



PROGRESS -Conference-

E-ISSN: 2622-304X

P-ISSN: 2622-3031

**STRATEGI PENINGKATAN MUTU PERGUURUAN TINGGI
PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

25 Agustus 2018 di Auditorium SEMERU
STIE Widya Gama Lumajang

Proceeding of STIE Widya Gama Lumajang

PROGRESS
-Conference-

Auditorium Semeru, 25 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga prosiding ini dapat terselesaikan dengan baik. Prosiding ini berisi kumpulan makalah dari berbagai daerah di Indonesia yang telah dipresentasikan dan didiskusikan dalam Progress Conference and Call For Paper yang diadakan oleh STIE Widya Gama Lumajang pada Sabtu, 25 Agustus 2018 dengan Seminar Nasional yang mengangkat tema "Strategi Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0".

Prosiding ini disusun untuk mendokumentasikan gagasan dan hasil penelitian terkait inovasi dalam pembelajaran. Selain itu, diharapkan prosiding ini dapat memberikan wawasan tentang perkembangan dalam pembelajaran dan upaya-upaya yang terus dilakukan demi terwujudnya pendidikan berkemajuan. Dengan demikian, seluruh pihak yang terlibat dalam dunia pendidikan dapat terus termotivasi dan bersinergi untuk berperan aktif membangun pendidikan Indonesia yang berkualitas melalui pembelajaran yang inovatif.

Dalam penyelesaian prosiding ini, kami menyadari bahwa dalam proses penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini panitia menyampaikan ucapan terima kasih dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya, kepada :

1. Ketua STIE Widya Gama Lumajang Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M yang telah memberikan dukungan dan memfasilitasi dalam kegiatan ini.
2. Seluruh pembicara tamu, Prof. Intan Ahmad, P.hD dan Drs. H. Andi Mursidi, M.Si.
3. Bapak/Ibu seluruh dosen, guru dan pejabat instansi penyumbang artikel hasil penelitian dan pemikiran ilmiahnya dalam kegiatan seminar nasional ini.
4. Bapak/Ibu/Mahasiswa seluruh panitia yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pemikiran demi kesuksesan acara ini.

Kami menyadari bahwa prosiding ini tentu saja tidak luput dari kekurangan, untuk itu segala saran dan kritik kami harapkan demi perbaikan prosiding pada terbitan tahun yang akan datang. Akhirnya kami berharap prosiding ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak terkait.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Lumajang, 25 Agustus 2018
Ketua Panitia Progress Conference

Noviansyah Rizal, S.E., M.M., Ak., CA



Pembicara 1
Prof. Intan Ahmad, Ph.D
Direktorat Jendral Pembelajaran dan Kemenristek Dikti



Pembicara 2
Drs. H. Andi Mursidi, M.Si.
Ketua STKIP Singkawang



Penyelenggara
Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M.
Ketua STIE Widya Gama Lumajang

Susunan Redaksi
Progress Conference and Call For Paper

Chief Editor

Wahyuning Murniati - STIE Widya Gama Lumajang

Editorial Team

Deni Juliasari – STIE Widya Gama Lumajang
Noer Aisyah Barlian – STIE Widya Gama Lumajang

Editorial Board

Noviansyah Rizal – STIE Widya Gama Lumajang
Muhaimin Dimiyati – STIE Mandala Lumajang
Andi Mursidi – STKIP Singkawang
Ana Sopanah – Universitas Widyagama Malang

Reviewer

Emmy Ermawati – STIE Widya Gama Lumajang
Neny Tri Indrianasari – STIE Widya Gama Lumajang
Mimin Yatminiwati – STIE Widya Gama Lumajang
Ninik Lukianan – STIE Widya Gama Lumajang

Daftar Isi
Progress Conference And Call For Paper

			Halaman
Cover			i
Kata Pengantar			ii
Pembicara Seminar Nasional			iii
Susunan Redaksi			iv
Daftar Isi			v
SBM-00002	Sukma Irdiana	Determinasi Kebijakan Dividen Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia	1-9
SBM-00004	Ahmad Fauzi S., Sukma Irdiana, Mokhammad Taufik	Dampak Return On Asstes (Roa), Earning Per Share (Eps) Dan Dividen Payout Ratio (Dpr) Pengaruhnya Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Ilq 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015	10-18
SBM-00005	Kusnanto Darmawan	Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	19-26
SBM-00006	Sochib	Pengaruh Manajemen Laba Pada Nilai Perusahaan Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Intervening	27-34
SBM-00008	Randi Bayu Agusta, Sukma Irdiana, Mokhmad Taufik	Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan	35-41
SBM-00009	Zainal Arifin	Analisis Total Aset Terhadap Keikutsertaan Amnesti Pajak	42-49
SBM-00010	Sonitri Agus W., Rendra Wirawan, Sukma Irdiana	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Pjr (Pusat Jajanan Rakyat) Lumajang	50-56
SBM-00011	Joni Dwi Pribadi, Farika Nikmah, Erlangga Andi Sukma	Pengaruh Organizational Learning Terhadap Kinerja Organisasi	57-64
SBM-00012	Ahmad Kholiq, Ratna Wijayanti DP., Muchammad Taufiq	Pengaruh Return On Assets (Roa), Current Ratio (Cr) Dan Price Earning Ratio (Per) Terhadap Kebijakan Pembagian Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dan Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia	65-74
SBM-00013	Sani Maulidina, Ratna Wijayanti DP, Modhofar	Pengaruh Informasi Laba Akuntansi Terhadap Cumulative Abnormal Return	75-79
SBM-00014	Ratnaningsih,	Penguatan Mitra Kelompok Keroncong Dari	80-87

	Titis Srimurni, Titik Sriastutik	Aspek Yuridis Dan Sosiologis	
SBM-00016	Mimin Yatminiwati	Pendampingan Pemasaran Pada Home Industri Kerajinan Dari Bambu Di Desa Kunir Kidul Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang	88-90
SBM-00017	Emmy Ermawati, Noer Aisyah Barlian	Pengaruh Kompensasi Langsung, Kompensasi Tidak Langsung, Dan Kompensasi Non Finansial Terhadap Motivasi Dan Kinerja Karyawan Klinik Swasta Di Kabupaten Lumajang	91-99
SBM-00018	Khoirul Ifa, Tri Palupi Robustin	Pkm Kelompok Usaha Tas Unik Berbahan Baku Sampah Plastik Di Desa Karangsono Kabupaten Jember	100-108
SBM-00019	Fauziyah	Pemberdayaan Umkm Melalui Akun Organisasi Bisnis Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pada Forum Online Ukm Ksrn Kabupaten Jember)	109-113
SBM-00020	Rohmatun Nahdziro	Strategi Penentuan Keunggulan Bersaing Berbasis Marketing Mix Berdasarkan Persepsi, Harapan Dan Kepentingan Konsumen (Studi Komparatif Pada Beras Merek Ikan Paus Dan Pisang Mas Di Lumajang)	114-120
SBM-00021	Moh. Hudi Setyobakti, Wahyuning Murniati	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perangkat Desa Pada Pemerintah Desa Di Kabupaten Lumajang	121-127
SBM-00023	Dodik Prayitno	Kepuasan Sebagai Pemediasi Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan	128-137
SBM-00024	Putri Intan P., Nawangsih, Riza Bahtiar	Identifikasi Preferensi Pengunjung Terhadap Destinasi Wisata	138-145
SBM-00025	Fauziyah	Pendampingan Updating Data Indonesia Tourism Exchange (Itx) Guna Memasarkan Produk Wisata Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali Kecamatan Ranuyoso	146-150
SBM-00026	Fitrah Annisa Aghnia, Ratna Wijayanti DP., Muchamad taufiq	Pengungkapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Kinerja Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	151-156
SBM-00027	M. Fadhil Ibrahim, Ratna Wijayanti DP, Muchamad Taufiq	Pengaruh Nopat Dan Goodwill Terhadap Nilai Tambah Ekonomis (Eva) Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016	157-166
SBM-00028	Merlin Mayang Sari, Ratna Wijayanti DP, Muchamad Taufiq	Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016)	167-177
SBM-00029	Eli Yunita, Sukma Irdiana, Kusnanto Darmawan	Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang	178-186

SBM-00030	Rosalina Febri W., Musringah, Sukma Irdiana	Pengaruh Pelatihan, Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di Smpn 1 Rowokangkung	187-193
SBM-00031	Dian Febri Ayu Safitri	Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ud Venus Lumajang	194-205
SBM-00032	Imam Syahroni, NinikLukiana, Kasno	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsunen (Studi Kasus Cafe Rumah Rawung Di Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang)	206-212
SBM-00033	Wira Nata Yuda	Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Pada Pt. Rojoland Indonesia Build	213-219
SBM-00034	Indra Novianto, Nawangsih. Riza Bahtiar Sulistyan	Pengaruh Motivasi Dan Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Lumajang	220-229
SBM-00035	Fitriani Andriani, Ninik Lukiana, Kasno	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Handphone Samsung (Studi Kasus Di Lumajang Kota)	230-236
SBM-00036	Firdatuz Zuhriyah	Analisis Penerapan Akuntansi Pengakuan Pendapatan Pada Perusahaan Properti "Pt. Rojoland Indonesia Build"	237-244
SBM-00037	Citra Paramita Dewi	Pengaruh Service Excellent, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction Pakaian Muslim Mayang Collection Lumajang	245-254
SBM-00038	Intan Agustina, Rendra Wirawan, Rendra Wirawan	Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang	255-260
SBM-00039	Khumairo, Ninik Lukiana, Kasno	Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang	261-269
SBM-00041	Dwi Maimun Farid, Tri Palupi Robustin, Noer Aisyah Barlian,	Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang	270-281
SBM-00042	Rofek Hermanto, Kasno, Noer Aisyah Barlian,	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Hartono Farma Di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang	282-290
SBM-00048	Savina Maya Trinanda	Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)	291-303
SBM-00049	Riza Umami	Pengaruh Penerapan E-Filling, Tingkat Pemahaman Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Dalam Melaporkan Spt Di Kp2kp Lumajang	304-307

SBM-00050	Dina Fitri Khasanah	Analisis Kepatuhan Syari'ah Terhadap Sistem Operasional Pada Bank Bni Syari'ah Kcp Mikro Lumajang	308-323
SBM-00051	Nelsalonica Tria Pavecta, Noviansyah Rizal, Subani	Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah Pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang Tahun 2015-2017	324-334
SBM-00052	Muhammad Rijalus Sholihin.	Pengelolaan Keuangan Oleh Pengusaha Perempuan Pedagang Sayuran Di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember	335-341
SBM-00053	Ratna Wijayanti Daniar Paramita	Stock Split: Sebelum Dan Sesudah Tanggal Pengumuman Tinjauan Perspektif Trading Range Theory	342-349
SBM-00061	Eko Wicaksono	Orientasi Nilai Konsumen Berbelanja Di Swalayan Syari'ah	350-359
SBM-00064	Ariska Putri Kurniawati	Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Petahun Kecamatan Summersuko Kabupaten Lumajang Berdasarkan Penerapan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014	360-371
SBM-00066	Mita Tegar Pribadi	Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar Di Perusahaan Bursa Efek Indonesia	372-385
SBM-00071	Lia Wasel Hidayah, Ratna Wijayanti DP, Muchamad Taufiq	Analisis Satuan Pengawas Intern Untuk Menilai Tingkat Efisiensi Dan Efektivitas Terhadap Perlakuan Aktiva Tetap Di Rs Wijaya Kusuma Lumajang	386-390
SBM-00072	Imam Hasanuddin	Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Ukur Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada KUD Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh Tahun 2017)	391-398
SBM-00074	Fipin Hidayanti	Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan	399-406
SBM-00077	Achmad Farris Fauzi, Zainul Hidayat, Jesi Irwanto	Pengaruh Faktor Sosial Dan Psikologi Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium Pada Home Industri Berkah Alumunium Lumajang	407-414
SBM-00078	Febby Afgadian, Neny Tri Indrianasari, Mimin Yatminiwati	Pengendalian Bahan Baku Kayu Guna Menjamin Kelangsungan Produksi Barecore Pada PT Kanawood Indo Makmur Di Lumajang	415-424
SBM-00079	Novi Andriani, Neny Tri Indianasari, Soemartono	Evaluasi Sistem Akuntansi Penerimaan Kas Pada Kud Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk	425-433
SBM-00080	Wanda Cikiana, Khoiril Iffa, Noviansyah Rizal.	Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Pengendalian Biaya Pada (UD. Basmlah Jarit Candipuro Lumajang)	434-441

SBM-00081	Niken Wahyuningtata Kusrianto, Wimbo Wiyono Muchamad Taufiq,	Pengaruh Dividend Per Share (DPS) Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013 – 2015)	442-450
SBM-00083	Miftakhul Ulum	Analisis Kinerja Keuangan Serta Kemampuan Keuangan Pemerintah Daerah Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah (Studi Kasus Pada Badan Pengelola Keuangan Daerah Kabupaten Lumajang Tahun 2012-2016)	451-459
SBM-00084	Agus Hermawan	Pengendalian Perputaran Piutang Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada Kud Tani Makmur Kec. Senduro Kab. Lumajang	460-479
SBM-00086	Samsul Arifin, Noer Aisyah Barlian, Zainul Hidayat	Pengaruh Motivasi, Prestasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang	480-487
SBM-00087	Risky Maulana, Noer Aisyah Balian, Zainul Hidayat,	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yamaha Nmax Di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang	488-494
SBM-00088	Zainul Hidayat, Jesi Irwanto	Komparasi Ketepatan Prediksi Pendapatan Operasional Pada Kelompok Kegiatan Usaha Bank Perkreditan Rakyat Di Jawa Timur	495-502
SBM-00089	Zainul Hidayat, Sukma Irdiana	Pkm Inovasi Produk Olahan Jamur Tiram Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Kedungjajang Kabupaten Lumajang	503-509
SBM-00090	Deni Lestyaningsih, M. Wimbo Wiyono, Much. Taufiq	Analisis Anggaran Produksi Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi Pada Cv. Mirai Alam Sejahtera Di Lumajang	510-512
SBM-00092	Wahyu Arianto	Analisis Kinerja Keuangan Pt. XI Axiata, Tbk Pada Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2010 - 2016	513-519
SBM-00094	Feri Lutmansyah, Sochib, Subani	Pengaruh Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	520-528
SBM-00095	Mohamad Soleh Sri Slamet, Wimbo Wiyono, Wahyuning Murniati	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2016	529-532
SBM-00096	Rima Nurmalia Oktari, Zainul Hidayat, Jesi Irwanto	Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun)	533-539
SBM-00097	Eka Lavista	Reaksi Harga Saham Sekitar Cum-Dividend Date Pada Perusahaan LQ45 Di Bursa Efek Indonesia	540-545

SBM-00100	Adithya Mahatva Yodha, Sukma Irdiana, Mokhammad Taufik	Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Blue Chips Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016	546-555
SBM-00101	Rizki Eka Prasetyo, Nawangsih, Riza Bahtiar Sulistyan	Pengaruh Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Home Industry Aneka Camilan Rizky	556-567
SBM-00103	Hesti Irmanta	Analisis Kelayakan Finansial Investasi Peternakan Ayam Potong Di Kabupaten Lumajang	568-577
SBM-00107	Siti Nurkhomeid, Nawangsih, Riza Bahtiar Sulistyan	Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Rumah Sehat Lumajang	578-585
SBM-00108	Findi Ogi Lestari, Musringah, Sukma Irdiana	Pengaruh Budaya Kaizen Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Lumajang	586-596
SBM-00109	Nawangsih	Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Keunggulan Kompetitif Sumber Daya Lokal Di Daerah Pedesaan (Studi Kasus Pada Ud. Sri Rejeki, Produksi Aneka Keripik, Desa Bodang, Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang)	597-603
SBM-00110	Anisah Fauziah	Kajian Semantik Pada Labelisasi Produk Makanan	604-607
SBM-00111	Muchamad Taufiq	Kedudukan Hukum Corporate Social Responsibility Pada BUMD Berdasar Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007	608-616
SBM-00113	Istichomah	Menentukan Keputusan Yang Tepat Dengan Menggunakan Analisis Biaya Diferensial Memilih Produk Sendiri Atau Membeli Produk Pada Ud. Pisang Agung	617-628
SBM-00115	ZAINAL Subani	Peranan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang Pada Ud. Anugerah Semeru Abadi (Asa) Lumajang	629-635
SBM-00116	Subani Imam Hasanuddin	Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Ukur Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Kud Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh Tahun 2017)	636-643
SBM-00122	Achmad Badry H., Fauzan Muttaqien, Musringah	Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Di Sentra Konter Seluler Pasar Senggol Lumajang	644-651
SBM-00149	Ninik Lukiana	Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Analisis Strategi Promosi Destinasi Wisata	652-662
SBM-00151	Erma Widayanti	Analisis Sistem Dan Prosedur Simpan Pinjam Khusus Perempuan Pada Upk Dharma Agung Kecamatan Kunir	663-672
SBM-00152	Faridatul Ula	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei	673-683
SBM-00153	Putri Khumairotul Ahyuni	Pengaruh Free Cash Flow, Return On Asset (ROA) Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang	684-694

Listed Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016			
SBM-00154	Muhammad Honi	Analisis Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan Pada PT.PLN Rayon Probolinggo Tahun 2017	695-701
SBM-00160	Ainun Jariah	Peranan Keputusan Investasi Dan Pendanaan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan	702-714
SBM-00162	Tri Paluli	Pendampingan Inovasi Kemasan Produk (Packaging) Pada Home Industry Kerupuk Anugrah Di Desa Tutul Kebon Kecamatan Balung Kabupaten Jember	715-719
SBM-00163	Ellyn Eka Wahyu, Cahya Nova Kurniawan	Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang	720-729
SBM-00164	Dewi Purwati	Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Eempiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minumanyang Terdaftar Di BEI 2013 – 2015)	730-736
SBM-00165	Muhamad Ghodim	Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Di Desa Sruni Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Di Desa Sruni Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang	737-743
SBM-00166	Yuprihatini Purachmawati	Analisis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Pada Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang	744-752
SBM-00167	Siti Kamila	Analisis Biaya Produksi Perusahaan Pada Ud. Nikmat Rasa Lumajang	753-756
SBM-00169	Dasia Julianti	Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Listend Di Periode 2014-2017	757-767
SBM-00170	Ria Atika Ratnasari	Pengaruh Perputaran Piutang, Net Profit Margin Dan Firm Size Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia	768-780
SBM-00171	Rika Wijaya	Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma	781-790
SBM-00172	Nilta Manzila	Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan To Deposit Ratio, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Kinerja Bank Umum Swasta Nasional Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2016	791-801
SBM-00173	Achmad Fuad Hasan	Analisis Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (Bos) Studi Kasus Smk 02 Yp 17 Lumajang Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang	802-811
SBM-00174	Abdul Rouf	Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD. Jatidiri	812-822

007 Purwosono Lumajang			
SBM-00175	Afiqotul Fitri	Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Karyawan Mustikatama Di Lumajang	823-835
SBM-00176	Dita Mandraini	Determinan Faktor Pembeda Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern	836-845
SBM-00177	Isa Lutfianto	Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja Dan Kinerja Karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang	846-860
SBM-00178	Nensy Hermawati	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Stie Widya Gama Lumajang)	861-871
SBM-00179	Rizky Roesminiyati	Pengaruh Earning Per Share (EPS), Return On Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	872-880

Determinasi Kebijakan Dividen Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia

Sukma Irdiana
STIE Widya Gama Lumajang
email:sukmapasah@gmail.com

Abstrak

Fungsi dari keuangan adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan mengenai pembagian laba dari perusahaan. Kebijakan dividen merupakan keputusan yang sulit bagi perusahaan. Karena perusahaan harus dapat membagi dividen sesuai dengan harapan dari investor. Investor mengharapkan keuntungan tersebut sebagai hasil dari investasinya. Di sisi lain pembagian dividen diharapkan tidak mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Karena pembagian dividen yang tinggi kurang disukai oleh manajemen karena akan mengurangi utilitas manajemen yang disebabkan oleh semakin kecilnya dana yang berada dalam lingkup kendali manajemen. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh solvabilitas, likuiditas, profitabilitas, tingkat pertumbuhan dan kesempatan investasi mempengaruhi kebijakan dividen perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2015, baik secara parsial maupun simultan. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial DER dan IOS berpengaruh secara signifikan terhadap DPR. Sedangkan CR, ROA dan Assets Growth tidak berpengaruh secara signifikan terhadap DPR. Secara simultan DER, CR, ROA, Assets Growth dan IOS secara serentak berpengaruh terhadap DPR. Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 21,2% dan sisanya sebesar 78,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: DER, CR, ROA, Assets Growth dan IOS

Abstract

The functions of finance are investment decisions, funding decisions and dividend policies. Dividend policy is a decision regarding the distribution of profits from the company. Dividend policy is a difficult decision for the company. Because companies must be able to divide dividends according to the expectations of investors. Investors expect these benefits as the results of the investment. On the other hand dividend distribution is not expected to affect the survival of the company. Because high dividend distribution is less favored by management because it will reduce management utility caused by the smaller funds that are within the scope of management control. The purpose of this study is to determine the effect of solvency, liquidity, profitability, growth rates and investment opportunities affecting the company's dividend policy on the Indonesia Stock Exchange for the period 2010-2015, both partially and simultaneously. The sample selection method used was purposive sampling and the analysis model used was multiple linear regression analysis. The results showed that partially DER and IOS significantly affected the DPR. Whereas CR, ROA and Assets Growth do not significantly influence the DPR. Simultaneously DER, CR, ROA, Assets Growth and IOS simultaneously affect the DPR. The Determination Coefficient (R Square) is 21.2% and the remaining 78.8% is influenced by other variables that have not been examined in this study.

Keyword :DER, CR, ROA, Assets Growth and IOS

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memerlukan berbagai kekayaan untuk menjalankan kegiatan operasinya. Kegiatan operasi tersebut membutuhkan dana yang tidak sedikit. Karena perolehan sumber dana digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Kegiatan operasi perusahaan diolah oleh manajemen keuangan. Dimana kegiatan manajemen keuangan meliputi perencanaan keuangan, analisis keuangan dan pengendalian keuangan. Kegiatan keuangan dilakukan oleh manajer keuangan. Tugas dari manajer keuangan adalah mencari dan mengelola keuangan yang ada. Fungsi

dari keuangan adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden. Maksud dan tujuan fungsi keuangan tersebut adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan.

