwa faktor yang berpotensi meningkatkan kemungkinan seorang konsumen untuk membeli suatu produk, yakni terkait dengan evaluasi terhadap kualitas produk, merek, keunikan produk dari segi desain, dan warna serta layanan yang diberikan.

Produk, merek, dan promosi menjadi salah satu tolak ukur bagi keberhasilan perusahaan untuk menarik minat konsumen. Hal ini karena konsumen akan berminat membeli terhadap suatu produk merek sepeda motor. Strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga tercipta produk yang tepat. Dengan demikian peningkatan volume penjualan dan memenangkan persaingan dapat tercapai.

Begitu juga dilakukan para produsen sepeda motor matic seiring dengan permintaan yang semakin meningkat. Merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Merek yang berhasil memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak lagi bila perusahaan mampu memnafaatkan merek tersebut secara agresif dan terus menerus melalui berbagai cara seperti perluasan merek atau perluasan lini. Bagi banyak bisnis, nama merek (brand name) dan apa yang dikandungnya merupakan hal terpenting sebagai basis strategi bersaing, dan sumber, pendapatan masa datang. Bagi perusahaan, merek bisa menjadi semakin bernilai karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan

konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Supaya merek suatu produk dikenal secara luas oleh konsumen maka perlu sekiranya penjual melakukan kegiatan pemasaran yang lain yaitu promosi. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting dalam siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam salah satu perusahaan, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba, kegiatan pemasaran perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan.

Sejak orang mengenal kegiatan pemasaran, telah banyak ahli mengemukakan definisi tentang pemasaran yang kelihatannya sedikit berbeda tetapi memiliki arti yang sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi-segi yang berbeda, ada yang menitik beratkan pada segi fungsi, segi barang dan segi kelembagaan.

### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar akan membeli. Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individual) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis). Konsumen akhir terdiri atas individu atau rumah tangga yang tujuan akhirnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk konsumsi. Sedangkan konsumen organisasional terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang, dan lembaga non profit yang tujuan pembelannya adalah untuk keperluan bisnis (memperoleh laba) atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Pada umumnya manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul dari tindakannya sebelum melakukan sebuah perilaku tertentu.

### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam menempatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk jasa termasuk keputusan yang mendahului dan menyusun tindakan ini (Setiadi Nugroho, 2004:3). Maka dalam kehidupan sehari-hari, keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen didasarkan pada pertimbangan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

Sementara itu perilaku konsumen dapat dipengaruhi melalui pemasaran yang terampil

karena hal ini dapat membangkitkan motivasi maupun perilaku apabila hal tersebut didukung dengan produk ataupun jasa yang didesain semenarik mungkin dan sedemikian rupa guna memenuhi kebutuhan pelanggan (Engel dkk,1994). Kemudian Swastha dkk (1987) menambahkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen itu sendiri, disini disebutkan terdapat dua bagian besar yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk mempelajari lebih lanjut perilaku konsumen, Assael dalam Sutisna (2003:6) menggambarkan model perilaku konsumen yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi sebagai penyempurnaan lebih lanjut.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis Data

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan / lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif, serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional 1 unsur bersama unsur lainnya. (singgih, 2004:14)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Korelasi Rank Spearman dan uji hipotesis sebagai berikut :

### Korelasi Rank Spearman

Menurut Sugiyono (2013 : 245), dalam Korelasi Rank Spearman data untuk kedua variabel yang akan dikonversikan dapat berasal dari sumber yang tidak sama, jenis data yang dikorelasikan adalah data ordinal, serta data dari kedua variabel tidak harus membentuk distribusi normal. Jadi Korelasi Rank Spearman adalah bekerja dengan data ordinal atau berjenjang atau rangking, dan bebas distribusi. Adapun rumus Korelasi Rank Spearman adalah:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

(Sugiyono, 2013:245)

Keterangan :