Salah satu dari fungsi keuangan tersebut adalah kebijakan deviden. Kebijakan deviden merupakan suatu keputusan mengenai pembagian laba dari perusahaan. Kebijakan deviden merupakan keputusan yang sulit bagi perusahaan. Karena perusahaan harus dapat membagi deviden sesuai dengan harapan dari investor. Investor mengharapkan keuntungan tersebut sebagai hasil dari investasinya. Di sisi lain pembagian deviden diharapkan tidak mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Karena pembagian deviden yang tinggi kurang disukai oleh manajemen karena akan mengurangi utilitas manajemen yang disebabkan oleh semakin kecilnya dana yang berada dalam lingkup kendali manajemen. Hal ini sesuai dengan *residual theory of cash dividend* (Karen, 2003) yang menyatakan bahwa kelebihan kas yang ada seharusnya dibagikan dalam bentuk deviden, akan tetapi manajemen tidak menyukai pembagian laba yang diperoleh dalam bentuk deviden. Manajemen lebih suka memperlakukannya sebagai laba ditahan, kecuali mengetahui bahwa dana tersebut tidak memberikan *net present value* (NVP) yang positif pada tambahan investasi.

Menurut Sutrisno (2000) dalam membayarkan deviden, pihak manajemen perusahaan dapat menerapkan salah satu dari keempat jenis kebijakan deviden yang terdiri dari: (1) kebijakan pemberian deviden stabil, (2) kebijakan deviden fleksibel, (3) kebijakan deviden dengan rasio yang konstan, dan (4) kebijakan pemberian deviden reguler yang rendah ditambah ekstra.

Dalam menetapkan kebijakan deviden ini, pihak manajemen perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan deviden tersebut. Menurut Sutrisno (2012:267), faktor-faktor yang menjadi acuan bagi pihak manajemen dalam penentuan kebijakan yang harus diambil perusahaan dalam menyikapi pembayaran deviden, diantaranya: (1) Posisi solvabilitas perusahaan, (2) Posisi likuiditas perusahaan, (3) Kebutuhan untuk melunasi hutang, (4) Rencana pelunasan, (5) Kesempatan investasi, (6) Stabilitas pendapatan, (7) Pengawasan terhadap perusahaan. Kebijakan deviden yang optimal adalah kebijakan deviden yang menciptakan keseimbangan diantara deviden saat ini dan pertumbuhan dimasa mendatang sehingga dapat memaksimalkan harga saham perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut "Untuk mengetahui solvabilitas, likuiditas, profitabilitas, tingkat pertumbuhan dan kesempatan investasi secara parsial dan simultan mempengaruhi kebijakan deviden perusahaan di Bursa Efek Indonesia"

KAJIAN PUSTAKA

Rasio Solvabilitas

Menurut Kasmir (2008:151), rasio solvabilitas atau leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiaya dengan hutang. Artinya berapa besar beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasinya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi). Sehingga apabila perusahaan memiliki rasio solvabilitas yang tinggi maka pembagian keuntungan kepada investor akan semakin kecil karena perusahaan akan lebih menguntungkan pembayaran utang di bandingkan pembagian deviden. Rasio solvabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *debt to equity ratio* (DER). *Debt to equity ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat leverage (penggunaan hutang) yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktiva perusahaan (Sudana, 2015:23). Penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan akan menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap berupa bunga dan cicilan hutang. Semakin besar proporsi hutang yang digunakan dalam struktur modal maka semakin besar pula kewajiban (beban tetap) yang ditanggung oleh perusahaan yang bersangkutan. Peningkatan hutang akan mempengaruhi besar kecilnya keuntungan bersih yang tersedia bagi pemegang saham termasuk deviden yang akan diterima, karena kewajiban (beban tetap) tersebut lebih diprioritaskan daripada pembagian deviden. Dengan demikian *debt equity ratio* (DER) berpengaruh negatif dengan *dividen payout ratio* (DPR). Rumusan untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut (Kasmir, 2014:158):

$$DER = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2008:129), rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (hutang) jangka pendek. Rasio likuiditas digunakan untuk menggambarkan seberapa likuidnya suatu perusahaan serta kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban yang segera

jatuh tempo. Pentingnya likuiditas dapat dilihat dengan mempertimbangkan dampak dari ketidakmampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kurangnya likuiditas menghalangi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari diskon atau kesempatan mendapatkan keuntungan, juga berarti pembatasan kesempatan dan tindakan manajemen. Masalah likuiditas yang lebih parah mencerminkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban lancar. Masalah ini dapat mengarah pada penjualan investasi dan aktiva dengan terpaksa, dan bukan mengarah pada insolvensi dan kebangkrutan, sehingga jika suatu perusahaan gagal memenuhi kewajiban lancarnya, maka kelangsungan usahanya dipertanyakan. Dengan kata lain kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas (diukur dengan current ratio) diharapkan berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan (Wallace:1994). Tetapi sebaliknya jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan rendahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *current ratio*. *Current Ratio* merupakan salah satu ukuran dari rasio likuiditas (*liquidity ratio*) yang dihitung dengan membagi aktiva lancar (*current assets*) dengan hutang atau kewajiban lancar (*current liability*). Semakin besar *current ratio* menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sebagaimana *cash ratio*, makin tingginya *current ratio* juga menunjukkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan membayar dividen yang dijanjikan (Marlina dan Clara Danica, 2009). Dengan kata lain, ada pengaruh signifikan positif antara *current ratio* terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). Rumusan untuk mencari current ratio menurut Kasmir (2014:135) yaitu:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar (Current Assets)}}{\text{Utang Lancar (Current Liabilities)}}$$

Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut Gitman (2003:591), "*Profitability is the relationship between revenues and cost generated by using the firm's asset- both current and fixed- in productive activities*". Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama sekali dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar betapa pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan. Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*return on equity*). Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on asset*. *Return on Asset* (ROA) merupakan tingkat pengembalian investasi atas investasi perusahaan pada aktiva tetap yang digunakan untuk operasi. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi (*return*) semakin besar. *Return* yang diterima oleh investor dapat berupa pendapatan dividen (*dividen yield*), dan *capital gain*. Dengan demikian meningkatnya ROA juga akan meningkatkan pendapatan dividen (terutama *cash dividend*). Parthington (1989) secara eksplisit menunjukkan bahwa profitabilitas (*earning after tax*) dan asset merupakan variabel yang penting sebagai dasar pertimbangan para manajer perusahaan dalam rangka menentukan kebijakan dividen. Meningkatnya profitabilitas yang dicapai perusahaan akan meningkatkan harapan investor untuk memperoleh pendapatan dividen yang lebih tinggi pula (Parthington, 1989). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio*. Rumus untuk mencari *Return On Assets*, menurut Brigham & Houston (2010:148) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Rasio Pertumbuhan

Menurut Fahmi (2014:82), Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini dilihat dari berbagai segi *sales* (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa

lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Menurut Kesuma (2009) juga menyatakan bahwa *sales growth* adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi maka mencerminkan pendapatan meningkat sehingga beban pajak meningkat. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan tahun sebelum dan tahun periode selanjutnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Perhitungan tingkat penjualan perusahaan dibandingkan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik. Rumus untuk mencari rasio pertumbuhan, menurut Riyanto (2010:267) adalah sebagai berikut :

$$\text{Asset Growth} = \frac{\text{Total Asset}_{(t)} - \text{Total Asset}_{(t-1)}}{\text{Total Asset}_{(t-1)}}$$

Investment Opportunity Set (IOS)

Menurut Wardani dan Siregar (2009), *Investment Opportunity Set (IOS)* adalah kombinasi antara asset in place (aktiva riil) dengan alternative investasi di masa depan yang mempunyai nilai bersih sekarang yang positif. *Investment Opportunity Set (IOS)* bisa dikatakan sebagai suatu kesempatan untuk berkembang, akan tetapi tidak semua perusahaan bisa melakukan eksekusi IOS dimasa yang akan datang. Bagi perusahaan yang tak bisa menggunakan kesempatan investasi tersebut maka perusahaan tersebut tentunya akan membuat pengeluaran yang cenderung lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai kesempatan yang hilang. Dengan demikian, jika kondisi perusahaan sekarang sangat baik, maka pihak manajemen perusahaan tentunya akan lebih memilih investasi yang baru ketimbang membayar dividen yang nilainya cukup tinggi. Sebaliknya, perusahaan yang pertumbuhannya lambat cenderung akan membagikan dividen yang lebih tinggi untuk mengatasi masalah over investment. Hal ini dikarenakan pembayaran dividen pada dasarnya dilakukan jika perusahaan mempunyai dana sisa setelah membiayai investasi yang mempunyai NPV yang positif dengan *Retained Earning*. Sehingga, jika perusahaan tak punya dana sisa maka pembayaran dividenpun tidak akan dilakukan. Dengan demikian, *Investment Opportunity Set (IOS)* bisa menjadi suatu kesempatan bagi manajer perusahaan untuk melakukan praktek manajemen laba. Untuk mendapatkan nilai *Investment Opportunity Set (IOS)* yang tinggi maka diperlukan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi pula. Sedangkan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan, perusahaan tentunya memerlukan biaya yang besar. Biaya ini dapat diperoleh dari dalam ataupun dari luar perusahaan. Jika dana tersebut bersumber dari dalam perusahaan, maka pembayaran dividenpun akan mengalami penurunan. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa *Investment Opportunity Set (IOS)* mempunyai pengaruh yang negative dengan kebijakan dividen. Rumus untuk mencari *Earning Per Share/Price Ratio (EPS/P)*, menurut Beaver dan Morse adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{EPS}}{\text{Price}} = \frac{\text{Laba per Lembar Saham}}{\text{Harga Saham}}$$

METODE PENELITIAN

Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam kelompok saham BLUE CHIPS yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015 yang memiliki laporan keuangan yang lengkap dan dipublikasikan dalam *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*.

Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan metode *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan sampel saham perusahaan selama periode penelitian berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun tujuan dari metode ini untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan dari *Indonesia Capital Market Directory* dan *Indonesia Stock Exchange Statistics*. Data tersebut diolah lebih lanjut untuk memperoleh suatu nilai yang menjadi variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode studi pustaka dan metode dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan menggunakan persamaan *Multiple Regression* (regresi linier berganda) untuk menganalisis variabel independen terhadap variabel dependen. Model ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menentukan variabel independen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, data diolah menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16,0.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER) (X1), *Current Ratio* (CR) (X2), *Return On Assets* (ROA) (X3), *Assets Growth* (X4) dan *Investment Opportunity Set* (IOS) (X5). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dividend Payout Ratio* (DPR) (Y).

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Uji Asumsi Klasik.

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu : uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Pengujian Hipotesis.

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara simultan (Uji F) serta analisis koefisien determinasi (R^2) (Ghozali,2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda (*multiple regression*) dimaksudkan untuk menguji sejauh apa dan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi ini akan menghasilkan koefisien regresi yang dilihat dari nilai *unstandardized coefficient* dan menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.443	.060		7.398	.000		
DER	.002	.001	.283	2.664	.009	.830	1.204
CR	.011	.022	.065	.509	.612	.567	1.765
ROA	.001	.004	.028	.208	.836	.518	1.930
GROWTH	-.119	.077	-.152	-1.548	.125	.966	1.035
EPS_PRI CE	-.486	.199	-.253	-2.441	.017	.871	1.148

a. Dependent Variable: DPR

Sumber : Data Diolah SPSS 2018

Dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS *for windows* maka didapat hasil sebagai berikut :

$$Y = 0.443 + 0,002.X_1 + 0,011.X_2 + 0,001.X_3 - 0,119.X_4 - 0,486.X_5 + e$$

Dari persamaan tersebut diatas dapat dijelaskan :

1. Dalam persamaan koefisien regresi diatas, konstanta (B_0) adalah sebesar 0,443 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel DER, CR, ROA, ASSETS GROWTH dan IOS tetap sebesar 0,443.
2. Nilai koefisien regresi DER diperoleh sebesar 0,002. hal ini berarti bahwa apabila DER naik 1% maka akan menaikkan DPR sebesar 0,002 atau sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi variabel CR diperoleh sebesar 0,011, hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan pada CR sebesar 1% maka akan menaikkan DPR sebesar 0,011 atau sebaliknya.
4. Nilai koefisien regresi variabel ROA diperoleh sebesar 0,001 hal ini berarti bahwa apabila ROA bertambah 1% maka akan menaikkan DPR sebesar 0,001 atau sebaliknya.
5. Nilai koefisien regresi variabel Assets Growth diperoleh sebesar 0,119, hal ini berarti bahwa Assets Growth turun 1% akan menurunkan DPR sebesar 0,119 atau sebaliknya.
6. Nilai koefisien regresi variabel IOS diperoleh sebesar 0,486, hal ini berarti bahwa IOS turun 1% akan menurunkan DPR sebesar 0,486 atau sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk menentukan analisis pengaruh DER, CR, ROA, Aseets Growth dan IOS terhadap DPR pada perusahaan yang termasuk dalam saham Blue Chips yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2015 secara parsial, yang dapat dilihat dari besarnya t hitung terhadap t tabel dengan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini diketahui bahwa $n = 90$ pada tingkat signifikan 5 %. Pada tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) dengan menggunakan uji 2 sisi diperoleh nilai t tabel sebesar 1.98729. Sedangkan t hitung dari variabel DER, CR, ROA, Aseets Growth dan IOS terhadap DPR pada perusahaan yang termasuk dalam saham Blue Chips yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2015. Hasil pada table 1 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk variabel DER nilai t hitung sebesar 2.664 > nilai t table sebesar 1.98729 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,009. Maka H_0 ditolak, jadi variabel DER berpengaruh signifikan terhadap DPR.
2. Untuk variabel CR nilai t hitung sebesar 0.509 < nilai t table sebesar 1.98729 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0.612. Maka H_0 diterima, jadi variabel CR tidak berpengaruh signifikan terhadap DPR.
3. Untuk variabel ROA nilai t hitung sebesar 0.208 < nilai t table sebesar 1.98729 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0.836. Maka H_0 diterima, jadi variabel ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap DPR.
4. Untuk variabel Assets Growth nilai t hitung sebesar -1.548 < nilai t table sebesar 1.98729 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0.125. Maka H_0 diterima, jadi variabel Assets Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap DPR.
5. Untuk variabel EPS/Price nilai t hitung sebesar -2.441 < nilai t table sebesar 1.98729 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0.017. Maka H_0 ditolak, jadi variabel EPS/Price berpengaruh signifikan terhadap DPR.

Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh DER, CR, ROA, Aseets Growth dan IOS terhadap DPR pada perusahaan yang termasuk dalam saham Blue Chips yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2015 secara simultan. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan regresi berganda dengan bantuan SPSS. Untuk menguji secara simultan dilakukan analisis masing-masing koefisien regresi. Hasil analisis regresi berganda simultan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.173	5	.235	4.533	.001 ^a
	Residual	4.349	84	.052		
	Total	5.523	89			

a. Predictors: (Constant), EPS_PRICE, DER, GROWTH, CR, ROA

b. Dependent Variable: DPR

Sumber : Data Diolah SPSS 2018

Untuk menginterpretasikan data diatas kita kembali ke hipotesis yang menyatakan : Variabel pengaruh DER, CR, ROA, Aseets Growth dan EPS/Price terhadap DPRpada perusahaan yang termasuk dalam saham Blue Chips yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2015 secara simultan. Dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 90$ maka didapat $F_{tabel} = 2.32$. Dalam perhitungan diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu $4.533 > 2.32$ sehingga H_0 ditolak. Sedangkan jika dilihat dari nilai sig hitung adalah $0,001$ yaitu $< 0,05$ maka keputusannya juga menolak H_0 yang berarti bahwa secara simultan terdapat pengaruh pengaruh DER, CR, ROA, Aseets Growth dan IOS terhadap DPRpada perusahaan yang termasuk dalam saham Blue Chips yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2015.

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, berikut ini R² disajikan dibawah ini :

**Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.461 ^a	.212	.166	.22754	1.997

a. Predictors: (Constant), EPS_PRICE, DER, GROWTH, CR, ROA

b. Dependent Variable: DPR

Sumber : Data Diolah SPSS 2018

Hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat terlihat dari R Square sebesar 0,212 yang menunjukkan bahwa DPR dipengaruhi oleh kelima variabel yaitu DER, CR, ROA, Aseets Growth dan IOS dan pengaruh sebesar 21.2%, sisanya yaitu 78.8% (100% - 21.2%) DPR dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh DER Terhadap DPR

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variable DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Hasil ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa variabel *debt to equity* menunjukkan pengaruh positif terhadap DPR yang artinya bahwa semakin tinggi rasio ini, maka kemungkinan untuk perusahaan membayarkan dividen kepada pemegang sahamnya semakin tinggi. Pengaruh positif dari *debt to equity* terhadap DPR bisa saja terjadi apabila perusahaan berusaha memberi sinyal positif bagi investor dengan menambah hutang, yang kemudian dapat meningkatkan laba perusahaan. Dari meningkatnya laba perusahaan kemudian meningkatkan kemungkinan dibagikannya dividen bagi para pemegang saham. Temuan ini sesuai dengan teori *signaling hypothesis* yang menyatakan kenaikan dividen di atas kenaikan normal akan menjadi sinyal bagi investor yang menunjukkan adanya prospek yang baik di masa datang.

Pengaruh CR Terhadap DPR

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variable CR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Hasil ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa terdapat hubungan pengaruh yang positif dan signifikan antara CR terhadap DPR, yaitu semakin besar hasil yang diperoleh aktiva lancar dengan hutang lancar maka akan meningkatkan DPR. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh likuiditas yang tinggi oleh perusahaan tidak digunakan untuk membayar dividen kas, melainkan dialokasikan untuk pembelian aset atau digunakan untuk perluasan usaha. Selain itu hutang lancar yang tinggi akan mengakibatkan aktivitas operasional perusahaan banyak digunakan untuk membayar hutang kepada pihak ketiga akibatnya mengurangi kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih yang optimal yang berdampak pada pembayaran dividen. Likuiditas memang salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen namun bukan berarti kelancaran pembayaran hutang bisa memberi kesimpulan bahwa perusahaan akan membayar dividen.

Pengaruh ROA Terhadap DPR

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, variabel ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Hasil ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ROA dengan DPR, yaitu semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka akan semakin tinggi pula dividen yang dapat dibayarkan perusahaan kepada para pemegang sahamnya. Sebaliknya, semakin rendah profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka akan semakin rendah pula dividen yang dapat dibayarkan perusahaan. Ini tentu akan berdampak buruk bagi para pemegang saham dengan kepentingan dividennya. Hal ini bisa karena alasannya adalah *return on assets* (ROA) tidak selamanya mempengaruhi kebijakan dividen terutama pada perusahaan mapan yang sudah beroperasi dalam kurun waktu yang lama dan berada pada tahap (*maturity*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak akan membayar dividen tinggi untuk menjaga reputasinya ketika profitabilitas perusahaan mengalami penurunan atau rendah. Perusahaan-perusahaan ini akan menggunakan cadangan laba untuk diinvestasikan kembali ataupun dibagi dalam bentuk dividen tanpa harus merubah proporsi bagi pemegang saham atau investor yang sebagian besar merupakan pemegang saham pengendali (*managerial shareholder*) dan tanpa bergantung pada besarnya ROA yang akan diperoleh perusahaan dan akan membayarkan dividen dengan jumlah yang tetap (konstan), sehingga sebesar apapun profitabilitas perusahaan tidak mempengaruhi besarnya dividen yang dibayarkan pada pemegang saham. Maka berapa pun besarnya profitabilitas perusahaan, perusahaan akan tetap membagi dividen secara rutin setiap tahun melalui cadangan laba perusahaan.

Pengaruh Growth Terhadap DPR

Penelitian ini tidak dapat membuktikan teori yang menyatakan Growth berpengaruh negatif dan signifikan terhadap DPR. Tingkat pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi dividend payout ratio. Semakin cepat tingkat pertumbuhan suatu perusahaan, maka semakin besar kebutuhan dana yang diperlukan untuk membiayai pertumbuhan tersebut. Semakin besar kebutuhan dana untuk waktu mendatang maka perusahaan lebih senang untuk menahan labanya daripada membayarkannya sebagai dividen kepada pemegang saham. Hubungan antara kebijakan investasi dan dividen dapat diidentifikasi melalui arus kas perusahaan, yaitu semakin besar jumlah investasi dalam satu periode tertentu, akan semakin kecil dividen yang diberikan. Perusahaan yang sedang mengalami masa pertumbuhan akan banyak membutuhkan banyak dana untuk membiayai proyek investasi dibandingkan membagikan dividen kepada pemegang saham. Growth berpengaruh negatif disini disebabkan karena semakin besar kebutuhan dana perusahaan di masa yang akan datang maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan menahan laba atau keuntungan dengan tidak membayar dividen kepada pemegang saham atau investor. Dikarenakan perusahaan lebih memilih untuk menginvestasikan kembali laba atau pendapatannya di bidang ekspansi yaitu berupa perluasan perusahaan. Namun apabila suatu perusahaan telah mencapai tingkat pertumbuhan yang diharapkan maka perusahaan tersebut telah maju dan berkembang dengan mendapat dana modal dari pihak luar atau pasar modal, hal ini mungkin akan berbeda kondisinya sehingga perusahaan akan menetapkan dividen yang tinggi.