$\rho$  = Koefisien Korelasi Spearman Rank

n = Jumlah sampel

$\sum bi^2$  = Jumlah kuadrat dari selisih rank variabel X dan variabel Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan pengujian analisis korelasi *rank spearman* dan uji hipotesis uji t maka dapat dijelaskan hasil dari pengujian tersebut seperti pada tabel 2 di bawah ini :

**Tabel 1. Hasil pengujian Korelasi Rank Spearman dengan Hipotesis**

NO	Variable	$\rho$	Ket	thitung	ttable.(-2)
1	Produk	0,646	Kuat	5,483	1,681
2	Merk	0,707	Kuat	6,480	1,681
3	Promosi	0,815	Sangat Kuat	9,112	1,681

Sumber : Data Diolah, 2016

Dari hasil pengujian rank spearman terdapat hubungan yang kuat antara produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,646. Hal ini diperkuat dengan hasil pengujian hipotesis diketahui nilai thitung = 5,483 lebih besar dari nilai ttable yaitu 1,681 atau ( $5,483 > 1,681$ ). Jadi nilai thitung lebih besar dari ttable. Berarti antara produk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu. Hal ini memberikan makna bahwa produk, seperti mesin bandel, irit bahan bakar, performa mesin yang unggul telah mampu mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

Dengan demikian adanya produk dengan performa mesin yang unggul, keiritan bahan bakar, mesin yang bandel pada suatu produk sepeda motor dapat meningkatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. begitu pula

Sebaliknya apabila suatu produk tidak memiliki keunggulan maka bisa menurunkan konsumen dalam memutuskan pembelian produk sepeda motor, maka dari itu sebuah produk haruslah sesuai dengan standar keamanan dan kenyamanan konsumen. Dikarenakan beragamnya produk yang ditawarkan saat ini masyarakat sangat teliti dan tidak ingin dirugikan karena membeli produk yang salah. Mereka ingin produk yang dibeli benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh (Swasta dan Irawan, 2002) Produk Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Nilai korelasi rank spearman untuk hubungan Merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar **0,707** dengan kriteria penelitian kuat. Hal ini diperkuat dengan hasil pengujian hipotesis diketahui nilai thitung = 6,480 lebih besar dari nilai ttable yaitu 1,681 atau ( $6,480 > 1,681$ ). Jadi nilai thitung lebih besar dari ttable. Berarti antara Merk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu.

Merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa seorang penjual atau kelompok penjual dan membedakannya dengan pesaingnya (Kotler, 1997). Jadi sebuah produk apabila tidak mempunyai merk yang dikenal dan dipercaya oleh masyarakat maka produk tersebut tidak akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini berarti Honda Beat sudah memiliki merk yang dipercaya dan dikenal luas oleh lingkungan masyarakat sehingga dapat mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Nilai korelasi rank spearman untuk hubungan Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,815 dengan kriteria penilaian sangat kuat. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis diketahui nilai thitung = 9,112 lebih besar dari nilai ttable 1,681 atau ( $9,112 > 1,681$ ). Dengan demikian nilai thitung lebih besar dari ttable, berarti antara Promosi memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu.

Promosi adalah salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian itu terbukti dari hasil korelasi rank spearman bahwa yang memiliki kriteria penilaian tertinggi adalah hubungan promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan Promosi adalah suatu kegiatan memperkenalkan produknya pada pembeli dan masyarakat sehingga mereka tertarik membeli. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Supaya merek suatu produk dikenal secara luas oleh konsumen maka perlu sekiranya penjual melakukan kegiatan pemasaran yang lain yaitu promosi. Jadi produk Honda Beat bisa dikatakan melakukan promosi yang sangat baik dengan seringnya mengadakan Gathering kepada pelanggan,