Pengaruh IOS Terhadap DPR

IOS digunakan untuk membedakan perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi dan rendah. Proksi IOS berkorelasi dengan pertumbuhan, sehingga perusahaan yang memiliki IOS tinggi juga memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi. Sebagai salah satu alternatif untuk membiayai peluang tersebut adalah dengan menurunkan pembagian dividen, yang berarti variabel IOS berpengaruh negatif terhadap Kebijakan Dividen. Perusahaan yang memiliki IOS tinggi memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi diharapkan memiliki kesempatan investasi yang tinggi. Untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan, perusahaan memerlukan dana yang besar yang dibiayai dari sumber internal perusahaan. Penggunaan sumber dana internal perusahaan tersebut akan menyebabkan penurunan pembayaran dividen. Penurunan pembayaran dividen menyebabkan perusahaan memiliki sumber dana internal untuk kepentingan investasi. Dengan kata lain bahwa semakin besar laba ditahan, maka kesempatan investasi semakin besar sehingga akan mengakibatkan semakin kecilnya dividen yang akan dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar Investment Opportunity Set perusahaan maka semakin kecil rasio pembayaran dividennya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Secara parsial DER, CR, ROA, Growth dan IOS terhadap DPR. Hanya DER dan IOS yang berpengaruh terhadap DPR. Sedangkan CR, ROA dan Growth tidak berpengaruh terhadap DPR. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh perilaku investor di pasar modal saat ini yang lebih memilih untuk melakukan aktifitas trading dibandingkan untuk investasi jangka panjang, sehingga variable CR, ROA dan Growth tidak dijadikan factor utama dalam mengambil keputusan investasi. Kemungkinan para investor lebih tertarik terhadap capital gain dari kegiatan trading saham, dibandingkan hasil dividen dari kegiatan investasi. Sedangkan DER dan IOS berpengaruh terhadap DPR. Hal ini dikarenakan ke dua variable tersebut dapat mencerminkan pergerakan DPR di pasar modal.
- Secara simultan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara DER, CR, ROA, Growth dan IOS terhadap DPR. Sedangkan nilai R Square sebesar 0.212 atau 21.2 % menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh DER, CR, ROA, Growth dan IOS terhadap DPR sebesar 21.2 % dan sisanya sebesar 78.8 % dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Saran

Berkaitan dengan penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

- Bagi investor sebelum mengambil keputusan investasi pada saham, sebaiknya perlu memperhatikan informasi-informasi yang diindikasikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Investor dapat menggunakan DER, CR, ROA, Growth dan IOS terhadap DPR sebagai pijakan dalam berinvestasi, terutama untuk investasi jangka panjang. Karena ke lima variable ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap DPR, khususnya saham-saham yang termasuk kedalam saham Blue Chips. Investor dapat mengestimasi DPR suatu saham perusahaan dengan melihat DER, CR, ROA, Growth dan IOS.
- Bagi perusahaan, hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan. Pihak perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai DER dan IOS yang diberikan agar lebih menarik bagi investor. Perusahaan juga perlu memperhatikan nilai CR, ROA dan Growth karena ke tiga variable tersebut juga mengindikasikan bahwa jika DPR tersebut tinggi, berarti saham tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai bukunya. Hal ini menandakan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, sehingga menarik untuk dijadikan sebagai wadah investasi jangka panjang bagi investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Kesuma. 2009. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go-Public Di BEI. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. II. No. 1/Hal: 38–45.
- Brigham, Eugene F. dan Gapenski, Louis C. 1997. *Financial Management Theory and Practice*. Orlando : The Dryden Press.
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J. 2003, "Principles of Manajerial Finance", International Edition, 10th edition, Pearson Education, Boston.
- Horne, Van dan Wachowicz. 2007. *Fundamentals of Financial Management, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kasmir, 2008, *Analisis Laporan Keuangan*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Marlina, Lisa dan Clara Danica. 2009. Analisis Pengaruh Cash Position, Debt To Equity Ratio, Dan Return on Assets Terhadap Dividend Payout Ratio. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 2. Nomor 1. p. 1-6.
- Parthington. 1989. Dividend Policy: Case Study Australian Capital Market. *Journal Of Finance*, 155-176.
- Riyanto, Bambang. 2010. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (edisi keempat cetakan ketujuh) Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sudana, I Made. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno, 2000. *Manajemen Keuangan*. Ekonosia. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: EKONISIA.

- Wallace, R.S. dkk. 1994. The Relationship Between The Comprehensiveness of Corporate Annual Report and Firm Characteristics in Spain. Accounting and Bussiness Research No. 25 No. 97.
- Wardani, R.A.Kusuma dan Siregar, Baldric, 2009.Pengaruh Aliran Kas Bebas terhadap Nilai Pemegang Saham dengan Set Kesempatan Investasi dan Dividen Sebagai Variabel Moderator".Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Vol. 20 (No. 3), Hal.157-174.

**Dampak *Return On Asstes (ROA)*, *Earning Per Share (EPS)* dan *Dividen Payout Ratio (DPR)*
Pengaruhnya Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan LQ45
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015**

Ahmad Fauzi Surahman¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : af2171514@gmail.com

Sukma Irdiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email : sukmapasah@gmail.com

Mokhmad Taufik³
STIE Widya Gama Lumajang
email : mtaufikwiga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak *Return On Asstes (ROA)*, *Earning Per Share (EPS)* dan *Dividen Payout Ratio (DPR)* secara parsial dan simultan terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ45. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan ILQ45 yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2015. Metode pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 16 perusahaan. Data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari Annual Report dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on assets*, *earning per share* dan *dividen payout ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Sebaliknya *return on assets*, *earning per share* dan *dividen payout ratio* secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal. Besarnya koefisien determinasi (*R square*) adalah sebesar 0,060. Hal ini berarti bahwa 6 % variabel dependen yaitu *return* saham kurang dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu *return on assets*, *earning per share* dan *dividen payout ratio*, sedangkan sisanya sebesar 94% *return* saham dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lain di luar model.

**Kata Kunci : *Return On Assets (ROA)*, *Earning Per Share (EPS)*, *Dividen Payout Ratio (DPR)*
Dan *Return Saham*.**

Abstrack

This study aims to determine the impact Return On Asstes (ROA), Earning Per Share (EPS) and Dividend Payout Ratio (DPR) partially and simultaneously to return stock at ILQ45 company. The population in this study is a company listed on the Stock Exchange ILQ45 period 2011-2015. Methods of sample selection using purposive sampling method, and obtained a total sample of 16 companies. The data used are secondary data from the Annual Report and the Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Data analysis techniques used in this research is the multiple regression analysis techniques. The results showed that the return on assets, earnings per share and dividend payout ratio has no significant effect on stock returns. Instead of return on assets, earnings per share and dividend payout ratio simultaneously not significantly affect the capital structure. The magnitude of the coefficient of determination (R square) is approximately 0.060. This means that 6% of the dependent variable is the stock return less can be explained by three independent variables, return on assets, earnings per share and dividend payout ratio, while the remaining 94% of stock return is explained by variables or other causes beyond the model.

Keywords : *return on assets (ROA)*, *earnings per share (EPS)*, *dividend payout ratio (DPR)* and *stock return*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Investasi adalah bentuk modal yang ditanamkan agar memperoleh hasil atau sebuah keuntungan dengan jangka periode tertentu. Dengan didukung dari teori devinisi investasi yang di kemukakan oleh

(Fahmi, 2014:264) menjelaskan bahwa investasi adalah sesuatu yang membutuhkan analisa dan perhitungan mendalam dan tidak menghilangkan prinsip kehati-hatian (*prudent principle*). Investasi juga berkaitan dengan adanya akumulasi suatu aktiva dengan suatu harapan untuk mendapatkan sebuah keuntungan dimasa yang akan datang. Aktiva pada saat sekarang untuk pembelian aktiva real atau juga keuangan mempunyai tujuan untuk mendapatkan penghasilan yang jauh lebih tinggi lagi. (Sunariah, 2011) Bahwa penanaman modal untuk salah satu atau lebih suatu aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka lama dengan harapan mendapatkan sebuah keuntungan di masa yang akan datang, dapat dilakukan dengan cara berinvestasi (Nandani and Sudjarni, 2017). Kegiatan berinvestasi akan terjadi di pasar modal, dengan kata lain pasar modal tempat bertemunya penjual dan pembeli surat berharga, sahama dan obligasi.

Pasar modal ialah sebuah pasar keuangan yang dapat memperjual belikan surat-surat berharga berupa obligasi, equitas dan saham dalam jangka waktu tertentu. Menurut Hermuningsih, (2012:2): "Undang-Undang Pasar Modal NO.8 tahun 1995 tentang pasar modal yang mendeskripsikan pasar modal sebagai, kegiatan yang bersangkutan dengan adanya penawaran umum dan perdagangan suatu efek, perusahaan publik dengan berkaitan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang saling berkaitan dengan efek". Salah satu yang dapat diperjual belikan pada pasar modal adalah saham, saham menjadi sasaran para investor dalam rangka melakukan sebuah investasi. Membeli suatu saham dari sebuah perusahaan berarti investor menginvestasikan dana atau modal yang nantinya akan dikelola oleh manajemen perusahaan tersebut.

Para investor berkeinginan untuk mendapatkan suatu keuntungan, keuntungan tersebut berupa pengembalian atau bagi hasil dari suatu saham yang telah di investasikan. *Return* salah satu tujuan dan harapan yang akan diperoleh para investor. Tandellilin, (2010:1

02), menyatakan bahwa *return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko dari investasi yang dilakukannya. *Return* saham adalah hasil yang diperoleh dari manajemen setelah melakukan keputusan investasi. *Return* bisa berupa *return* realisasi (*realized return*) dan *return* ekspetasian (*expected return*) yang menggunakan data historis. *Return* realisasi penting bagi pihak *stakeholder* karena digunakan sebagai salah satu alat ukur kinerja perusahaan dan sebagai dasar penuntun *return* ekspetasian. Sedangkan *return* ekspetasi sendiri merupakan *return* yang diharapkan didapat oleh investor di masa yang akan datang. Berbeda dengan *return* realisasi yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspetasian sifatnya belum terjadi (Hartono, 2016:263).

Banyak factor yang dapat mempengaruhi tingkat *return* saham, diantaranya yang dikupas dalam penelitian ini adalah *return on assets*, *earning per share* dan *dividen payout ratio*. *Return On Assets* adalah rasio yang mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungan dengan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2014:63). "*Earning Per Share* atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki" (Fahmi, 2012:83).

"Kebijakan deviden berhubungan dengan penentuan besarnya *dividend payout ratio*, yaitu besarnya presentase laba bersih setelah pajak yang dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham" (Sudana, 2015:192). Berdasarkan pada uraian konteks persoalan yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian yang berjudul "Dampak *Return On Asstes* (ROA), *Earning Per Share* (EPS) dan *Dividen Payout Ratio* (DPR) Pengaruhnya Terhadap *Return* Saham Pada Perusahaan ILQ 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015". Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah *Return On Asstes* (ROA), *Earning Per Share* (EPS) dan *Dividen Payout Ratio* (DPR) berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia? Kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui *Return On Asstes* (ROA), *Earning Per Share* (EPS) Dan *Dividen Payout Ratio* (DPR) berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian *Retrun* Saham

Return saham adalah hasil yang diperoleh dari manajemen setelah melakukan keputusan investasi. *Return* bisa berupa *return* realisasi (*realized return*) dan *return* ekspetasian (*expected return*). Yang menggunakan data histori. *Return* realisasi penting bagi pihak *stakeholder* karena digunakan sebagai salah satu alat ukur kinerja perusahaan dan sebagai dasar penuntun *return* ekspetasian. Sedangkan *return* ekspetasi sendiri merupakan *return* yang diharapkan didapat oleh investor di masa yang akan datang. Berbeda dengan *return* realisasi yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspetasian sifatnya belum terjadi.

Pada umumnya, nilai *return* yang sering digunakan adalah *return total*. *Return* pada dasarnya dibagi menjadi dua jenis yaitu *capital gain/loss* dan *yield*. *Capital gain* merupakan selisih dari harga investasi sekarang dengan harga periode yang lalu. Jika harga investasi sekarang lebih tinggi dari harga investasi periode lalu berarti terjadi keuntungan modal (*capital gain*) dan sebaliknya. *Yield* merupakan presentase penerimaan kas periodeik terhadap harga investasi. Keuntungan ini biasanya diterima dalam bentuk kas atau setara dengan kas sehingga dapat dituanggakan secara cepat (Hartono, 2016:624).

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan adalah *return total*, dimana saham biasa yang membayar dividen periodic sebesar D_t rupiah perlembarnya, maka *yield* adalah sebesar D_t/P_{t-1} dan *return total* dapat dinyatakan sebagai berikut. (Hartono, 2016:265).

$$Retrun\ Saham = \frac{P_t - P_{t-1} + D_t}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

P_t : Harga Saham Sekarang

P_{t-1} : Harga Saham Periode Yang Lalu

D_t : Dividen Sekarang

Untuk mengukur *Return* saham dalam penelitian ini rumus yang digunakan adalah *Return* saham. Karna laporan keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Return* Saham

Return On Assets (ROA)

Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai asset tersebut (Hanafi, Mamdu M. Halim, 2012:157).

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih + Bunga}{Total\ Asset\ Rata - Rata}$$

Earning Per Share (EPS)

"*Earning Per Share* atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki" (Fahmi, 2012:83).

$$EPS = \frac{EAT}{J_{sb}}$$

Divident Payout Ratio (X_3)

"Kebijakan deviden berhubungan dengan penentuan besarnya *dividend payout ratio*, yaitu besarnya presentase laba bersih setelah pajak yang dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham" (Sudana, 2015:192).

Rumusan yang dapat digunakan dalam rasio *Divident Payout Ratio* (DPR) sebagai berikut (Sudana, 2015:26):

$$DPR = \frac{Dividen\ Per\ Share}{Earning\ Per\ Share}$$

HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dan uraian teori diatas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat *return on asset* (ROA), *earning per share* (EPS) dan *divident payout ratio* (DPR) berpengaruh secara parsial dan simultan signifikan terhadap *return* saham perusahaan ILQ45 periode 2011-2015.

H_a : Terdapat *return on asset* (ROA), *earning per share* (EPS) dan *divident payout ratio* (DPR) berpengaruh secara parsial dan simultan signifikan terhadap *return* saham perusahaan ILQ45 periode 2011-2015.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam sama ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Adapun kriteria yang telah ditentukan sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang tergabung dalam saham ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2015.
- b. Perusahaan ILQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mempublikasikan laporan keuangan dalam periode 2011-2015 secara lengkap sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. "metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan" (Sugiono, 2015:35-36).

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobabili sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2015:154). Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan melakukan pendekatan melalui metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2015:156).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan dari *Indonesia Stock Exchange Statistics*. Data tersebut diolah lebih lanjut untuk memperoleh suatu nilai yang menjadi variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode studi pustaka dan metode dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Model ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menentukan variabel independen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, data diolah menggunakan *software computer* yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *return on assets* (ROA), *earning per share* (EPS) dan *dividen payout ratio* (DPR). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return Saham*.

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan untuk dilakukan pengujian secara parsial (uji t) dan pengujian secara simultan (uji F) serta analisis koefisien determinan (R^2).

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

**Tabel 1. Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.366	.113		3.241	.002		
ROA	.199	.125	.183	1.594	.115	.937	1.068
EPS	-.184	.182	-.115	-1.009	.316	.951	1.051
DPR	-.163	.108	-.169	-1.507	.136	.982	1.018

a. Dependent Variable:
 RETURN_SAHAM

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Analisis regresi linier berganda (*multiple regresion*) dimasukkan untuk menguji sejauh mana dan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi ini akan menghasilkan koefisien regresi yang dilihat dari nilai *unstandardized coefficient* dan menunjukkan arah hubungan antara variabel independend dan variabel dependen. Hasil pengujian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Return\ Saham = 0,366 + 0,199\ ROA - 0,184\ EPS - 0,163\ DPR$$

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t / Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji statistik t digunakan untuk menguji hipotesis pertama sampai dengan hipotesis pertama sampai dengan hipotesis ketiga. Pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikan 0,05 (5%). Untuk lebih jelasnya, hasil uji secara parsial (uji F) dapat dilihat pada table 1.

Berdasarkan hasil uji, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

a. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Ha1 : *return on asstes* (ROA) berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Berdasarkan hasil uji didapatkan hasil estimasi variabel ROA sebesar nilai $t_{hitung} = 1,549$ dengan signifikan 0,115. Dengan menggunakan batas sinifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,991$. Hal ini berarti $t_{hitung} (1,549) < t_{tabel} (1,991)$, dan $sig (0,115) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel *return on asstes* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *return* saham. dengan demikian berarti bahwa hipotesis pertama Ha ditolak.

b. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Ha2 : *earning per share* (EPS) berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Dari hasil uji didapatkan hasil estimasi variabel EPS sebesar nilai $t_{hitung} = -1,009$ dengan signifikan 0,316. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,991$. Hal ini berarti $t_{hitung} -1,009 \leq t_{tabel} (1,991)$, dan $sig (0,316) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel *Earning per share* (EPS) tidal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua Ha ditolak.

c. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Ha3 : *dividen payout ratio* (DPR) berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Dari hasil estimasi variabel *dividen payout ratio* (DPR) diperoleh nilai $t_{hitung} = -1,507$ dengan signifikan 0,136. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,991$. Hal iniberarti $t_{hitung} -1,507 \leq t_{tabel} (1,991)$, dan $sig (0,136) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel *Earning per share* (EPS) tidal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua H0 diterima.

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.164	3	.055	1.611	.194 ^a
	Residual	2.574	76	.034		
	Total	2.738	79			

a. Predictors: (Constant), DPR, EPS, ROA

b. Dependent Variable: RETURN_SAHAM

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Pengujian hipotesis uji F ini digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian simultan diperoleh sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji-F, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara simultan, yaitu sebgai berikut:

d. Hasil Pengujian Hipotesis Keempat

Ha3 : *return on assets* (ROA), *earning per share* (EPSS) dan *dividen payout ratio* (DPR) berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Dari hasil nilai F_{hitung} sebesar 1,611 dengan tingkat signifikan 0,194. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} sebesar 2,72. Hal ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$ (1,611 < 2,72), yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara simultan variabel *return on assets* (X_1), *earning per share* (X_2) dan *dividen payout ratio* (X_3) tidak berpengaruh terhadap *return* saham.

Hasil Pengujian Koefisien Determinan (R^2)

**Tabel 3. Tabel Koefisien Determinan (R^2)
 Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.244 ^a	.060	.023	.18405	1.829

a. Predictors: (Constant), DPR, EPS, ROA

b. Dependent Variable: RETURN_SAHAM

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang terbaik dalam analisis regresi, hal ini dapat diketahui oleh besarnya koefisien (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari table koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase (Santoso, 2012:355).

Pada hasil Uji R^2 menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *R Square* sebesar 0,060. Hal ini berarti 6% variabel dependen yaitu *return* saham dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu *return on assets* (ROA), *earning per share* (EPSS) dan *dividen payout ratio* (DPR), sedangkan sisanya sebesar 94% *return* saham dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lainnya diluar model.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap *Return* saham

Hasil pengujian menyatakan bahwa *return on assets* tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Dalam hal ini laba bersih setelah pajak dibagi dengan total asset tidak berpengaruh dalam menghasilkan sebuah keuntungan atau *return saham*. Dikarenakan para investor sudah mulai melirik keuntungan dalam jangka pendek dibandingkan dengan jangka panjang. *Capital gain* menjadi alasan para investor untuk dapat langsung menikmati keuntungan yang didapat setelah melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Para investor juga mempunyai pandangan yang sangat baik terhadap perusahaan ILQ 45, karna perusahaan tersebut sudah sangat baik dan teruji tingkat likuiditasnya yang tinggi. Sehingga para investor lebih memilih untuk menggunakan rasio lain untuk dapat memperoleh sebuah keuntungan atau *return saham*.

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap *Return* saham

Hasil pengujian variabel *Earning per share* adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar keuntungan (*return*) yang akan diperoleh para investor atau para pemegang saham pada setiap lembar saham. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *earning pers share* tidak berpengaruh terhadap *return* saham, kondisi ini berbanding terbalik dengan pengertian *earning per share* sebenarnya. Hal ini disebabkan karena adanya kondisi *earning per share* menurun karena perolehan laba mengalami naik turun pada saat tahun penelitian. *Earning per share* juga akan berdampak pada menurunnya tingkat investasi pada perusahaan yang bersangkutan, dengan demikian laba perusahaan akan mengalami sebuah penurunan. Sehingga *earning per share* tidak lagi mempengaruhi harga saham. Dengan tidak adanya pengaruh terhadap harga saham tersebut juga mempengaruhi tingkat keuntungan atau *return* saham yang akan diperoleh dari hasil investasi.

Pengaruh *Dividen Payout Ratio* (DPR) terhadap *Return* saham

Hasil pengujian variabel *dividen payout ratio* tidak terdapat pengaruh dengan *return* saham adalah ketika naiknya harga saham pada suatu perusahaan tidak diikuti dengan kenaikan *dividend payout ratio* yang akan dibagikan kepada pemegang saham akan berdampak pada keuntungan atau

return saham yang akan diperoleh. Sehingga para investor mulai melirik keuntungan jangka pendek dibandingkan dengan keuntungan jangka panjang. Yaitu *capital gain/loss*, karena hanya membandingkan harga tahun saham tahun lalu dan tahun sekarang. Kemudian resiko jangka panjang dalam investasi juga sudah menjadi alasan investor melakukan investasi jangka pendek, karena naik turun harga saham tidak bisa diprediksi. Ketika melakukan investasi jangka panjang resiko menanggung besarnya pajak juga mempengaruhi tingkat keuntungan atau *return* yang akan diperoleh investor dari investasi yang dilakukan. Dari adanya beberapa hal lain yang mempengaruhi, bahwa tidak ada batasan pembagian dividen yang ditetapkan dalam memperoleh sebuah keuntungan atau *return* saham yang tidak dapat diprediksi. Dilihat dari data yang terkumpul, dalam penelitian ini tergabung dari banyak sector sehingga pembagian dividen hampir tidak sama dari sector yang satu dengan yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan ILQ 45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2011-2015 yang menguji tentang pengaruh variabel *return on assets*, *earning per share* dan *dividend payout ratio* terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ 45. Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil sebuah kesimpulan sebagai berikut:

- Pengujian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan *return on assets* (ROA) terhadap *return* saham perusahaan ILQ 45. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on assets* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.
- Pengujian hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan *earning per share* (EPS) terhadap *return* saham perusahaan ILQ 45. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.
- Pengujian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan *dividend payout ratio* (DPR) terhadap *return* saham perusahaan ILQ 45. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *dividend payout ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.
- Pengujian hipotesis keempat yang menyatakan terdapat pengaruh secara simultan signifikan *return on assets* (ROA), *earning per share* (EPS) dan *dividend payout ratio* (DPR) terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ 45. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *return on assets* (ROA), *earning per share* (EPS) dan *dividend payout ratio* (DPR) tidak berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan ILQ 45.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- Bagi Akademisi
Dengan pembahasan yang sejenis disarankan untuk dapat melakukan kajian lebih lanjut dengan memasukkan variabel bebas lainnya, seperti struktur modal, dan rasio keuangan lainnya.
- Bagi Investor
Dalam melakukan atau pencarian sebuah keuntungan dengan memasukkan harga saham dan dividen sebagai ukuran *return* saham, sebaiknya lakukan analisis rasio keuangan lainnya agar lebih jauh mendapat keuntungan yang tinggi
- Bagi Emiten atau Perusahaan
Dapat memberikan masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan atau para investor sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi untuk mendapat sebuah keuntungan atau *return* saham.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

- Penelitian ini adalah penelitian di bidang Manajemen Keuangan.
- Membahas *return on assets*, *earning per share*, dan *dividen payout ratio* sebagai variabel independen, serta *return* saham sebagai variabel dependen.
- Penelitian ini pada perusahaan ILQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Periode penelitian adalah tahun 2011-2015.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2012) *Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawaban*. Bandung: ALFABETA.
Fahmi, I. (2014) *Analisis Kinerja Keuangan Panduan bagi Akademisi, Manajer, dan Investor dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan*. Bandung: ALVABETA, cv.
Fahmi, I. (2014b) *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Hanafi, M. M. and Halim, A. (2012) *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, UPP STIM YKPN.
- Hartono, J. (2016) *Teori PORTOFOLIO dan ANALISIS INVESTASI*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermuningsih, S. (2012) *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nandani, I. G. A. I. Y. and Sudjarni, L. K. (2017) 'ABSTRAK Pertumbuhan serta perkembangan perusahaan tidak terlepas dari tujuan utamanya yaitu meningkatkan laba perusahaan . Peningkatan laba perusahaan dapat mendukung kesejahteraan dan dari Pengalokasian dana yang baik , mencerminkan kondisi keuangan perus', 6(8), pp. 4481–4509.
- Sudana, I. M. (2015) *Teori dan Praktek Manajemen Keuangan Perusahaan*. Erlangga.
- Sugiono (2015) *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALVABETA.
- Sunariah (2011) *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, UPP STIM YKPN.
- Tandelilin (2010) *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE.

Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan

Kusnanto Darmawan¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : kusnanto.wiga@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti secara empiris dan menemukan kejelasan tentang pengaruh variable kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, secara parsial. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, menunjukkan saling terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan koefisien determinasi (*RSquare*) yang diperoleh sebesar 0,158. Hal ini berarti 15.8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 84.2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keputusan pembelian, produk, harga, tempat, promosi dan lain lain. Dan bahwa koefisien determinasi (*RSquare*) yang diperoleh sebesar 0,292. Hal ini berarti 29.2% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 70.8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keputusan pembelian, produk, harga, tempat, promosi dan lain lain.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

The purpose of this study is to obtain evidence empirically and find clarity about the influence of service quality variables affect customer satisfaction and customer loyalty, partially. Sample selection method used is purposive sampling and analysis model used is simple linear regression analysis. The results showed that partially the quality of service to customer satisfaction and customer loyalty, shows there is interplay between the quality of service to customer satisfaction. So is the quality of service to customer loyalty. While the coefficient of determination (RSquare) obtained by 0.158. This means that 15.8% of customer satisfaction can be explained by service quality variables, while the rest is 84.2% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study such as purchasing decisions, products, prices, places, promotions and others. And that the coefficient of determination (RSquare) obtained is 0.292. This means that 29.2% customer loyalty can be explained by service quality variables, while the rest is 70.8% customer loyalty influenced by other variables not examined in this study such as purchasing decisions, products, prices, places, promotions and others.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini sangat dipengaruhi oleh persaingan di dalam dunia bisnis, dimana pihak yang satu selalu berusaha memberikan layanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Persaingan dapat berupa harga, waktu, pengiriman, pelayanan, promosi dan kualitas. Perusahaan akan dapat memenangkan persaingan pasar bila perusahaan memiliki daya saing secara menyeluruh dan mutu produk yang telah terstandarisasi sesuai dengan yang dikehendaki oleh konsumen.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa turut mengalami persaingan, dimana mereka selalu berusaha memberikan keunggulan-keunggulan dalam berbagai cara untuk dapat memberikan suatu kualitas jasa dan kepuasan yang baik bagi para pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan. Perusahaan juga perlu menciptakan kepuasan pelanggan, sebab kepuasan pelanggan merupakan asset bagi perusahaan untuk dapat lebih berkembang. Begitu pula sebaliknya jika ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada berpindahnya pelanggan pada pesaing.

Perusahaan retail merupakan salah satu perusahaan jasa yang lagi berkembang pesat sekarang ini. Terbukti banyak sekali perusahaan retail yang berada di daerah-daerah. Perusahaan retail yang

berkembang pesat sekarang ini adalah alfamaret. Alfamaret berkembang sampai ke pelosok pelosok daerah termasuk di Lumajang. Alfamaret masuk ke Lumajang sekitar 4 tahun yang lalu. Dimulai dari Alfamaret di daerah Suwandak, hingga tahun 2016 jumlah alfamart di Lumajang sekitar 18 alfamart (<http://m.beritametro.news/Lumajang/pemkab-lumajang-hentikan-pendirian-ritel>).

Retailing adalah serangkaian kegiatan usaha yang memberikan nilai tambah pada produk dan jasa yang dijual kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga (Levy, 2009: 48). Usaha eceran adalah suatu usaha yang kegiatannya menyangkut penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk penggunaan pribadi dan nir-bisnis (Kotler dan Armstrong 2003:51).

Menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Oliver dalam Supranto (2001:233), Pengertian Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Setiap orang dalam suatu perusahaan mempunyai pelanggan yang harus dipuaskannya. Ini yang pertama-tama harus disadari setiap karyawan. Kepuasan pelanggan relevan untuk kita semua, apapun pekerjaan kita, jadi kepuasan pelanggan bukan semata-mata urusan dan tanggung jawab divisi pemasaran dan pelayanan purna jual. Langkah pertama dalam usaha memuaskan pelanggan adalah menentukan dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang berbeda dapat pula berlainan kebutuhannya dan juga berbeda prioritasnya, tetapi pada dasarnya kebutuhan-kebutuhan umum hampir sama.

Loyalitas merupakan perilaku konsumen yang akan dapat diketahui jika konsumen telah melakukan pembelian kepada produk yang ditawarkan di pasar, konsumen yang loyal adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali dan berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek (Rangkuti,2002:26).

Loyalitas konsumen merupakan tiket menuju sukses semua bisnis. Strategi pemasaran yang sukses yang didukung oleh *customer oriented drive* seyogyanya menghasilkan konsumen-konsumen yang loyal. Bahwa “konsumen yang loyal adalah konsumen yang puas” itu merupakan pernyataan yang sah. Tetapi, perlu diingat bahwa tidak semua konsumen yang puas adalah konsumen yang loyal. Yang jelas bahwa kepuasan merupakan syarat utama bagi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut “Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Alfamaret Se Kabupaten Lumajang”

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan membuat pelanggan menjadi tidak setia. Artinya, dapat disimpulkan jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh (Lupiyoadi, 2006). Parasuraman *at al.*, (1998) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Parasuraman *at al.*,(1998) bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi sebagai berikut :

1. *Reliability*/Kehandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

2. *Assurance*/Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan

kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

3. *Tangible*/Bukti langsung

Tangible merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan.

4. *Emphaty*/Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. *Responsiveness*/Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pernyataan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Leon Schiffman (2008) bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Tujuan semua usaha pemasaran haruslah untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Para pemasar harus pasti memberikan produk yang sebaik mungkin untuk uang yang dibayarkan dan menghindari memperbesar harapan konsumen terhadap kinerja produk yang melebihi apa yang dapat diberikan produk tersebut. Selain dari pengalaman menggunakan produk itu sendiri, para konsumen dapat menerima penguatan dari unsur-unsur lain dalam situasi pembelian, seperti lingkungan dimana transaksi atau pelayanan terjadi, perhatian dan pelayanan yang diberikan para karyawan, dan sikap ramah tamah yang diberikan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika cocok dengan harapan, maka pelanggan puas. Jika melebihi harapan, maka pelanggan sangat puas atau senang.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Oliver (dalam Kotler dan Keller, 2009) mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Menurut Tjiptono (2000 : 110) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Indikator yang digunakan untuk variabel loyalitas menurut Dick & Basu, 1994 (dalam Fandy Tjiptono, 2006) adalah :

- a) Penggunaan ulang layanan
- b) Tertanamnya secara positif layanan di benak pelanggan
- c) Selalu menjadi pilihan utama bagi pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2013:11), "Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih". Sedangkan kausal adalah hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah Bank Mandiri Syariah Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2013:151-152) menyatakan bahwa "*Simpel Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu".

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013:169). Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier sederhana bahwa data harus berdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier sederhana kemudian dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji t (uji parsial) yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan dan loyalitas pelanggan). Selanjutnya dilakukan Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi. Tingkat ketepatan dalam koefisien determinasi itu biasanya dinyatakan dalam prosentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tollerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada smenunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti

tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.951	1.540		10.358	.000		
JML KUALITAS	.397	.075	.397	5.264	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: JML KEPUASAN

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Model persamaan regresi dari tabel 4.18 dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 15,951 + 0,397X$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 15,951 menunjukkan bahwa nilai kinerja akan sama dengan 15,951 jika nilai kualitas pelayanan (X) sama dengan 0.
- Kualitas pelayanan (X) sebesar 0,397 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) komitmen organisasi akan menaikkan kinerja pegawai sebesar 0,397 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.

Tabel 2. Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.723	1.395		3.385	.001		
JML KUALITAS	.535	.068	.541	7.817	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: JML LOYALITAS

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Model persamaan regresi dari tabel 4.18 dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,723 + 0,535X$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 4,723 menunjukkan bahwa nilai kinerja akan sama dengan 4,723 jika nilai kualitas pelayanan (X) sama dengan 0.

- b. Kualitas pelayanan (X) sebesar 0,535 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) komitmen organisasi akan menaikkan kinerja pegawai sebesar 0,535 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,535, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan dan loyalitas pelanggan). Hasil pengolahan SPSS untuk uji t adalah sebagai berikut ini:

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(n - 2) = 150 - 2 = 148$, maka diperoleh t tabel $= \pm 1.97612$.

- Hasil uji t untuk variabel X (Kualitas Pelayanan) diperoleh nilai t hitung = 5.264 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar ± 1.97612 . Ini berarti $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Sekabupaten Lumajang.
- Hasil uji t untuk variabel X (Kualitas Pelayanan) diperoleh nilai t hitung = 7.817 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar ± 1.97612 . Ini berarti $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua dapat diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Sekabupaten Lumajang.

Hasil Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 ^a	.158	.152	2.91377

a. Predictors: (Constant), JML KUALITAS

b. Dependent Variable: JML KEPUASAN

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,158. Hal ini berarti 15,8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 84,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keputusan pembelian, produk, harga, tempat, promosi dan lain lain.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.292	.287	2.64009

a. Predictors: (Constant), JML KUALITAS

b. Dependent Variable: JML LOYALITAS

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*RSquare*) yang diperoleh sebesar 0,292. Hal ini berarti 29.2% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 70.8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keputusan pembelian, produk, harga, tempat, promosi dan lain lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh Alfamart yakni memberi perhatian pada kualitas pelayanannya, sehingga mereka dapat memenangkan persaingan dengan minimarket lainnya. Selain itu, Alfamart juga harus meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga para pelanggan akan tetap menjadi pelanggan setia Alfamart. Selain itu manajemen Alfamart diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan sehingga kepuasan yang didapatkan oleh konsumen Alfamart dapat bertahan dan dapat bersaing dengan minimarket yang lain. Untuk itu perlu adanya peningkatan dalam memenuhi kepuasan konsumen, dengan mempertimbangkan dalam mempertahankan kehandalan yang sudah diterapkan oleh Alfamart, ketanggapan pihak Alfamart di dalam melayani konsumen sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada konsumen. Ketanggapan yang diberikan pihak Alfamart harus tetap dipertahankan dan dijadikan salah satu bahan pertimbangan dalam mempertahankan jaminan yang sudah diterapkan oleh Alfamart. Dengan mempertimbangkan dan mempertahankan perhatian yang sudah diterapkan oleh Alfamart, akan menjadikan eksistensi Alfamart di kabupaten Lumajang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat dari aspek kualitas pelayanan yang meliputi dimensi tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (kepedulian), maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kualitas pelayanan dirasakan sudah efektif oleh pelanggan. Namun demikian masih ada pelanggan yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan terutama pada dimensi tangibles dan assurance. Sedangkan dari aspek loyalitas pelanggan pada Alfamart, maka dapat disimpulkan bahwasannya secara keseluruhan pelanggan Alfamart menyatakan masih ragu-ragu untuk menjadi loyal dengan Alfamart. Ini disebabkan masih adanya pelanggan yang merasa kurang setuju dan tidak setuju terutama pada dimensi *reject another and repeat purchasing*. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi 5 komponen baik itu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Alfamart.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Alfamart Se Kabupaten Lumajang. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Alfamart Se Kabupaten Lumajang. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Se Kabupaten Lumajang.
- b. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Alfamart Se Kabupaten Lumajang. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Se Kabupaten Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

Bagi PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

Alfamart untuk lebih memperhatikan pada kualitas pelayanannya, sehingga mereka dapat memenangkan persaingan dengan minimarket lainnya. Selain itu, Alfamart juga harus meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga para pelanggan akan tetap menjadi pelanggan setia Alfamart. Kualitas pelayanan Alfamart merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Alfamart.

Bagi Peneliti Lain

Peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan harus dapat mengembangkan penelitiannya dengan variabel yang berbeda dari peneliti yaitu selain variabel kualitas pelayanan, karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Fandy, Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*, Andy, Yogyakarta.

Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.

Kotler, dan Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Dua. Erlangga : Jakarta.

Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran-analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Erlangga.

Levy & Weitz. 2009. *Retailing Management (8th ed.)*. New York: McGraw-Hill International

Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Parasuraman, A., Berry, L., Zeithaml, V., (1985)'Quality Counts in Service, Too', *Business Horizons*.

Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243

<http://m.beritametro.news/Lumajang/pemkab-lumajang-hentikan-pendirian-ritel>

Pengaruh Manajemen Laba Pada Nilai Perusahaan Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Intervening

Sochib¹

STIE Widya Gama Lumajang

email : sochib.ak@gmail.com

Kuatnya keinginan manajemen bank umum untuk bisa mencapai target laba yang dianggarkan telah mendorong dijalankan praktik manajemen laba. Manajemen laba ini dilakukan dengan cara memanfaatkan celah yang ada dalam prinsip akuntansi yang berlaku untuk rekayasa laporan keuangan. Harapan manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan dan sekaligus memberikan kemakmuran pemegang saham. Namun apakah manajemen laba itu mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan masih terdapat hasil penelitian yang berbeda. Disisi lainnya adanya tuntutan regulator untuk pelaksanaan *Corporate Governance* yang harus ada di setiap entitas. Dalam paper ini, dengan pendekatan kuantitatif dilakukan penelitian menggunakan analisis jalur untuk menguji pengaruh manajemen laba pada nilai perusahaan dengan komisaris independen sebagai variabel intervening. Fokus penelitiannya pada komisaris independen sebagai salah satu unsur *Corporate Governance* untuk menguji peran pentingnya di bank umum swasta nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2016. Temuan empiris menunjukkan bahwa manajemen laba secara langsung tidak mempengaruhi nilai perusahaan tetapi secara tidak langsung manajemen laba mempengaruhi Nilai Perusahaan melalui peran komisaris independen tersebut.

Kata kunci: Manajemen laba, Komisaris Independen, Nilai

Abstract

The strong desire of the management of commercial banks to achieve budgeted profit targets has driven the practice of earnings management. This earning management is done by utilizing the existing gaps in accounting principles applicable to financial statement engineering. Management expectations can increase the value of the company as reflected in the company's stock price and at the same time provide shareholder wealth. But whether the earnings management is able to increase the value of a company there are still results of different research. On the other hand, there are regulatory demands for Corporate Governance implementation that must exist in every entity. In this paper, using quantitative approach, research uses path analysis to test the effect of earnings management on firm value with independent commissioner as intervening variable. The focus of his research on independent commissioners as one of the elements of Corporate Governance to examine the important role in national private commercial banks listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2014-2016. The empirical findings show that earnings management does not directly affect the value of the firm but indirectly the earnings management affects the Company's Values through the role of the independent commissioner.

Keywords: Earning Management, Independent Commissioner, Value

PENDAHULUAN

Beberapa dimensi penting yang sering dilakukan manajemen untuk mencapai target usahanya yakni melakukan reposisioning terhadap kondisi yang sedang dihadapi manajemen. Target itu menjadi tanggung jawab manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan yang dijalankan melalui berbagai strategi manajemen. Dalam entitas perbankan ada strategi manajemen sumber dana bank dan strategi manajemen penggunaan dana bank, yang kedua-duanya harus disinergikan. Kedua strategi manajemen tersebut biasanya terjadi ketidaksamaan kepentingan, disatu sisi keinginan manajemen penggunaan dana untuk meningkatkan pinjaman yang diberikan agar pendapatan bunga yang diterima semakin tinggi. Tetapi bagian lain manajemen sumber dana seperti pencapaian target Dana Pihak Ketiga dalam posisi tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan manajemen penggunaan dana.

Bagi manajemen puncak menginginkan target perolehan laba melalui penerimaan bunga atas pinjaman yang diberikan dengan cara meningkatkan out standing pinjaman dan dengan mendorong

penerimaan lain diluar usaha pokok. Kondisi ini cenderung mendorong perilaku oportunistis para manajer sehingga akan menghasilkan informasi keuangan yang tidak realistis. Apabila manajer menginginkan kinerja terlihat lebih bagus daripada kinerja sesungguhnya maka manajer akan menaikkan informasi labanya lebih tinggi dibanding laba sesungguhnya (Sri Sulistyanto, 2008).

Pengelolaan usaha dengan pendekatan manajemen modern menimbulkan pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan perusahaan. Teori agensi ini mendorong terjadinya upaya tercapainya kesejahteraan masing-masing. Sebagaimana yang dikemukakan (Sri Sulistyanto, 2008) bahwa pemilik akan mendorong manajer agar mau bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Pertimbangannya bahwa kesejahteraan pemilik itu juga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Beberapa survei akuntansi menunjukkan bahwa konflik kepentingan dan tekanan manajemen puncak terhadap akuntan internal, auditor, atau konsultan akuntansi adalah penyebab terjadinya praktik manajemen laba dan skandal akuntansi (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011). Apapun yang dijalankan oleh manajemen, ukurannya seberapa besar manajemen mampu meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan pelaksanaan fungsi-fungsi dengan melihat pada nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan secara umum memaksimalkan harga saham, karena nilai perusahaan adalah harga saham perusahaan tersebut (Husnan, 1987).

Penelitian manajemen laba terkini mengungkapkan bahwa manajemen laba dan *good corporate governance* disinergikan untuk menghasilkan kesimpulan terhadap nilai perusahaan. (Herawaty, 2008), (Darwis, 2012), (Emy Wahyu Kristanti dan Maswar Patuh Priyadi, 2016), (Ustman, Subekti, & Ghofar, 2016) dan (Surya Lesmana, 2017) meneliti *Good Corporate Governance* sebagai variabel intervening yang diharapkan bisa memediasi manajemen laba seperti kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen, kualitas audit.

Hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan mengungkapkan kesimpulan yang berbeda, seperti: (Herawaty, 2008), (Surya Lesmana, 2017) bahwa manajemen laba signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan. Sedangkan peneliti yang lain seperti: (Darwis, 2012), (Emy Wahyu Kristanti dan Maswar Patuh Priyadi, 2016), (Ustman et al., 2016) membuktikan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Demikian juga sebagai variabel intervening yang akan memediasi manajemen laba, penelitian (Herawaty, 2008) membuktikan komisaris independen berpengaruh pada nilai perusahaan, sedang Priyadi (2016) *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ternyata hasil-hasil penelitian itu masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian pengaruh manajemen laba pada nilai perusahaan yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah manajemen laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Pertanyaan penelitian atas perumusan masalah tersebut adalah: Apakah komisaris independen memoderasi manajemen laba mempengaruhi nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk memberikan bukti empiris bahwa bagaimana sebenarnya manajemen laba mempengaruhi pada nilai perusahaan.

Hasil-hasil dari penelitian empirik ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama kajian *agency theory* konsekuensinya terhadap nilai perusahaan atau harga saham. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memberikan masukan kepada manajemen perusahaan, praktisi bisnis dan investor dan calon investor dalam upaya memahami perusahaan. Tujuan pengelolaan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga harga saham terdorong naik di pasar modal dan kemakmuran pemegang saham terpenuhi

KAJIAN PUSTAKA

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama setiap pengelola usaha, karena semakin tinggi nilai perusahaan akan diikuti oleh tingginya kemakmuran investor atau pemegang saham. Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada manajemen mengenai persepsi investor mengenai kinerja masa lalu dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Nilai perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Fakta menunjukkan bahwa nilai kekayaan yang ditunjukkan pada neraca tidak memiliki hubungan dengan nilai pasar dari perusahaan. Jika perusahaan laba, akun saldo laba akan naik sehingga otomatis nilai buku ekuitas juga akan naik. Kenaikan nilai buku ekuitas ini menunjukkan peningkatan nilai buku perusahaan yang diikuti dengan peningkatan harga sahamnya (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011).

Manajemen Laba

Manajer dalam bisnis sebagai pengelola perusahaan yang karena statusnya manajer lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan pada masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Karena itu, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai realitas perusahaan kepada pemilik. Realitas yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi dalam bentuk laporan keuangan. Tetapi kenyataan ini terdapat ketimpangan informasi yang dimiliki manajer sebagai pengelola dengan pemilik perusahaan. Kecenderungan ini memberi peluang manajer menjalankan manajemen laba.

Ketidakeimbangan penguasaan informasi akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (*earnings management*) dalam rangka menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Manajer juga karena tugasnya seharusnya mengupayakan pencapaian target perusahaan sebagai prestasi kinerjanya, terutama dalam wujud pencapaian laba. Karena laba itulah yang memberikan kesejahteraan bagi para investor sebagai kompensasi atas investasinya. Manajemen laba dalam setiap perusahaan merupakan upaya manajerial untuk mengintervensi informasi dalam laporan keuangan dengan cara memanfaatkan kebebasan memilih dan menggunakan metode akuntansi.