dan memberikan sponsor<sup>2</sup> pada acara<sup>2</sup> tertentu, sangatlah berguna untuk bisa menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil pengujian rank spearman terdapat hubungan yang kuat antara produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,646. Untuk Nilai korelasi rank spearman hubungan Merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,707 dengan kriteria penelitian kuat. Dan Nilai korelasi rank spearman untuk hubungan Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,815 dengan kriteria penilaian sangat kuat
2. Hasil pengujian hipotesis hubungan produk dengan keputusan pembelian diketahui nilai thitung = 5,483 lebih besar dari nilai ttable yaitu 1,681 atau ( $5,483 > 1,681$ ). Jadi nilai thitung lebih besar dari ttable. Berarti antara produk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu. Hasil pengujian hipotesis hubungan Merk terhadap keputusan pembelian diketahui nilai thitung = 6,480 lebih besar dari nilai ttable yaitu 1,681 atau ( $6,480 > 1,681$ ). Jadi nilai thitung lebih besar dari ttable. Berarti antara Merk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu. Hasil uji hipotesis hubungan Promosi terhadap keputusan pembelian diketahui nilai thitung = 9,112 lebih besar dari nilai ttable 1,681 atau ( $9,112 > 1,681$ ). Dengan demikian nilai thitung lebih besar dari ttable, berarti antara Promosi memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu.

### Saran

1. Variable Promosi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Bengkulu, dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan lagi cara mempromosikan Produk dan Merk dengan melakukan Promosi yang berhubungan langsung kepada konsumen dan sering- sering mengadakan gathering dan turun langsung ke lokasi untuk memberikan informasi yang lengkap tentang produk dan merk Honda Beat kepada konsumen serta perusahaan harusnya selalu mengikut sertakan sebagai sponsor launching dealer baru atau acara perlombaan dalam bidang touring.
2. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Supaya merek suatu produk dikenal secara luas oleh konsumen maka perlu sekiranya penjual melakukan kegiatan pemasaran yang lain yaitu promosi. promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Walaupun Produk, Merk, dan Promosi yang dirasakan pelanggan sudah baik dan sesuai, untuk meningkatkan keputusan pembelian hendaknya perusahaan menyeimbangkan antara produk, merk, dan promosi tersebut agar menjadi satu kesatuan yang utuh demi berlangsungnya kehidupan perusahaan yang jauh lebih baik kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi V. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Amstrong, Michael. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Seri Pedoman Manajemen*, (Alih Bahasa : Sofyan dan Haryanto), Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Assauri, Sofian. (2003). *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan*. No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal : Jakarta
- Assael, Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen*. Erlangga
- Basu, Swastha. 2005. *Personal Selling*. Penerbit: Liberty. Yogyakarta
- Enggel, Blackwell, Miniard. 2004 . *Perilaku Konsumen (terjemahan)*. Edisi Enam. Jilid Pertama. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Engel, dkk . 1994. *Perilaku Konsumen (terjemahan)* . Edisi Tiga Jilid Pertama. Binarupa Aksara Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Manajemen Pemasaran Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang : Program Magister Manajemen UNDIP
- Fitriadi, Agus. 2003. *Analisis beberapa factor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian pada UD Microcom di Banjarmasin, Sripksi*. Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- Juanda, 2009. *Metode dan teknik menyusun skripsi*. Cetakan kelima, Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Edisi Millenium, jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Jilid 1. Penerbit. PT. Erlangga
- Nugroho J Setiadi, 2003, *Strategic Pemasaran : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta
- Riduwan. 2005. *Metode dan Teknik Menyusun skripsi*, cetakan keempat, Bandung : Alfabeta
- Singgih. 2004. *Metode Penelitian*. Penerbit : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Stanton, William J .1996. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7, jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit : Alfabeta. Bandung
- Supranto, J. 2003. *Statistik-Teori dan Aplikasi*, Erlangga, Jakarta
- Swastha, Basu. 2005. *Personal Selling*. Penerbit: Liberty. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Service Manajemen*. Penerbit. PT. Prenada Media. Jakarta Timur.