Fisher dan Rosenzweig yang dikutip (Sri Sulistyanto, 2008) bahwa Manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan/menurunkan laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan/penurunan keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang. Harapannya bahwa dengan campur tangan manajerial dalam laporan keuangan memberikan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Bisa juga terjadi manajemen laba memberikan dampak yang negatif, (Herawaty, 2008) menemukan penggunaan *earning management* akan menurunkan nilai perusahaan. Penemuan lain bahwa manajemen laba dengan pola *income decreasing* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, dan pola *income increasing* berpengaruh positif pada nilai perusahaan (Surya Lesmana, 2017).

Hipotesa 1 : Manajemen Laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Komisaris Independen

Secara umum Dewan Komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan. Hal ini penting mengingat adanya kepentingan dari manajemen untuk melakukan manajemen laba yang berdampak pada berkurangnya kepercayaan investor. Untuk mengatasinya dewan komisaris diperbolehkan untuk memiliki akses pada informasi perusahaan.

Corporate governance yang merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan menerima *return* atas dana yang telah mereka investasikan. Peran komisaris independen sangat diperlukan dalam upaya mengelola perusahaan. Komisaris Independen dapat berfungsi untuk mengawasi jalannya perusahaan dengan memastikan bahwa informasi keuangan dapat mencerminkan realitas yang sesungguhnya. Pasal 5 PBI No.8/4/PBI/2006 menjelaskan Komisaris Independen, (1) Dewan Komisaris terdiri atas Dewan Komisaris dan Komisaris Independen, (2) Paling kurang 50% dari jumlah anggota dewan komisaris adalah Komisaris Independen. Dalam *good corporate governance* ditekankan pentingnya keberadaan komite audit dan komisaris independen (Sri Sulistyanto, 2008).

Dalam upaya mengelola perusahaan dengan mengikuti aturan umum *Good Corporate Governance*, peran Komisaris Independen, sangat diperlukan. Komisaris Independen dapat berfungsi untuk mengawasi jalannya perusahaan dengan memastikan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan praktek-praktek transparansi, disklosure, kemandirian, akuntabilitas dan praktek keadilan menurut ketentuan yang berlaku. (Ujiyantho & Agus Pramuka, 2007) mengutip Cornett et al., (2006), menemukan adanya pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap penurunan *discretionary accruals* sebagai ukuran dari manajemen laba.

Hipotesis 2: Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui komisaris independen

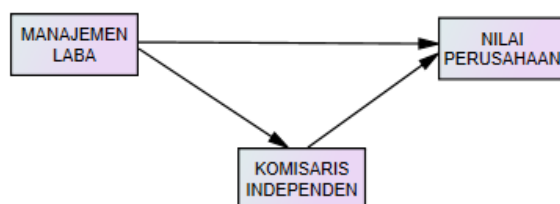
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian analisis jalur atau *path analysis* yang ingin mencari informasi peran variabel mediator atau intervening, sebagaimana pernyataan Ghozali (2013) yang mengutip

Baron dan Kenny (1986) bahwa suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (independen) dan variabel kriterion (dependen).

Dalam penelitian ini menggunakan obyek perbankan di Indonesia dengan populasi seluruh Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Obyek Bank Umum Swasta Nasional dalam periode tersebut ada sebanyak 19 Bank sebagai sampel dengan pengamatan sebanyak 57 item. Sampel penelitian ditarik dengan pendekatan *purposive sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan audit akhir tahun yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2014-2016.

Dengan Variabel penelitiannya meliputi manajemen laba sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta komisaris independen sebagai variabel intervening. Penelitian ini akan mengamati pengaruh variabel komisaris independen sebagai variabel intervening dengan model penelitian analisis jalur atau *path analysis* sebagai berikut :



Gambar 1 Model Penelitian

Koefisien jalurnya merupakan standardized koefisien regresi yang dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan (Ghozali, 2016). Dalam model penelitian tersebut dua persamaannya sebagai berikut:

Persamaan struktural 1 : $KI = \alpha + p2 ML + e1$

Persamaan struktural 2 : $NP = \alpha + p1 ML + p3 KI + e1$

Keterangan:

- KI = Komisaris Independen
- ML = Manajemen Laba
- NP = Nilai Perusahaan
- e = error

Dalam model penelitian tersebut manajemen laba menggunakan *Modified Jones Model* yakni dalam perusahaan dilihat dengan cara adanya nilai Akrual Diskresioner sebagai indikator deteksi manajemen laba (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011).

$TA_{it} = N_{it} - CFO_{it}$ (1)

Nilai total accrual (TA) yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS sebagai berikut:

$TA_{it}/A_{it-1} = \beta1 (1 / A_{it-1}) + \beta2 (\Delta R_{evit} / A_{it-1}) + \beta3 (PPE_{it} / A_{it-1}) + e_{it}$ (2)

Dengan menggunakan koefisien regresi di atas nilai non discretionary accruals

(NDA) dapat dihitung dengan rumus :

$NDA_{it} = \beta1 (1 / A_{it-1}) + \beta2 (\Delta R_{evit} / A_{it-1} - \Delta R_{ecit} / A_{it-1}) + \beta3 (PPE_{it} / A_{it-1})$ (3)

Selanjutnya discretionary accrual (DA) dapat dihitung sebagai berikut:

$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it}$ (4)

Keterangan :

- TA_{it} = Total akrual perusahaan i pada periode ke t
- N_{it} = Laba bersih perusahaan i pada periode ke t
- CFO_{it} = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode ke t
- A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada periode ke t-1
- ΔR_{evit} = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode ke t
- PPE_{it} = Aktiva tetap perusahaan pada periode ke t
- NDA_{it} = Non Discretionary Accruals perusahaan i pada periode ke t
- ΔR_{ecit} = Perubahan piutang perusahaan i pada periode ke t
- DA_{it} = Discretionary Accruals perusahaan i pada periode ke t
- e_{it} = error

Nilai perusahaan yang merupakan kinerja fundamental perusahaan dengan memperhatikan perolehan keuntungan perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan rumusan Tobin's Q.

$$Tobin's Q = \frac{Total\ Market\ Value + Total\ Book\ Value\ of\ Liabilities}{Total\ Book\ value\ of\ Assets}$$

Sedangkan Komisaris Independen sebagai variabel intervening adalah Anggota Komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham dan atau hubungan keluarga dengan Anggota Komisaris lainnya, Direksi dan atau Pemegang Saham pengendali atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak secara independen (Panduan Bagi Komisaris dan Direksi). Komisaris independen diukur dengan menggunakan indikator proporsi anggota Dewan Komisaris paling kurang 50% dari jumlah anggota Komisaris adalah Komisaris Independen (PBI Nomor : 8/4/PBI/2006).

Statistik deskriptif dalam penelitian digunakan untuk memberikan informasi pada karakteristik variabel-variabel penelitian. Variabel penelitiannya meliputi manajemen laba sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta komisaris independen sebagai variabel intervening. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian (Augusty Ferdinand, 2006:289).

Data penelitian ini berdistribusi normal dengan data residualnya yang mengikuti garis diagonalnya dalam grafik. Sedangkan titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik plot yang menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai *Durbin-Watson* menunjukkan nilai lebih besar dari nilai tabel *Durbin-Watson* batas atas yang menandakan tidak ada problem autokorelasi. Model terbebas dari multikolinearitas dengan nilai tolerance semua variabel bebas berada dibawah 1 dan nilai VIF jauh di bawah angka 10.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik deskriptif seperti pada tabel 1 berguna memberikan informasi terkait dengan variabel penelitian yang meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan penyimpangan.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen Laba	57	-0.65	0.24	-0.1949	0.19866
Komisari Independen	57	0.33	0.8	0.5781	0.1128
Nilai Perusahaan	57	0.88	1.23	1.0053	0.7973
Valid N (listwise)	57				

Deskriptive Statistics pada tabel 1 memberikan informasi mengenai variabel-variabel yang sedang diteliti. Pertama, manajemen laba mempunyai nilai minimum -0,65; nilai maksimum 0,24 ; nilai rata-rata – 0,1949 dengan standar deviasi sebesar 0,1986. Nilai deviasi standar manajemen laba diatas nilai rata-ratanya yang menandakan manajemen laba yang ada di perusahaan yang diteliti tergolong manajemen laba *income increasing*. Kedua, komisaris independen mempunyai nilai minimum 0,33 ; nilai maximum 0,80 ; nilai rata-rata 0,5781 dengan standar deviasi 0,1128. Nilai deviasi standar komisaris independen dibawah nilai rata-ratanya yang menandakan tidak adanya fluktuasi komisaris independen yang menjadi sampel penelitian. Ketiga, nilai perusahaan mempunyai nilai minimum 0,88 ; nilai maximum 1,23 ; nilai rata-rata 1,0053 dengan standar deviasi 0,7973. Nilai deviasi standar lebih kecil dari nilai rata-ratanya yang menandakan tidak adanya fluktuasi nilai perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Selanjutnya analisis regresi dalam model penelitian mensyaratkan adanya pengujian asumsi yang meliputi pengujian normalitas residual, tidak adanya problem heteroskedastisitas dan autokorelasi pada residual (Yamin, 2009). Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS, pengujian asumsi tersebut memenuhi persyaratan asumsi.

Hasil analisis regresi yang disajikan pada tabel 2, uji t tersebut untuk mengukur pengaruh Manajemen Laba terhadap Komisaris Independen yang pengukurannya menggunakan nilai *p-value*. Menurut (Ghozali, 2016) bahwa Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Pada Tabel 2, nilai *standardized coefisien beta* variabel

manajemen laba sebesar $-0,265$ dengan tingkat signifikansi dengan nilai p -value sebesar $0,046 < 0,05$ yang berarti manajemen laba signifikan mempengaruhi komisaris independen. Nilai koefisien *standardized coefisien beta* $-0,265$ merupakan nilai jalur manajemen laba ke komisaris independen.

Tabel 2 Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.549	0.02		26.828	0.000
Manajemen Laba	-0.15	0.074	-0.265	-0.037	0.046

a. Dependen variable: Komisaris Independen

Sedangkan hasil analisis regresi pada tabel 3, uji t tersebut untuk mengukur pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan melalui komisaris independen sebagai variabel intervening. Pada tabel 3, nilai *standardized coefisien beta* variabel manajemen laba sebesar $0,028$ dengan tingkat signifikansi nilai p -value sebesar $0,835 > 0,05$ yang berarti manajemen laba tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai koefisien *standardized coefisien beta* $0,028$ merupakan nilai jalur manajemen laba ke nilai perusahaan. Dan nilai *standardized coefisien beta* variabel komisaris independen sebesar $0,35$ dengan tingkat signifikansi dengan nilai p -value sebesar $0,011 < 0,05$ yang berarti komisaris independen signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai koefisien *standardized coefisien beta* $0,35$ merupakan nilai jalur komisaris independen ke nilai perusahaan. Hasil analisis jalur penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, dan komisaris independen signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Tabel 3 Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.864	0.053		16.207	0.000
Manajemen Laba	0.011	0.053	0.028	0.209	0.835
Komisaris Independen	0.247	0.094	0.35	2.641	0.011

a. Dependen variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan gambar model jalur di model penelitian tersebut terdapat dua hubungan, yakni hubungan langsung manajemen laba terhadap nilai perusahaan dan hubungan tidak langsung manajemen laba terhadap nilai perusahaan melalui komisaris independen. Dengan analisis jalur pada model penelitian diatas, pertama bahwa bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kedua manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui komisaris independen.

Pengaruh langsung manajemen laba pada nilai perusahaan sebesar $0,028$, sedangkan pengaruh tidak langsung manajemen laba pada nilai perusahaan melalui komisaris independen sebesar $-0,093$ (yakni $-0,265 \times 0,35$). Total pengaruh manajemen laba ke nilai perusahaan sebesar $-0,065$.

Pengujian hipotesis pertama

Hasil pengujian pertama memberikan informasi bahwa manajemen laba tidak berpengaruh pada nilai perusahaan bank umum swasta nasional dengan tingkat signifikansi p -value $0,835 > 0,05$. Dari sampel penelitian sebanyak 19 entitas bank umum swasta nasional dengan 57 pengamatan mengindikasikan sebagian besar sampel melakukan manajemen laba. Dengan tingkat prosentase $85,96\%$ data memiliki *Non Descretionary Accruals* (NDA) dengan nilai diatas 0 yang artinya melakukan manajemen laba cenderung menggunakan strategi meningkatkan laba. Terdapat $12,28\%$ data yang diamati memiliki nilai *Non Descretionary Accruals* (NDA) dibawah nol atau negatif yang artinya perusahaan melakukan manajemen laba cenderung menggunakan strategi penurunan laba. Dan hanya ada $1,75\%$ data yang diamati memiliki *Non Descretionary Accruals* (NDA) nihil artinya perusahaan tidak melakukan manajemen laba.

Sesuai dengan pandangan yang dikemukakan (Sri Sulistyanto, 2008) manajemen laba sebagai aktivitas yang lumrah dilakukan manajer dalam menyusun laporan keuangan, apalagi jika upaya rekayasa manajerial ini dilakukan dalam ruang lingkup prinsip akuntansi. Seperti juga yang dikutip (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011) dari Amat, dan Gowthorpe (2004) bahwa *creative*

accounting merupakan transformasi informasi keuangan dengan menggunakan pilihan metode, estimasi dan praktik akuntansi yang diperbolehkan oleh standar akuntansi.

Manajer melakukan manajemen laba tetapi manajemen laba yang dilakukan itu tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan. Walaupun manajer melakukan upaya *income increasing* tetapi harga saham sampai tutup bursa efek tidak mengalami kenaikan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, antara lain yang dilakukan oleh (Darwis, 2012), (Emy Wahyu Kristanti dan Maswar Patuh Priyadi, 2016), dan (Ustman et al., 2016). Laba yang diterbitkan oleh perusahaan di BEI tidak direspon positif oleh pasar sehingga harga pasar saham pada penutupan akhir tahun ditutup dengan harga rendah dari harga pembukaan. Dari sisi ini investor sebagai penanam modal merasakan tidak terakomodasi kemakmurannya oleh manajemen perusahaan. Sejalan dengan pernyataan (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011) banyak orang memberikan pendapat bahwa informasi laporan keuangan perusahaan *go public* hanyalah formalitas, karena informasinya tidak tercermin pada harga sahamnya.

Nilai perusahaan dengan harga saham di bursa efek merupakan dua hal yang berbeda, walaupun nilai perusahaan naik yang didorong kenaikan laba tetapi harga saham tidak bergerak naik karena secara teknikal harga saham dipengaruhi kekuatan permintaan dan penawaran saham tersebut.

Pengujian hipotesis kedua:

Hasil pengujian hipotesis kedua memberikan informasi bahwa manajemen laba berpengaruh pada komisaris independen dengan tingkat signikansi *p-value* $0,046 < 0,05$ dan komisaris independen juga berpengaruh pada nilai perusahaan dengan tingkat signikansi *p-value* $0,011 < 0,05$. Dengan hasil penelitian itu terbukti bahwa manajemen laba signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan melalui komisaris independen.

Hasil penelitian itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Herawaty,2008) membuktikan bahwa Komisaris Independen, Kualitas Audit dan Kepemilikan Institusional merupakan variabel pemoderasi antara *earnings management* terhadap nilai perusahaan. Dengan kearifan komisaris independen yang mampu menjalankan fungsi sebagai pengawas dan pengendali manajemen bisa memberikan sinyal informasi ke bursa efek.

Tetapi berbeda dengan penelitian (Emy Wahyu Kristanti dan Maswar Patuh Priyadi, 2016) bahwa GCG tidak mampu memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Dalam praktik manajemen laba memang terdapat kecenderungan manajemen laba yang dilakukan bermuara pada peningkatan laba perusahaan, karena manajemen mempunyai kepentingan dengan laba perusahaan. Kepentingan manajer merupakan motivasi manajemen melakukan manajemen laba (Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, 2011) diantaranya: motivasi bonus, motivasi utang, motivasi pajak, dan motivasi penjualan saham.

Dengan model penelitian tersebut diatas, terbukti bahwa ketika manajer ingin meningkatkan nilai perusahaan tidak dapat langsung manajemen menjalankan kebijakan tersendiri. Ada fungsi-fungsi lain dalam organ perusahaan tersebut yang harus juga berperan yang melakukan pengawasan dan pengendalian operasional perusahaan yakni komisaris independen. Peran komisaris independen yang ikut memberikan penilaian terhadap laporan kinerja manajer sehingga dapat memberikan sinyal yang positif terhadap nilai perusahaan dan harga saham di bursa efek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan hasil analisis atas sampel 19 entitas bank umum swasta nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Pembahasan yang telah diuraikan mengenai variabel Manajemen Laba, Nilai Perusahaan dan Komisaris Independen sebagai variabel intervening dengan *Tobin*"w Q dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, Manajemen Laba secara langsung tidak berpengaruh pada nilai perusahaan Bank Umum Swasta Nasional. Kedua, Manajemen laba secara tidak langsung signifikan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Bank Umum Swasta Nasional melalui Komisaris Independen sebagai variabel intervening.

Dengan keterbatasan variabel intervening yang dipakai dalam penelitian ini dengan tingkat *R Square* sebesar 11,80% maka untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel Komite Audit. Karena Komite Audit itu sebagai sistim pengawasan dan pengendalian yang efektif. Dan Komisaris Independen dan Komite Audit itu merupakan unsur *Good Corporate Governance* yang telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/14/PBI/2006 dan Peraturan Bank Indonrsia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Darwis, H. (2012). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mekanisme Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol.16, No.1 Januari 2012, Hlm. 45–55, 16(1), 45–55.*
- Dedhy Sulistiawan, Yeni Januarsi, L. A. (2011). *Creative Accounting Mengungkap Manajemen Laba dan Skandal Akuntansi* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Emy Wahyu Kristanti dan Maswar Patuh Priyadi. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *Ilmu Dan Riset Akuntansi, 5(3), 1–16.*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 10*, PP.97-108. <https://doi.org/10.9744/jak.10.2.pp.97-108>
- Husnan, S. (1987). *Manajemen Keuangan, Teori dan Penerapan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sri Sulistyanto. (2008). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris* (1st ed.). Jakarta: Grasindo.
- Surya Lesmana, M. S. (2017). Pengaruh Manajemen Laba Pada Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 19(Vol.19.2. Mei (2017): 1060-1087 PENGARUH), 1060–1087.*
- Ujiyantho, M. A., & Agus Pramuka, B. (2007). Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan (studi pada perusahaan go publik sektor manufaktur). *Simposium Nasional Akuntansi X*, (Juli), 1–26.
- Ustman, Subekti, I., & Ghofar, A. (2016). Analisis pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan sebelum dan saat implementasi ifrs. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1), 49–61.*
- Yamin, S. (2009). *SPSS COMPLETE, Teknik Analisis Statistik Terlengkap*. (Ishardini Dewi J, Ed.) (pertama). Jakarta: Salemba Empat.

Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan

Randi Bayu Agusta¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : randibayuagusta@gmail.com

Sukma Irdiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email : sukmapasah@gmail.com

Mokhmad Taufik³
STIE Widya Gama Lumajang
email : mtaufikwiga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen secara parsial dan simultan terhadap harga saham perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan ILQ45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2011-2015. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian diambil secara *nonprobability sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *sampling purposive* sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Sedangkan untuk variabel struktur modal dan kebijakan dividen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Untuk uji F disimpulkan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen secara simultan signifikan terhadap harga saham. Dari uji yang dilakukan R^2 menunjukkan bahwa determinan sebesar 0,146. Hasil ini berarti bahwa 14,6% variabel dependen yaitu harga saham dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu profitabilitas, struktur modal dan kebijakan dividen, sedangkan sisanya sebesar 84,6% harga saham dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lain diluar model.

Kata kunci : ROE, DER, DPR, Harga Saham

Abstract

This study aims to determine the profitability, capital structure, dividend policy partially and simultaneously to the company's stock price. This research was conducted on ILQ45 companies listed on the Indonesia stock exchange (IDX) for the period 2011-2015. The sampling technique used in sampling is nonprobability sampling, and the chosen technique is purposive sampling while the research method in this study is Multiple Linear Regression. The results show that partially the profitability variable has a significant effect on stock prices. Whereas for capital structure variables and dividend policy there is no significant effect on stock prices. From the calculations performed R^2 shows that the determinant is 0.146. The results mean that 14.6% of the dependent variable is the price can be used by independent variables, namely profitability, capital structure and dividend policy, while the remaining is 84.6%.

Keywords: ROE, DER, DPR, Share Prices

PENDAHULUAN

Investasi merupakan kegiatan yang sekarang banyak dilakukan di Indonesia. Arti dari investasi itu sendiri adalah menanam modal atau dana pada perusahaan yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi para investor pada masa mendatang. Di dalam investasi terdapat berbagai macam jenis dan bentuk salah satunya adalah investasi saham. Saham merupakan dokumen berharga yang di keluarkan perusahaan yang berisi kepemilikan atas aset-aset perusahaan tersebut. Pada dasarnya kegiatan investasi sendiri memiliki tujuan utama yaitu untuk mendapatkan keuntungan dari modal yang ditanamkan pada perusahaan dimasa datang. Obyek pada penelitian ini yaitu perusahaan-perusahaan yang masuk kedalam kategori Indeks LQ45 periode 2011-2015 yang terdapat di bursa efek Indonesia dikarenakan indeks LQ45 merupakan indeks yang terdiri 45 saham terpilih yang mempunyai likuiditas tinggi sehingga mudah untuk diperdagangkan. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen terhadap harga saham perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen secara parsialmaupun simultan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan ILQ45 di bursa efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2015.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Harga Saham

Menurut Kesuma (2009:40 dalam Clarenaiaetal, 2011:78) harga saham adalah nilai nominal penutupan (*closingprice*) dari penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas yang berlaku secara regular dipasar modal indonesia. Husnan ,(2005:279), mengatakan analisis saham bertujuan untuk mencari nilai intrinsic suatu saham,lalu membandingkan harga pasar saat ini dari saham tersebut.Nilai intrinsik menunjukkan *present value* arus kas yang diinginkan dari saham tersebut. Pedoman yang digunakan antara lain: (1) apabila nilai intrinsik >harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai *undervalued* (harganya terlalu rendah), dan karenanya seharusnya dibeli atau ditahan apabila saham tersebut telah dimiliki. (2) apabila nilai intrinsik<hargapasar saat ini, maka saham tersebut dinilai *overvalued* (harga terlalu mahal), dan karenanya harus dijual. (3)apabila nilai intrinsik= hargapasar saatini,makasaham tersebutdinilai wajar harganya dan berada dalam kondisi keseimbangan (A. P. Retnani, Shafira, & Dwi, 2017).

Rasio Keuangan

Rasio keuangan atau *financial ratio* ini sangat penting gunanya untuk melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan. Bagi investor jangka pendek dan menengah pada dasarnya lebih banyak tertarik kepada keadaan keuangan jangka pendek dan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen yang memadai. Informasi tersebut dapat diketahui dengan cara yang lebih sederhana yaitu dengan menghitung rasio-rasio keuangan yang sesuai dengan keinginan (Fahmi, 2014:51).

Profitabilitas

Profitability ratio menghitung kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dengan memakai sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Terdapat beberapa cara untuk menghitung besar kecilnya profitabilitas, salah satunya adalah:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

ROEmenggambarkan kesanggupan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan setelah pajak dengan memakai dana sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham, untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi penggunaan dana sendiri yang digunakan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin besar rasio ini berarti semakin efisien memakai dana sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Struktur Modal

“Struktur modal (*capital structure*) berhubungan dengan pembelian jangka panjang suatu perusahaan yang dihitung dengan membandingkan utang jangka panjang dengan modal sendiri. Teori struktur modal menjelaskan apakah kebijakan pembelanjaan jangka panjang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, biaya modal perusahaan dan harga pasar saham perusahaan” (Sudana, 2015:164). Prastowo (2015:79-82), struktur modal dibagi menjadi 4 (empat) bagian, salah satunya yaitu:

Debt-to-Equity Ratio

Dalam rangka mengukur resiko, fokus perhatian kreditor jangka panjang terutama ditujukan pada prospek laba dan perkiraan arus kas. Meskipun demikian, mereka tidak bisa menghiraukan pentingnya tetap mempertahankan keseimbangan antara ukuran aktiva yang didanai oleh kreditor dan yang didanai oleh pemilik perusahaan. Rumus yang dipakai dalam mencari *debt to equity ratio* (DER) sebagai berikut:

$$\text{Debt-to-Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

Kebijakan Dividen

Sartono (2008:281), mengatakan “Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang didapatkan perusahaan akan diberikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa datang”. Kebijakan dividen dibagi menjadi 4 (empat) (Hadi, 2015:133-135) salah satunya yaitu:

Dividen Payout Ratio (DPR)

Dividend payout ratio (DPR) merupakan iktikan manajemen untuk membagi kinerjanya untuk para pemegang saham (Robert Ang, dalam Hadi, 2015)*Dividend payout ratio* (DPR) diperoleh dari perbandingan antara *dividend per share* (DPS) dengan *earning per share*. Di sini, perspektif yang dilihat yaitu pertumbuhan *dividen per share* (DPS) terhadap pertumbuhan *earning per share* (EPS). Untuk menentukan *dividen payout ratio* (DPR) dapat digunakan rumus:

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{DPS}{EPS}$$

Penelitian Terdahulu

Fatimah & Satrio, (2017), dengan judul Pengaruh CR, DER dan ROE Terhadap Harga Saham. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *Current ratio* berpengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia, *Debt to equity ratio* berpengaruh terhadap perubahan harga saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia, *Return on equity* berpengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia.

Henny, Amalia (2010), dengan judul Analisis Pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Investment*, dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *Earning per Share* (EPS) dan *Return on Investment* (ROI) berpengaruh terhadap harga saham perusahaan farmasi, kemudian *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak mempunyai pengaruh bermakna terhadap variabel harga saham perusahaan farmasi.

Zuliarni (2012), dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Mining And Mining Service Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Model analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara ROA dan harga saham, terdapat pengaruh yang signifikan antara PER dan harga saham, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara DPR dan harga saham.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif artinya sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, dipakai untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2015:35-36).

Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI).

Populasi dan Sampel Penelitian

Objek yang diteliti penulis dalam penelitian ini yaitu perusahaan-perusahaan ILQ45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2011-2015. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah bursa efek Indonesia.

Metode Analisis

Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. "Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)" (Sugiyono, 2015:92-93).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi sebagai kajian hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan

Tabel 1. Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	.720	.023		30.713	.000		
	ROE	.183	.057	.363	3.206	.002	.937	1.067
	DER	.008	.020	.043	.373	.710	.922	1.085
	DPR	-.010	.034	-.034	-.298	.767	.906	1.104

a. Dependent Variable:
 HRG_SMH

Sumber Data: Data sekunder diolah 2018.

Hipotesis Pertama

Berdasarkan tabel didapatkan hasil estimasi variabel ROE sebesar nilai $t_{hitung} = 3,206$, dengan signifikansi 0,002 . dengan menggunakan batasan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,99300$. Hal ini berarti $t_{hitung} (3,206) < t_{tabel} (1,99300)$, dan $sig (0,002) < \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (dalam ROE) memiliki pengaruh positif terhadap harga saham. Dengan demikian berarti hipotesis pertama H_a diterima.

Hipotesis Kedua

Dari hasil estimasi variabel struktur modal (DER) diperoleh $t_{hitung} = 0,373$, dengan signifikansi 0,710. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,99300$. Hal ini berarti $t_{hitung} (0,373) \leq t_{tabel} (1,99300)$, dan $sig (0,710) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel struktur modal (dalam DER) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua H_0 diterima.

Hipotesis Ketiga

Dari hasil estimasi variabel DPR diperoleh nilai $t_{hitung} = -0,298$ dengan signifikansi 0,767. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,99300$. Hal ini berarti $t_{hitung} (-0,298) \leq t_{tabel} (-1,99300)$, dan $sig (0,767) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen (dalam DPR) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Dengan demikian berarti hipotesis ketiga H_0 diterima.

Tabel 2. Hasil Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.037	3	.012	4.061	.010 ^a
	Residual	.215	71	.003		
	Total	.251	74			

a. Predictors: (Constant), DPR, ROE, DER

b. Dependent Variable: HRG_SMH

Sumber Data: Data sekunder diolah 2018.

Hipotesis Keempat

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa model persamaan ini memiliki nilai F_{hitung} sebesar 4,061 dan dengan tingkat signifikansi 0,010. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} sebesar 2,73. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel} (4,061 > 2,73)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,010 yang berada dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen secara simultan signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45.

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.383 ^a	.146	.110	.05498	1.925

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.383 ^a	.146	.110	.05498	1.925

a. Predictors: (Constant), DPR, ROE, DER

b. Dependent Variable: HRG_SMH

Sumber Data: Data sekunder diolah 2018.

Pada tabel menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *R Square* sebesar 0,146. Hasil ini berarti bahwa 14,6% variabel dependen yaitu harga saham dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu profitabilitas, struktur modal dan kebijakan dividen, sedangkan sisanya sebesar 85,4% harga saham dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lain diluar model diantaranya keputusan investasi, pajak, keputusan pendanaan.

Pembahasan

Hipotesis Pertama

Hasil pengujian hipotesis pertama menyebutkan bahwa profitabilitas (dalam ROE) berpengaruh secara positif terhadap harga saham perusahaan. Rasio ini menguji sejauh mana suatu perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atau ekuitas. Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menghasilkan laba bersih. Dengan kata lain, *return on equity* dipakai dalam menghitung seberapa besar jumlah keuntungan bersih yang akan diperoleh dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. *Return on equity* dihitung dengan membagi keuntungan bersih terhadap ekuitas. Jika *Return on equity* (ROE) semakin tinggi itu menunjukkan tingkat pendapat perusahaan tinggi dan itu menunjukkan perkembangan yang bagus. Meskipun nilai ROE berubah-ubah, investor akan berpikiran perusahaan beroperasi dengan baik sehingga ROE meningkat, maka harga saham akan meningkat. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang diperoleh dari setiap rupiah yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah keuntungan bersih yang diperoleh dari setiap rupiah modal yang diinvestasikan dalam ekuitas. Hasil pengujian menyatakan bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan (dalam hal ini adalah ROE) akan mengakibatkan harga saham perusahaan tinggi, dan sebaliknya jika penurunan tingkat profitabilitas (ROE) perusahaan akan mengalami penurunan terhadap harga saham.

Hipotesis Kedua

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45. Semakin tinggi *debt to equity ratio* maka berarti semakin kecil modal pemilik yang bisa digunakan sebagai jaminan utang. Kemudian *debt to equity ratio* ini dipakai untuk mengawasi apa yang dilakukan oleh investor perusahaan yang dipakai untuk menjamin kemakmuran para pemegang saham, pengaruh *debt to equity ratio* sebagai pengawas ditekan melalui *debt to equity ratio* yang cukup besar dalam pasar modal. Tingkat DER yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor perusahaan sehingga bisa mengurangi perilaku *oportunistik* manajer dan DER. Kemudian didukung dengan teori Hanafi, (2011:313-314), secara spesifik perusahaan mempunyai urutan preferensi dalam penggunaan dana. Sekenario urutan dalam *pecking order theory* adalah sebagai berikut ini: Perusahaan memilih pendanaan internal. Dana internal tersebut didapat dari laba (keuntungan) yang didapatkan dari kegiatan perusahaan. Perusahaan mengukur target rasio pembayaran didasarkan pada perkiraan investasi. Perusahaan berusaha menghindari perubahan dividen yang tiba-tiba maksudnya, pembayaran dividen diupayakan konstan atau akalu berubah tidak secara gradual dan tidak berubah dengan signifikan.

Hipotesis Ketiga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45 (dalam hal ini adalah DPR). *Dividen payout ratio* hanya bisa mempengaruhi saham jika pemodal tidak ada pilihan lain untuk menerima penghasilan dari investasinya, dividen dianggap merugikan pemodal karena adanya perbedaan perlakuan pajak antara dividen dan *capital gain*. Dalam kondisi ideal harga saham perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh kebijakan dividen karena kebijakan dividen tidak memiliki hubungan dengan harga saham karena kebijakan dividen hanyalah pilihan strategi pembayaran. Kebijakan dividen sendiri tidak

bisa menaikkan dividen pada tanggal tertentu dengan tetap mempertahankan agar dividen tetap sama di seluruh tanggal lainnya. Bahkan, kebijakan dividen hanyalah menetapkan *trade-off* diantara dividen pada waktu tertentu dan dividen pada waktu lainnya. Pada saat ini mempertimbangkan mengenai nilai waktu, nilai sekarang dan arus dividen tidak berubah. Oleh karena itu, kebijakan dividen tidak begitu penting karena, baik para manajer memilih untuk menaikkan maupun menurunkan dividen sekarang. Kemudian didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Merton Miller dan Franco Modigliani (MM). Menurut *dividend irrelevance theory*, kebijakan dividen tidak mempengaruhi harga pasar saham perusahaan atau nilai perusahaan. Modigliani dan Miller berpendapat bahwa, nilai perusahaan dapat ditentukan oleh kesanggupan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan (*earning power*) dan risiko bisnis, sedangkan bagaimana cara membagi arus pendapatan menjadi dividen dan laba ditahan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Asumsi yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller adalah:

1. Tidak ada pajak atas pendapatan perusahaan dan pendapatan pribadi.
2. Tidak ada biaya emisi atau biaya transaksi saham.
3. Leverage keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap biaya modal.
4. Investor dan manajer memiliki informasi yang sama tentang perkembangan perusahaan.
5. Pendistribusian pendapatan antara dividen dan laba ditahan tidak berpengaruh terhadap biaya modal sendiri.
6. Kebijakan penganggaran dana independen dengan kebijakan dividen.

Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen secara simultan signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen berpengaruh secara simultan signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45. Artinya jika ketiga variabel tersebut meningkat secara bersama-sama akan meningkatkan harga saham perusahaan. Kejadian ini sangat menarik untuk laporan keuangan dimana dalam keadaan parsial dari ketiga variabel yang ada yaitu profitabilitas, struktur modal, dan kebijakan dividen hanya profitabilitas yang berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, sedangkan kedua variabel lainnya yaitu struktur modal dan kebijakan dividen tidak berpengaruh secara parsial signifikan terhadap harga saham. Namun saat diuji secara simultan ketiga variabel tersebut menunjukkan pengaruh terhadap harga saham, walau nilai pengaruhnya tidak terlalu besar. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kenaikan atau penurunan profitabilitas, struktur modal, dan kebijakan dividen akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan ILQ45. Terbukti di dalam hipotesis keempat ini berarti profitabilitas, struktur modal, dan kebijakan dividen secara bersama-sama merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh pemilik perusahaan untuk menetapkan harga saham perusahaan. Pemilik perusahaan dalam menetapkan harga saham dapat melihat dari ketiga variabel diatas secara bersama-sama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

- a. Pengujian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan profitabilitas terhadap harga saham perusahaan ILQ45, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45.
- b. Pengujian hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan struktur modal terhadap harga saham perusahaan ILQ45, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45.
- c. Pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan kebijakan dividen terhadap harga saham perusahaan ILQ45, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perusahaan ILQ45.
- d. Pengujian hipotesis keempat yang menyatakan terdapat pengaruh secara simultan signifikan profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen terhadap harga saham perusahaan ILQ45, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen berpengaruh terhadap harga saham perusahaan ILQ45.

Saran

Bagi Investor

Sebelum memberikan atau menanamkan modal kepada perusahaan, terlebih dahulu sebaiknya para investor dan calon investor melihat rasio profitabilitas, struktur modal dan kebijakan dividen yang dapat dilihat pada laporan perusahaan tersebut. Hal ini bertujuan agar nantinya para investor dan calon investor tidak salah dalam menentukan perusahaan mana yang akan diinvestasikan karena sudah mendapatkan informasi terlebih dahulu dari laporan keuangan dari masing-masing perusahaan agar nantinya pihak investor dapat mengambil keputusan yang tepat untuk melakukan investasi serta meminjamkan dananya kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admojo, BagyoTri, Rina Arifati, A. (2016). Pengaruh Rasio Profitabilitas , *Dividen Per Share* , *Earning Per Share* , dan *Return On Equity* Terhadap harga saham perusahaan Manufaktur (Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013). *Journal Of Accounting*, Volume 2 No. 2 Maret 2016, 2 (2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/459> .
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal* (1st ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fatimah, S., & Satrio, R. B. (2017). Pengaruh CR , DER , ROA , dan EPS Terhadap Harga Saham, 6 (April), 1–16. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/3075>
- Hadi, N. (2015). *Pasar Modal* (Edisi 2). Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Hanafi, M. M. (2011). *Manajemen Keuangan* (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Henny, Amalia, S. (2010). Analisis Pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Investment*, dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia, 11, 98–106. <https://anzdoc.com/analisis-pengaruh-earning-per-share-return-on-investment-dan.html> .
- Prastowo, D. (2015). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi* (ketiga). Yogyakarta: SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN.
- Sartono, A. (2008). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sudana, I. made. (2015). *Teori & Praktik Manajemen Keuangan Perusahaan* (2nd ed.). PT. GELORA AKSARA PRATAMA.
- Zuliarni, S. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Mining And Mining Service Di Bursa Efek Indonesia (BEI), 3 (1), 36–48. <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JAB/article/view/909>.

Analisis Total Aset Terhadap Keikutsertaan Amnesti Pajak

Zainal Arifin¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : aanzainalarifin@gmail.com

Abstrak

Penelitian bermaksud membuktikan apakah total aset mempengaruhi wajib pajak dalam mengikuti amnesti pajak. Penelitian kuantitatif ini dilakukan pada 144 wajib pajak inkopshyah dengan menggunakan tehnik regresi logistik dikarenakan fokus penelitian dipengaruhi oleh variabel dalam bentuk *dummy*. Hasil penelitian menunjukkan variabel total aset terbukti mempengaruhi keikutsertaan amnesti pajak. Implikasinya adalah koperasi syari'ah diharapkan setiap penyampaian SPT Tahunan supaya melampirkan laporan keuangan dan informasinya sesuai kenyataanya supaya terhindar dari sanksi pajak.

Kata Kunci : Total Aset, Amnesti Pajak

Abstract

This study intends to prove whether the of size affect the participation of tax amnesty. The of quantitative research study with sample of 144 taxpayers in Cooperative Shari'ah, using logistic regression because the dependent variable categories or dummy. Results showed that variable of size influence to participation tax amnesty. The implication is Shari'ah cooperatives are expected to submit annual tax their financial statement and informastion in to avoid penalties tax.

Keyword : Size, Tax Amnesty

PENDAHULUAN

Amnesti pajak pada saat ini menjadi issue di Indonesia baik di media massa seperti majalah, surat kabar maupun di media sosial. Amnesti pajak diberikan pemerintah kepada semua wajib pajak baik individu maupun wajib pajak badan untuk mendapatkan pengampunan sanksi pajak yang seharusnya dibayar. Pemerintah dalam hal ini dirjen pajak terus berupaya mencari terobosan untuk meningkatkan penerimaan negara yang bersumber dari pajak salah satunya dengan memberlakukan program amnesti pajak, dengan tujuan untuk memberikan kesadaran sukarela terhadap wajib pajak di masa yang akan datang. Tujuan diadakannya amnesti pajak antara lain: untuk mendorong pendapatan negara dari sektor pajak dalam waktu dekat, dan supaya wajib pajak menginvestasikan asetnya yang berada diluar negeri dipindahkan kedalam negeri, sebagai proses perubahan sistem modernisasi perpajakan (Chomsatu, 2016).

Manfaat wajib pajak dalam keikutsertaan program amnesti pajak yaitu wajib pajak tidak diharuskan untuk membayar pajak yang masih terhutang, dibebaskan dari segala denda keterlambatan pelaporan dan pelanggaran hukum dibidang perpajakan, dibebaskan dari pemeriksaan pajak dan dihapusnya pajak bersifat final atas pengalihan aset dalam bentuk tanah atau bangunan serta pajak atas pembagian keuntungan dari pemegang saham (Kumalasari, 2017). Tujuan lain dari program *tax amnesty* adalah untuk mencukupi keperluan negara yang selalu mengalami peningkatan, memperluas basis data wajib pajak, menggali potensi penerimaan pajak dari tiga sumber yaitu ekonomi domestik yang belum dilaporkan (ekonomi bawah tanah), pelarian modal keluar negeri, potensial pembayaran pajak yang belum disetorkan (Yustiari, 2016)

Kegiatan amnesti pajak juga berlaku bagi wajib pajak badan, salah satunya adalah koperasi yang masuk di dalam keanggotaan induk Koperasi Syari'ah (Inkopshyah). Koperasi syari'ah merupakan salah satu lembaga yang menyediakan jasa sebagai perantara antara pemilik modal dalam menyalurkan dana kepada orang pribadi atau badan yang membutuhkan dana dengan berdasarkan prinsip keislaman serta norma – norma agama. Latar belakang penelitian terkait koperasi syariah terletak pada *image* syari'ah yang dimiliki koperasi apakah akan membuat lembaga tersebut menghormati dan mentaati terhadap prinsip islam dan aturan perpajakan khususnya peraturan Tahun 2016 nomor 11 tentang amnesti pajak.

Kondisi target penerimaan pajak yang tiap tahun selalu mengalami peningkatan dan pesatnya perkembangan koperasi syariah merupakan suatu potensi penerimaan yang dapat digali, dalam rangka intensifikasi dan ekstensifikasi perpajakan salah satunya melalui program amnesti pajak. Amnesti pajak adalah suatu pengampunan diberikan kepada setiap warga negara yang bernpwp atau tidak, serta badan tanpa terkecuali yang mempertimbangkan dalam dua hal yaitu ampunan terhadap tunggakan pajak yaitu pemberian pengurangan tarif pajak dari yang seharusnya atas kurang dibayar atau nihil dan dibebaskan dari tuntutan pidana dibidang perpajakan (Tambunan, 2015). Amnesti pajak adalah peraturan dibidang perpajakan yang di desain untuk memberikan stimulus berupa penghapusan pajak penghasilan yang seharusnya dibayar untuk tahun pajak 2015 dan sebelumnya (Ragimun, 2013).

Tingkah laku wajib pajak dalam hal akan memenuhi kewajiban administrasi perpajakan dapat diprediksi salah satunya menggunakan dari komponen besaran total aset . Koperasi dengan tingkat laba yang besar dan total aset yang besar dianggap mempunyai tingkat kepentingan yang besar pula terhadap negaranya (Mardiasmo, 2016). Total aset juga bisa dijadikan suatu komponen yang bisa memperlihatkan sehatnya perusahaan dari sisi keuangan. Keikutsertaan amnesti pajak bagi koperasi yang tergabung dalam Inkopсыh juga dapat dilihat dari jumlah total aset karena aset juga elemen penting yang harus dinyatakan melalui surat kepada kantor pajak jika ingin mendapatkan amnesti pajak (Putri, 2017). Total aset merupakan elemen penting dalam keikutsertaan amnesti pajak. Salah satu faktor yang memicu wajib pajak dalam mengikuti amnesti pajak adalah wajib pajak menginginkan aset yang dimiliki menjadi aman dan kegiatan usahapun menjadi lancar (Setyaningsih & Okfitasari, 2016)

Kebaruan dari riset yang dilakukan ini adalah variabel penelitian menggunakan nilai total aset yang terdapat di laporan keuangan induk koperasi syariah untuk di uji dengan tujuan mengetahui keikutsertaan amnesti pajak dari masing – masing koperasi. Masih sedikit penelitian sejenis yang dilakukan didalam negeri melalui variabel nilai total aset terhadap keikutsertaan amnesti pajak. Sehingga menjadi menarik untuk diteliti dan dibuktikan pada wajib pajak badan khususnya Koperasi Syariah terkait total aset terhadap keikutsertaan wajib pajak terhadap amnesti pajak. Berdasarkan dari uraian pemikiran diatas, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa ide masalah yang ada didalam riset ini adalah mungkinkah total aset akan memengaruhi perilaku wajib pajak terhadap keikutsertaan program amnesti pajak.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Kepentingan

Teori kepentingan adalah Pembagian beban pajak kepada rakyat didasarkan pada kepentingan masing-masing orang. Semakin besar kepentingan seseorang terhadap negara, maka semakin tinggi pajak yang harus dibayar (Mardiasmo, 2016). Para penganut teori ini mengatakan, bahwa negara berhak memungut pajak dari penduduknya, karena penduduk negara tersebut mempunyai kepentingan kepada negara. semakin besar total aset yang dimiliki akan dianggap semakin besar kepentingan kepada negara, maka makin besar pula pajak yang harus dibayar.

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Menurut H.C Kelman dalam (Wijaya & Arisman, 2015) menjelaskan bahwa *compliance theory* diartikan sebagai suatu kepatuhan yang didasarkan pada harapan akan suatu imbalan dan usaha untuk menghindari diri dari hukuman yang mungkin dijatuhkan. Hukuman tersebut berupa sanksi karena ketidakpatuhan. Dengan demikian, teori kepatuhan ini dapat menjadi suatu tolak ukur dalam bidang perpajakan. Tolak ukur ini dapat digunakan terutama dalam hal pelaporan dan pembayaran dalam memenuhi kewajiban administrasi perpajakan.

Perilaku Menyimpang

Kecurangan akuntansi (*fraud*) juga bisa disebut perilaku menyimpang, diantaranya : (1) Salah saji yang timbul dari kecurngan dalam pelaporan keuangan yaitu salah saji atau penghilangan secara sengaja jumlah atau pengungkapan dalam laporan keuangan untuk mengelabui pemakai laporan keuangan. (2) Salah saji yang timbul dari perlakuan tidak semestinya terhadap aktiva (Puspasari, 2012).

Watt and Zimmerman dalam (Sri & Dwi, 2009) Semakin tinggi ukuran perusahaan dianggap sangat sensitif terhadap perilaku menyimpang dalam melaporkan laba.

Tax Amnesty

Tax amnesty adalah suatu pengampunan, pengampunan yang diberikan mencakup 2 (dua) aspek yaitu pengampunan terhadap pokok pajak yaitu berupa pemberian keringanan tarif pajak yang

jauh lebih rendah dari tarif yang sebenarnya atas pajak yang tidak/kurang dibayar dan pembebasan Wajib Pajak dari tuntutan pidana pajak (Tambunan, 2016).

Tax Amnesty adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan satu kali penawaran terhadap wajib pajak untuk melunasi utang pajak yang luar biasa besar dengan jumlah yang kurang dari utang yang seharusnya (Nar, 2015)

Tax Amnesty adalah suatu kesempatan waktu yang terbatas pada kelompok pembayar pajak tertentu untuk membayar sejumlah tertentu dan dalam waktu tertentu berupa pengampunan kewajiban pajak yang berkaitan dengan masa pajak sebelumnya atau periode tertentu tanpa takut hukuman pidana (Ragimun, 2013)

Menurut Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan pajak adalah penghapusan pajak yang seharusnya terhutang tidak dikenai sanksi administrasi perpajakan dan sanksi pidana dibidang perpajakan, mengungkapkan semua harta dan membayar uang tebusan dengan cara mengalikan tarif berdasarkan nilai total aset dikurangi dengan nilai utang.

Total Aset Terhadap Keikutsertaan Amnesti Pajak

Tolak ukur besar kecilnya ukuran perusahaan bisa dilihat dari total aset yang dimiliki, dengan melihat total aset sudah bisa menggambarkan apakah perusahaan tersebut besar atau tidak. Dengan memiliki ukuran perusahaan yang besar wajib pajak akan lebih memilih mengikuti amnesti pajak dibanding dengan perusahaan kecil, perusahaan yang memiliki aset yang besar mereka cenderung berfikir bagaimana cara untuk mengamankan asetnya, maka kemudian langkah yang akan diambil adalah dengan cara mengikuti amnesti pajak (Setyaningsih dan Okfitasari, 2017). Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang pengampunan pajak sudah jelas menyebutkan pengampunan pajak adalah penghapusan pajak yang seharusnya terutang tidak dikenai sanksi administrasi dan sanksi pidana dengan cara mengungkapkan seluruh harta dan membayar uang tebusan.

H1 : Total Aset berpengaruh terhadap Keikutsertaan Amnesti Pajak

METODE PENELITIAN

Populasi obyek seluruh koperasi di Indonesia yang tergabung dan aktif di keanggotaan Koperasi Syariah (Inkopsyah) sebanyak 491 koperasi syari'ah yang tersebar diseluruh Indonesia. Tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang amnesti pajak adalah data sekunder berasal dari data keuangan berupa nilai total aset untuk periode akhir tahun pajak 2015. Data yang digunakan untuk diteliti diperoleh dari salah satu pegawai yang menjabat sebagai pengawas pada Induk Koperasi Syari'ah pusat sesuai dengan surat keputusan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Tanggal 17 Mei 2016 dengan Nomor Surat 626/W.05/2016 periode 2016 – 2020. Periode tahun 2015 diambil dikarenakan lampiran yang wajib disertakan pada surat pernyataan harta (SPH) *tax amnesty* adalah laporan keuangan akhir periode tahun pajak 2015 (Republik Indonesia, 2016).

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu riset dengan berdasarkan angka untuk menganalisis data berdasarkan statistik. Bentuk telaah didalam artikel ini menggunakan riset asosiatif kausal yang fokus risetnya mengacu pada hubungan antara variabel independent dan variabel dependent (Sembiring, 2015). Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yaitu total aset, sedangkan variabel dependen yaitu keikutsertaan amnesti pajak. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan metode peneliti menentukan sendiri sampel yang akan diambil sepanjang memenuhi kriteria : koperasi yang tergabung pada induk koperasi syari'ah, koperasi yang masih aktif pada induk koperasi syari'ah, koperasi yang melakukan RAT di tahun 2015, koperasi yang bersedia memberikan data laporan keuangan sampai dengan akhir periode tahun 2015.

Tehnik analisis data adalah akan menerapkan model logit, untuk membuktikan kemungkinan yang akan terjadi pada variabel terikat diproyeksikan dengan menggunakan variabel bebas. Dalam analisis model logit sudah tidak lagi menggunakan tes normalitas data serta melakukan tes apakah model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga atau tidak pada objek penelitian independenya, Selain itu model logit tidak lagi memakai *heteroscedasticity* (Alichia, 2013). Alasan kenapa pada riset ini menggunakan model logit dikarenakan model variabel terikat termasuk dalam kategori *dikotomi variable* dan dugaan pada distribusi normal tak bisa dilakukan disebabkan yang menjadi fokus penelitian pada variabel bebasnya dalam bentuk metrik dan non metrik (Ghozali, 2016).



Gambar 1. Model Penelitian

Tolak ukur besar kecilnya suatu usaha bisa dilihat dari dari total aset yang dimiliki oleh koperasi itu sendiri, dengan melihat total aset sudah bisa menggambarkan apakah koperasi tersebut besar atau tidak. Dengan memiliki total aset yang besar wajib pajak akan lebih memilih mengikuti program amnesti pajak dibanding dengan wajib pajak yang memiliki total aset yang lebih kecil, wajib pajak atau koperasi yang memiliki total aset yang besar mereka cenderung berfikir bagaimana cara untuk mengamankan asetnya dari sanksi pajak, maka kemudian langkah yang akan diambil adalah dengan cara mengikuti program amnesti pajak (Setyaningsih & Okfitasari, 2016). Peraturan terkait amnesti pajak sudah jelas menyebutkan ampunan pajak yang dimaksud adalah penghilangan sanksi pajak yang semestinya harus dibayar tidak lagi dikenakan sanksi tata laksana dan sanksi pengadilan dibidang perpajakan melalui upaya melaporkan seluruh aset yang dimiliki dan menyetor tebusan berupa uang (Republik Indonesia, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah sampel yang telah dipilih sebanyak 491 dan koperasi yang bersedia memberikan data laporan keuangan adalah sebanyak 144 terdiri dari 90 koperasi yang mengikuti program *tax amnesty* dan 54 koperasi tidak mengikuti program *tax amnesty*. Data diperoleh nilai total aset yang dinyatakan dalam bentuk rupiah, karena jumlah digit dan nilai terlalu besar maka peneliti melakukan konversi kedalam bentuk logaritma natural hal ini dilakukan dengan tujuan agar besaran laba, besaran utang dan total aset dapat terdistribusi normal.

Hasil Uji Kesesuaian Model

Keakuratan suatu model logit diukur berdasarkan dari hasil uji yang ada pada tabel *hosmer and lemeshow goodness of fit* (uji keakuratan model) dilakukan agar dapat dibuktikan bahwa data penelitian yang sudah didapat telah sejalan dengan model penelitian yang diinginkan (tiada perbedaan diantara model dan data), barulah model bisa dikatakan sesuai atau penelitian bisa dilanjutkan ketahap berikutnya. Model yang dihasilkan dianggap fit apabila kemungkinan angka yang terdapat pada tingkat signifikansi lebih besar dari 5%.

Tabel Hasil Uji Kesesuaian Model

Tahap	Uji Komparatif	Degree of freedom	Signifikasi
1	16,769	8	,333

Sumber : Hasil Analisis SPSS 24, 2017

Berdasarkan hasil uji pada tabel uji kesesuaian model diketahui bahwa nilai sig 0,333 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05% sehingga menerima bahwa memang variabel independen dalam hal ini besaran laba, besaran utang dan total aset memengaruhi wajib pajak untuk mengikuti program *tax amnesty*. Dengan asumsi keakuratan sebesar 95% terbukti bahwasanya model logit yang digunakan terkait variabel independen yakni besaran laba, utang dan total aset berpengaruh terhadap variabel dependen telah mampu menjelaskan model penelitian sesuai data empiris yang digunakan atau *goodness of fit test*.

Hasil Uji Keseluruhan Model

Hasil uji keseluruhan model adalah pengujian yang dilakukan dalam menilai suatu model yang terdapat pada rumusan masalah apakah data dengan model penelitian telah fit atau tidak. Uji ini digunakan dengan membandingkan antara kedua nilai $-2 \text{ Log likelihood}$. Jika terdapat pengurangan nilai antara $-2LL$ awal dengan nilai $-2LL$ akhir bahwa model penelitian menunjukkan terbukti fit sesuai

data. Gambar berikut akan memperlihatkan dari hasil olah data. *Model Overall Fit Test* ala output SPSS 24, sebagai berikut:

Tabel Model Overall Fit Test

Langkah	-2LL	Koefisien Const	Total Aset
Tahap 1	1 157,640	-16,846	1,158
	2 153,808	-24,355	1,670
	3 153,648	-26,246	1,814
	4 153,647	-26,345	1,823
	5 153,647	-26,345	1,823

a. Initial -2 Log Likelihood: 190,530

Sumber : Hasil Analisis SPSS 24, 2017

Pada tabel *Iteration history* diatas telah menunjukkan bahwa pada saat variabel bebas dimasukkan dengan jumlah sebesar $N = 144$. *Degree of Freedom* (derajat kebebasan) adalah jumlah yang benar-benar bisa diambil sebagai sampel $= N - \text{banyaknya variabel bebas} - 1 = 144 - 1 - 1 = 142$. *Chi-Square* adalah uji dimana data dari ketiga variabel dalam bentuk nominal, (X_1) Tabel pada *Degree of Freedom* 142 pada probabilitas 0.05 = 168,613. Terdapat -2LL sebesar (153,647) lebih kecil dari pada X_1 tabel (168,613) artinya apabila ada pengurangan nilai 2LL membuktikan bahwa metode analisis statistik diduga menerima asumsi, bahwa kerangka berfikir yang dibuat sambil memasukkan variabel independen adalah fit dengan data

Tabel Uji Sebelum Variabel Independen Dimasukkan Iteration History^{a,b,c}

Langkah	-2Loglikelihood	Koefisien Konstanta
Tahap 0	1 190,534	,500
	2 190,530	,511
	3 190,530	,511

a. Nilai -2LogLikelihood: 190,530

Sumber : Hasil Analisis SPSS 24, 2017

Berdasarkan hasil penelitian sebelum variabel bebas dimasukkan ke dalam tabel uji, maka tidak terjadi kesesuaian dengan data yang dihasilkan. Tabel *Iteration History* diatas merupakan proses dilakukan sebanyak 3 kali untuk mendapatkan cluster yang tepat, pada saat variabel bebas tidak dimasukkan dalam suatu model $N = 144$ mendapatkan Nilai -2 Log Likelihood sebesar 190,530. *Degree of Freedom* (DF) atau jumlah yang benar – benar bisa dijadikan sampel sebanyak $= N - 1 = 144 - 1 = 143$. *Chi-Square* (X_3) tabel pada DF 143 dengan probabilitas 0,05 = 171,907. Nilai yang terdapat pada -2 Log Likelihood sebesar 190,530 lebih besar dibanding nilai pada X_1 tabel sebesar 171,907 sehingga menolak dugaan yang menyatakan tidak adanya pengaruh, tabel diatas membuktikan pada saat sebelum model memasukkan variabel bebas adalah tidak sesuai atau tidak fit sama data.

Hasil Uji Ketepatan Model (Classification Plot)

Uji ketepatan model atau *classification plot* digunakan untuk melihat kelayakan model, dengan melihat seberapa besar nilai persentase pada *Classification Table*. Misalnya jika nilai persentase menunjukkan nilai 85% berarti model layak digunakan dan mampu menebak dengan benar 85% kondisi yang terjadi

Tabel Uji Ketepatan Model Classification Table^a

Observed	Predicted KeikutsertaanTA		Percentage Correct
	Tidak	Ikut	
Step 1 Keikutsertaan	Tidak 35	Ikut 19	64,8
TA	Ikut 13	77	85,6
Percentage			77,8

Sumber : Hasil Analisis SPSS 24, 2017

Berdasarkan tabel uji ketepatan model di atas, diketahui bahwa jumlah sampel yang tidak mengikuti program *tax amnesty* $35 + 19 = 54$ koperasi. Yang benar-benar tidak mengikuti amnesti

pajak sebanyak 35 koperasi dan yang seharusnya tidak mengikuti namun mengikuti amnesti pajak, sebanyak 19 koperasi. Jumlah sampel yang mengikuti program *tax amnesty* $13 + 77 = 90$ koperasi. Yang benar-benar mengikuti amnesti pajak sebanyak 13 koperasi dan yang seharusnya tidak mengikuti namun mengikuti amnesti pajak, sebanyak 77 koperasi. Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat membuktikan bahwa hasil penelitian memberikan gambaran model regresi logistik menggunakan kriteria klasifikasi ini, memberikan hasil yang cukup baik, karena mampu menginterpretasikan secara tepat dengan tingkat prosentase sebesar 77,8% kondisi yang terjadi.

Hasil Uji Wald

Hasil uji menggunakan Wald Statistic digunakan untuk mengetahui besarnya koefisien regresi dengan nilai kemungkinan peluang (Sig) lebih kecil dari 0,05 (α) itu artinya variabel bebas yakni nilai total aset mempengaruhi terhadap keikutsertaan amnesti pajak. pada tabel uji koefisien regresi logistik berikut akan dibuktikan apakah masing – masing variabel akan saling memengaruhi terhadap variabel dependen.

Tabel Uji Wald

	B	SE	Wald	Df	Sig	Exp	95% Low	Up
Step 1 ^a								
Size	1,823	,482	14,305	1	,000	6,188	2,406	15,911
Constant	-26,345	5,466	23,231	1	,000	,000		
Size	1,823	,482	14,305	1	,000	6,188	2,406	15,911

Sumber : Hasil Analisis SPSS 24, 2017

Dari tabel diatas variabel total aset yang memiliki nilai *p value* (Sig) kurang dari 0,05, hal ini berarti variabel total aset mempunyai pengaruh terhadap tingkat keyakinan wajib pajak untuk mengikuti amnesti pajak di dalam model.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Besaran Total Aset Terhadap Keikutsertaan Program *Tax Amnesty*

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel total aset memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,823 pada tingkat keyakinan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05. Nilai peluang dalam suatu kejadian atau biasa disebut dengan *odds ratio* yang diperoleh variabel ini sebesar 6,188 yang berarti bahwa setiap lembaga koperasi syariah yang mempunyai total aset besar, cenderung akan mengikuti program *tax amnesty* sebesar 6,188 kali dibanding dengan wajib pajak badan koperasi syariah yang mempunyai total aset yang lebih kecil. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari (Setyaningsih & Okfitasari, 2016) dan tujuan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 menunjukkan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan wajib pajak untuk mengikuti amnesti pajak adalah wajib pajak menginginkan aset yang dia miliki menjadi lebih aman dan mendorong repatriasi aset atau deklarasi aset.

Hal ini menunjukkan bahwa lembaga koperasi dengan memiliki total aset yang besar lebih mempunyai peluang yang besar dalam keikutsertaan amnesti pajak, karena dengan memiliki total aset yang besar dianggap lembaga koperasi tersebut memiliki tingkat kepentingan dan kepatuhan yang besar pula terhadap negaranya, sehingga dengan total aset yang besar akan lebih mendorong dan menentukan wajib pajak dalam meningkatkan kepatuhan administrasi perpajakannya (Yustiari, 2016). Semakin tinggi total aset yang dimiliki dianggap akan sangat sensitif terhadap perilaku menyimpang dalam membuat laporan keuangan maupun dalam melaporkan administrasi perpajakannya, jadi pada saat *tax amnesty* berlaku peluang yang sangat besar akan diikuti oleh wajib pajak dalam kategori ini (Sri & Dwi, 2009) Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk mengamankan usahanya dari pemeriksaan pajak yang mungkin saja akan dialaminya, menghindari sanksi pajak, alasan lain tingkat kekhawatiran terhadap pemeriksaan pajak pada koperasi dengan total aset yang kecil akan tidak sama dibanding dengan lembaga koperasi yang mempunyai total aset yang kecil.

KESIMPULAN

Hasil riset pada atikel ini menunjukkan variabel total aset memang terbukti mempengaruhi keikutsertaan amnesti pajak, ini dilihat dari hasil analisis nilai koefisien regresi sebesar 1,823 pada tingkat keyakinan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05. Teknik analisa data yang digunakan untuk mengetahui keikutsertaan wajib pajak dalam program amnesti pajak dengan menggunakan

model regresi logistik mampu memberikan keyakinan yang lebih besar terhadap kondisi sebenarnya yang terjadi, hal semacam ini sekaligus dapat menjadi tolak ukur terkait tingkat keberhasilan program amnesti pajak yang dijalankan oleh pemerintah serta seberapa besar tingkat keikutsertaan wajib pajak untuk program tersebut.

Keterbatasan penelitian ini masih jarang dilakukan oleh peneliti lain, sehingga variabel yang serupa terkait penelitian total aset terhadap keikutsertaan program tax amnesty sulit dicari sebagai bahan rujukan oleh peneliti, peneliti menganggap masih banyak kekurangan dari hasil penelitian ini, sedangkan pada obyek yang dijadikan penelitian masih kurang dari 50% atau tidak semuanya lembaga koperasi bersedia memberikan data keuangannya dari 491 lembaga hanya 144 yang bersedia memberikan data keuangannya, peneliti berharap akan banyak yang dijadikan objek penelitian selanjutnya agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat dan terpercaya, dan untuk riset selanjutnya bisa menggunakan nilai aset yang dilaporkan dalam amnesti pajak. Menjadi menarik untuk diteliti secara lebih mendalam untuk peneliti selanjutnya terutama pada wajib pajak badan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terkait pengaruh total aset terhadap keikutsertaan wajib pajak terhadap amnesti pajak, diharapkan banyak kritikan dan saran oleh peneliti selanjutnya yang sifatnya membangun demi untuk memperbaiki dan menyempurnakan hasil riset ini.

Model penelitian serupa yang dapat dikembangkan dengan diaplikasikan pada industri lain selain lembaga induk koperasi syariah, dengan melakukan metode observasi atau pengamatan secara mendalam diharapkan akan mampu menemukan variabel baru lainnya yang bisa menjadi alternatif tolak ukur dalam keberhasilan program amnesti pajak yang dijalankan misalnya dengan mencari variabel lain yang relevan untuk program amnesti pajak, atau mengubah variabel yang tidak terdapat pengaruh dengan menggunakan variabel lain. Variabel yang diteliti seperti besaran laba, besaran utang, dan ukuran perusahaan terhadap keikutsertaan amnesti pajak masih jarang dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya di Indonesia, sehingga perlu dilakukan penelitian selanjutnya dengan variabel yang sama atau bisa menambah dengan variabel lain dengan tujuan memberikan kritik atau masukan yang sifatnya membangun terhadap penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Alichia, Y. P. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Pertumbuhan Perusahaan , Dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern. *Univ. Negeri Padang*, 1–17.
- Bayer, R. C., Oberhofer, H., & Winner, H. (2015). The occurrence of tax amnesties: Theory and evidence. *Journal of Public Economics*, 125, 70–82. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2015.02.006>
- Chomsatu, A. (2016). Pengaruh Prinsip Keadilan dan Struktur Tarif pajak Terhadap Keikutsertaan Program Amnesti Pajak. *Seminar Nasional Fakultas Ekonomi UNIBA Surakarta*, (September), 412–422.
- Darmayasa, I. N., Sudarma, I. M., Achsin, M., & Mulawarman, A. D. (2016). Deconstruction of equitable tax amnesty. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(11), 8167–8179.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas , Growth Opportunity , Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 127–148.
- Ibrahim, M. A., Myrna, R., Irawati, I., & Kristiadi, J. B. (2017). A Systematic Literature Review on Tax Amnesty in 9 Asian Countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 220–225.
- Jumiati, F., Made, N., & Ratnadi, D. (2014). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia, 2, 91–101.
- Kumalasari, W. (2017). Menuju Berakhirnya Program Tax Amnesty. *Peta*, 2(1), 64–78.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan* (Edisi Terb). Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Puspasari, S. (2012). Pengaruh Moralitas Individu Dan Pengendalian Internal Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi: Studi Eksperimen Pada Konteks Pemerintahan Daerah. *Simposium Nasional Akuntansi*, 1–30.
- Putri, W. (2017). *Tax Amnesty and Aset Repatriation in Indonesia*. *Erasmus Universiteit Rotterdam*.
- Ragimun. (2013). Analisis Implementasi Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Di Indonesia. *Analisis Implementasi Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Di Indonesia*, 27(Analisis Implementasi Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Di Indonesia), 27.
- Republik Indonesia. (1984). *Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1984 Tentang Pengampunan Pajak*.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2016 Tentang*

Pengampunan Pajak.

- Saputra, A. (2016). Analisis Pengaruh Earnings Management Dan Kinerja Operasional Perusahaan Terhadap Return Saham Setelah Pengumuman Tax Amnesty Oleh. *STKIP PGRI Ngawi, XVIII(2)*, 1–19.
- Sembiring. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Master's thesis), 7(1), 17–38.
- Ser, P. C. (2013). Determinants of Tax Non-Compliance in Malaysia (Doctoral Dissertation), (December), 123. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Setyaningsih, T., & Okfitasari, A. (2016). Mengapa Wajib Pajak Mengikuti Tax Amnesty (Studi Kasus Di Solo). *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 20(4), 415–433.
- Sri, R. R., & Dwi, A. (2009). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *JBA*, 11(1), 33–56.
- Tambunan, R. (2015). Mengupas Sunset Policy & Tax Amnesty , Senjata Kejar Target Pajak.
- Violetta, S., & Khairani, S. (2016). Persepsi Wajib Pajak Tentang Tax Amnesty Terhadap Keinginan Mengikuti Tax Amnesty (Studi Empiris Wajib Pajak yang Terdaftar Pada KPP MadyaKota Palembang), (x), 1–13.
- Wijaya, S., & Arisman, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Pajak , Sanksi Pajak , dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kemauan Membayar Pajak Sebagai Intervening (Studi Kasus KPP Pratama Ilir Barat di Kota Palembang), 1–17.
- Yustiari, S. H. (2016). Tax Amnesty dalam Perspektif Good Governance, 2(3), 19–27.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian di PJR (Pusat Jajanan Rakyat) Lumajang

Sonitri Agus Widiyanto¹⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email : Sonitri_007@yahoo.co.id

Rendra Wirawan²⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email : rendrawiga2018@gmail.com

Sukma Irdiana³⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email : sukmapasah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh marketing mix yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR (pusat jajanan rakyat) Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang yang melakukan pembelian di PJR Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 50 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan untuk harga, lokasi dan promosi tidak berpengaruh. Secara simultan produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang. Hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebanyak 39,8% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, sedangkan sisanya 60,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of marketing mix consisting of product, price, location, and promotion to consumer purchasing decision in PJR (center of people's snack) Lumajang. Population in this research is Lumajang society that make purchasing at PJR Lumajang. This population is heterogeneous which can be seen from the diverse age and gender with the number of 50 respondents with sampling technique purposive sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis hypothesis test. The results of this study indicate that the product partially affect the purchase decisions while for price, location and promotion have no effect. Simultaneously product, price, location, and promotion have a significant positive effect to consumer purchasing decision in PJR Lumajang. The result of determination coefficient of R^2 shows that 39,8% of consumer purchasing decision can be explained by product variable, price, location, and promotion, while the rest 60,2% consumer purchase decision influenced by other variable not examined in this research.

Keywords: Product, Price, Location, Promotion, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat penting dan banyak pelaku usahanya. Manusia membutuhkan makanan sehingga tumbuh kembangnya rumah makan di Indonesia menjadikan persaingan bisnis kuliner semakin ketat. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis makanan, bahkan disetiap daerah mempunyai makanan khas tersendiri. Bisnis rumah makan berkembang seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup masyarakat. Beragamnya kebutuhan

manusia akan variasi pangan dapat terlihat dari banyaknya lomba pemanfaatan bahan pangan sehingga menambah variasi peluang bisnis makanan pada skala kecil sampai skala besar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis menuntut para pelaku usaha kuliner untuk mengetahui keinginan konsumen, dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produknya. Sehingga para pelaku usaha kuliner memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan pemasaran. Agar usaha yang dijalankannya dapat bertahan dan dapat berkembang lebih baik lagi. Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis. Menurut Kotler (2000 dalam Manullang & Hutabarat, 2016:1), "Pemasaran adalah, suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai".

Di dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha harus memperhatikan strategi pemasaran yang dilakukan agar dapat mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan tersebut. Menurut Assauri (2015:200), "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran". Menurut Adam (2015:91), "Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran yang mempengaruhi pilihan konsumen". Setelah produk dan harga kemudian konsep pemasaran yang perlu diperhatikan yang ke tiga yaitu tempat/lokasi. Menurut Ratnasari & Aksa (2011:40), "*Place* adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada pelanggan)".

Menurut Manap (2016:301) "Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen". Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di PJR Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Produk

Menurut Assauri (2015:200), "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran".

Indikator produk menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

- 1) Ragam produk
- 2) Kualitas
- 3) Desain
- 4) Fitur
- 5) Nama merek
- 6) Kemasan
- 7) Ukuran
- 8) Layanan
- 9) Jaminan
- 10) Pengembalian

Harga

Menurut Adam (2015:91), "Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran yang mempengaruhi pilihan konsumen"

Menurut Assauri (2015:223), "Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja".

Indikator harga menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

- 1) Harga terdaftar
- 2) Diskon
- 3) Potongan harga
- 4) Periode pembayaran
- 5) Syarat kredit

Lokasi

Menurut Ratnasari & Aksa (2011:40), "*Place* adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada pelanggan)".

Indikator lokasi/tempat menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

- 1) Saluran
- 2) Cakupan
- 3) Pilihan

- 4) Lokasi
- 5) Persediaan
- 6) Transportasi

Promosi

Menurut Manap (2016:301), "Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen".

Indikator yang menyangkut promosi yaitu :

Indikator promosi menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

- 1) Promosi penjualan
- 2) Periklanan
- 3) Tenaga penjualan
- 4) Hubungan masyarakat
- 5) Pemasaran langsung

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009:235), "Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian".

Indikator keputusan pembelian menurut Abdullah & Tantri (2013:129) yaitu:

- Pengenalan kebutuhan
- Pencarian informasi
- Evaluasi alternatif
- Keputusan pembelian
- Perilaku purnabeli

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang *marketing mix* yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi) pengaruhnya terhadap keputusan pembelian telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh:

1. Budiwati (2012) dengan judul "Implementasi *Marketing Mix* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang". Terdapat kesamaan variabel penelitian yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).
2. Wangko (2013) dengan judul "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada Pt Astra Internasional – Izuzu Manado". Terdapat kesamaan variabel penelitian yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti variabel produk, harga, tempat dan promosi.

Hendri Sukatjo (2010) dengan judul "Analisa Marketing Mix-7P (*Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya". Terdapat kesamaan variabel penelitian yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti variabel produk, harga, tempat dan promosi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang yang melakukan pembelian di PJR Lumajang. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan penelitian ini adalah Kuesioner, Studi Pustaka dan Wawancara.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan saumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap varibel dependent, baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Analisis Regresi Liner Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.267	2.877		1.831	.074		
X1	.327	.127	.391	2.587	.013	.586	1.707
X2	.268	.169	.232	1.585	.120	.626	1.597
X3	.106	.153	.101	.696	.490	.634	1.576
X4	.031	.143	.031	.217	.829	.667	1.499

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS *forwindows* maka didapat hasil sebagai berikut :

$$Y = 5,267 + 0,327X_1 + 0,268X_2 + 0,106X_3 + 0,031X_4$$

Dari persamaan tersebut diatas dapat dijelaskan :

- Dalam persamaan koefisien regresi diatas, konstanta (Bo) adalah sebesar 5,267 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel kualitas produk, harga, dan promosi tetap sebesar 5,267.
- Nilai *constant* sebesar 5,267 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian konsumen akan sama dengan 5,267 jika nilai produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4) sama dengan 0.
- Koefisien produk (X1) sebesar 0,327 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) produk akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,327 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) produk akan menurunkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,327, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.
- Koefisien harga (X2) sebesar 0,268 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) harga akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,268 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) harga akan menurunkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,268, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.
- Koefisien lokasi (X3) sebesar 0,106 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) lokasi akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,106 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) lokasi akan menurunkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,106, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.
- Koefisien promosi (X4) sebesar 0,031 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) promosi akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,031 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) promosi akan menurunkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,031, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.

Uji T (Uji Parsial)

Untuk melakukan pengujian t masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (n-2) = 50 - 2 = 48, maka diperoleh t tabel = + 2,010.

sedangkan t hitung dari produk, harga, lokasi dan promosi di PJR Lumajang dapat dilihat pada tabel 1.

Hasil pada tabel 1 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Hasil uji t untuk variabel X1 (produk) diperoleh t hitung = 2,587 dengan tingkat signifikan 0,013. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar + 2,010. Ini berarti t hitung > t tabel, yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima, yang berarti bahwa produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.
- Hasil uji t untuk variabel X2 (harga) diperoleh t hitung = 1,585 dengan tingkat signifikan 0,120. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar + 2,010. Ini berarti t hitung < t tabel, yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis kedua tidak

dapat diterima, yang berarti bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.

- Hasil uji t untuk variabel X3 (lokasi) diperoleh t hitung = 0,696 dengan tingkat signifikan 0,490. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar + 2,010. Ini berarti t hitung < t tabel, yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis ketiga tidak dapat diterima, yang berarti bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.

Hasil uji t untuk variabel X4 (promosi) diperoleh t hitung = 0,217 dengan tingkat signifikan 0,829. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar + 2,010. Ini berarti t hitung < t tabel, yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis keempat tidak dapat diterima, yang berarti bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda silmutan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	107.885	4	26.971	7.449	.000 ^a
	Residual	162.935	45	3.621		
	Total	270.820	49			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2016)

Secara silmutan, . Hasil F tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = 50 - 4 - 1 = 45, maka diperoleh F tabel = 2,58. dengan tingkat signifikan 5%. Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 7,449 lebih besar dari F tabel 2,58 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diketahui secara simultan variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Hasl koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 ^a	.398	.345	1.90284

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2016)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,398. Hal ini berarti 39,8% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, sedangkan sisanya 60,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PJR Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen menunjukkan adanya pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.Hal ini didukung dengan teori Assauri (2015:200), "Produk adalah segala sesuatu yang

dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran". Dengan adanya produk yang menarik yang ditawarkan di PJR Lumajang sehingga dapat menimbulkan perhatian bagi konsumen sehingga konsumen timbul rasa ingin memiliki dan mengkonsumsi produk tersebut sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati (2012), Wangko (2013), dan Hendri Sukatjo (2010) penelitian terdahulu ini menemukan bahwa produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PJR Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang. Hasil penelitian ini juga bertentangan dengan teori menurut Adam (2015:91), yang menyatakan bahwa "Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran yang mempengaruhi pilihan konsumen" dari teori tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap pilihan konsumen. Hasil penelitian juga bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati (2012), Wangko (2013), dan Hendri Sukatjo (2010) penelitian terdahulu ini menemukan bahwa produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivana Husic dan Iva Gregurce (2015) yang menyatakan bahwa perubahan harga biasanya tidak mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan karena responden sebagian besar setia kepada Produk.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PJR Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang. Menurut Adam (2015:92), "Selain itu tempat atau lokasi pelayanan tersebut juga harus memberi kemudahan daya jangkau untuk interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan serta fasilitas pendukung lainnya seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan *air conditioner*, televisi dan lokasi parkir yang memadai bagi pelanggan". Dilihat dari teori di atas bahwasannya lokasi harus memberikan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya, akan tetapi fasilitas-fasilitas tersebut tidak begitu diperlukan oleh konsumen PJR Lumajang. Oleh sebab itu lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di PJR Lumajang. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati (2012), Wangko (2013), dan Hendri Sukatjo (2010) penelitian terdahulu ini menemukan bahwa lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PJR Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang. Menurut Manap (2016:301), "Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen". Dari teori diatas dikatakan bahwa promosi bertujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan konsumen, dalam hal ini mengajak konsumen untuk melakukan pembelian di PJR Lumajang, akan tetapi di PJR Lumajang promosi tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati (2012), Wangko (2013), dan Hendri Sukatjo (2010) penelitian terdahulu ini menemukan bahwa lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen di PJR Lumajang

Dari hasil penelitian diketahui uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang. Hal ini mengindikasikan bahwa produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan pembelian konsumen di PJR Lumajang sebesar 39,8% sedangkan sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, pola konsumsi, dan perilaku konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang, dengan menggunakan teknis analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut ini:

1. Uji Hipotesis Pertama
Hasil uji t pada variabel produk X1 menunjukkan terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.
2. Uji Hipotesis Kedua
Hasil uji t pada variabel X2 yaitu harga menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.
3. Uji Hipotesis Ketiga
Hasil uji t pada variabel X3 yaitu lokasi menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.
4. Uji Hipotesis Keempat
Hasil uji t pada variabel X4 yaitu promosi menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.
5. Uji Hipotesis Kelima
Hipotesis kelima dalam penelitian ini yang menyatakan pengaruh secara simultan, bahwa terdapat pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di PJR Lumajang.

Saran

Subyek penelitian ini hanya terbatas pada masyarakat yang sedang melakukan pembelian di PJR Lumajang, sehingga tidak dapat disamakan untuk kondisi pada tempat atau subyek lain. Selain itu jumlah sampel pada penelitian ini tidak terlalu banyak, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperbanyak dan memperluas sampel penelitian. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya lebih memperluas dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti lain dapat melengkapi dengan variabel independen dan dependen lain yang belum diangkat oleh peneliti dahulu agar hasil tersebut mempunyai perkembangan yang semakin sempurna

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adam, M. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN* (empat belas). Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal WIGA*, 2(2), 29–44.
- Hendri Sukatjo, S. R. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P(Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manjemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). The influence of price on customer's purchase decision. *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 1–6. Retrieved from <http://www.ceciis.foi.hr/app/public/conferences/1/ceciis2015/papers/754.pdf>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KOMPETISI GLOBAL*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wangko, M. C. . (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada Pt Astra Internasional – Izuzu Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 541–549. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1856>.

Pengaruh *Organizational Learning* terhadap Kinerja Organisasi

Joni Dwi Pribadi¹
Politeknik Negeri Malang
email: Joni.dwi@polinema.ac.id

Erlangga Andi Sukma²
Politeknik Negeri Malang
email:erlangga.andis@gmail.com

Farika Nikmah³
Politeknik Negeri Malang
email:farikanikmah@gmail.com

Abstrak

Organizational learning semakin dipandang sebagai proses ideal yang perlu dikembangkan, terutama oleh organisasi bisnis karena ada tiga alasan yang mendasari, (1) banyak perusahaan besar yang mencoba mengembangkan struktur dan sistem guna menyesuaikan pada perubahan lingkungan, (2) perubahan lingkungan meningkatkan ketidakpastian terhadap perusahaan, dengan demikian meningkatkan kebutuhan perusahaan untuk belajar berbagai hal, (3) pembelajaran (*learning*) memiliki nilai analisis yang luas karena merupakan suatu konsep yang dinamis yang menyebabkan perusahaan mengalami perubahan secara terus menerus. Seperti halnya organisasi perbankan, dimana persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan untuk selalu mampu beradaptasi, kebutuhan untuk menciptakan *organizational learning* adalah menjadi tuntutan wajib jika tidak ingin tergerus dan menjadi terlambat dan tertinggal dengan yang lain. *Organizational learning* juga memberikan kontribusi dalam menciptakan kinerja yang optimal, sehingga perlu bagi semua anggota organisasi bersama-sama meningkatkan kapabilitas dan kompetensi yang pada akhirnya dapat meningkatkan *performance*/kinerja organisasi. Pada penelitian ini, PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk dipilih sebagai obyek penelitian dengan beberapa pertimbangan, bahwa PT BNI (Persero), Tbk merupakan salah satu bank BUMN yang bereputasi baik, memiliki sumberdaya manusia potensial untuk membangun proses *learning*, serta memiliki status kinerja dengan *trend* yang membaik dari tahun ke tahun. Jenis penelitian kuantitatif, dengan data primer dari jawaban responden, yaitu karyawan PT BNI (Persero), Tbk Kantor Cabang Utama Universitas Brawijaya. Analisis data secara analisis deskriptif, analisis statistik, serta uji t.

Kata Kunci: Perubahan Lingkungan; *Organizational Learning*; Sumber Daya Manusia; Kinerja Organisasi

Abstract

Organizational learning is increasingly seen as an ideal process that needs to be developed, especially by business organizations because there are three underlying reasons, (1) many large companies are trying to develop structures and systems to adapt to environmental change; (2) environmental change increases uncertainty over firms, thereby increasing the need for the company to learn various things, (3) learning has a broad value analysis because it is a dynamic concept that causes the company to experience changes continuously. As with any banking organization, where competition is increasingly tight and always be able to adapt, to create organizational learning is a compulsory demand if it does not want to erode and become late and left behind with others. Organizational learning also contributes to creating optimal performance, so it is necessary for all members of the organization to jointly improve capabilities and competencies that ultimately can improve the performance of the organization. In this research, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk was chosen as an object of research with some consideration that PT BNI (Persero) Tbk is one of well-known BUMN, has potential human resources to build learning process, performance status with an improving trend from year to year. Quantitative research type, with primary data from respondent's

answer, that is employee of PT BNI (Persero), Tbk Branch Office of Brawijaya University.. Data analysis is descriptive analysis, statistical analysis, and t test.

Keywords: Environmental Change; Organizational Learning; Human Resources; Organizational Performance

PENDAHULUAN

Organizational learning semakin dipandang sebagai proses ideal yang perlu dikembangkan, terutama oleh organisasi bisnis karena ada tiga alasan yang mendasari, (1) banyak perusahaan besar yang mencoba mengembangkan struktur dan sistem guna menyesuaikan pada perubahan lingkungan, (2) perubahan lingkungan meningkatkan ketidakpastian terhadap perusahaan, dengan demikian meningkatkan kebutuhan perusahaan untuk belajar berbagai hal, (3) pembelajaran (*learning*) memiliki nilai analisis yang luas karena merupakan suatu konsep yang dinamis yang menyebabkan perusahaan mengalami perubahan secara terus menerus. Berdasarkan tiga alasan di atas, perubahan menjadi kata yang terus menerus muncul. Perubahan adalah hal wajib yang harus dihadapi. Tidak satupun keadaan menjadi tetap, setiap saat, setiap waktu selalu berubah. Hal itulah yang harus dihadapi oleh organisasi bisnis, bahwa *learning* bukan lagi menjadi kewajiban tapi lebih kepada kebutuhan. *Learning* harus terus dilakukan untuk menjawab setiap perubahan dan kompetisi yang semakin ketat.

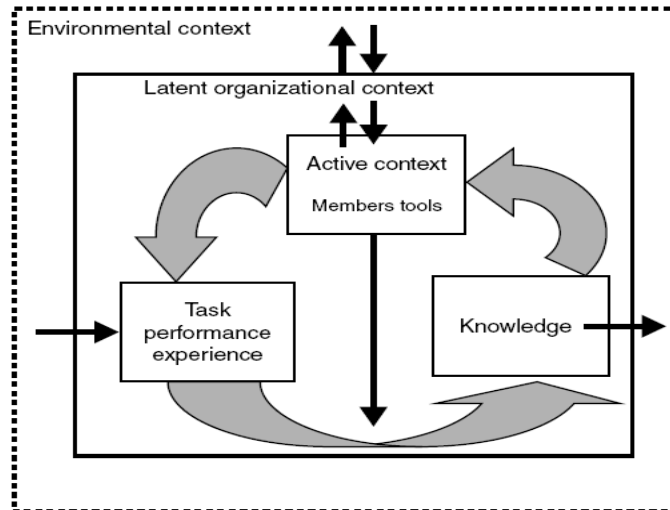
Learning yang menjadi budaya bagi organisasi, ditandai dengan usaha bersama dari setiap anggota organisasi untuk meningkatkan intelektual dan kemampuan produktif yang diperoleh melalui komitmen dan kesempatan untuk perbaikan berkesinambungan bagi organisasi. Dengan kata lain, bahwa semua anggota organisasi bersama-sama meningkatkan kapabilitas dan kompetensi yang pada akhirnya dapat meningkatkan *performance/kinerja* organisasi. Sesuai dengan pendapat Barney (2001) "*a firm's performance will be determined mostly by the crafting of resources into unique competencies that in turn lead to competitive advantage*", bahwa kinerja organisasi lebih ditentukan kepada kompetensi sumber daya yang unik untuk mendapatkan *competitive advantage* bagi organisasi. Keunggulan bersaing berkelanjutan dapat dimiliki oleh organisasi jika dapat dengan cepat melakukan proses *learning*, yaitu selalu dapat beradaptasi dengan perubahan. Seperti ditegaskan oleh Senge (2004) "*in the long run, the only sustainable source of the competitive advantage is your's organization ability to learn faster than it's competition*".

Seperti halnya organisasi perbankan, dimana persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan untuk selalu mampu beradaptasi, kebutuhan untuk menciptakan *organizational learning* adalah menjadi tuntutan wajib jika tidak ingin tergerus dan menjadi terlambat dan tertinggal dengan yang lain. Hal itu karena perbankan adalah bisnis yang dinamis dan terus berkembang dan perubahan yang ada pada lingkungan/masyarakat pastinya memberi imbas atau efek pada kebijakan, inovasi dan cara kerja. Berdasarkan uraian di atas bahwa *organizational learning* akan meningkatkan kapabilitas dan kompetensi organisasi yang pada akhirnya juga berpengaruh pada meningkatnya kinerja organisasi, maka dipilihlah topik tersebut pada penelitian ini.

KAJIAN PUSTAKA

Organizational Learning

Organizational Learning (OL) adalah salah satu sarana strategis dalam mengelola kesuksesan organisasi jangka panjang. OL telah menjadi konsep penting bagi kelangsungan organisasi dalam lingkungan yang kompetitif. OL dianggap sebagai salah satu konsep yang paling menjanjikan dalam literasi organisasi dan kepemimpinan modern (Nafei, 2015). Menurut Argyris dan Schon yang dikutip Sarhaddi et al (2013) mendefinisikan *Organizational Learning (OL)* sebagai "menemukan dan mengoreksi kesalahan". Belajar adalah konsep dinamis yang berangsur-angsur berubah dari pembelajaran individu ke pembelajaran organisasi dan karena kebutuhan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Karena pembelajaran sangat penting bagi pertumbuhan masyarakat, ini juga penting bagi organisasi.



Gambar 1. Kerangka Teoritis untuk Menganalisis *Organizational Learning* (OL)
Sumber: Argote dan Spekter (2011)

Argote dan Spekter (2011) mengembangkan kerangka kerja untuk menganalisis *organizational learning* (OL) yang ditunjukkan pada Gambar 1. Kerangka kerja ini bertujuan untuk menguraikan *organization learning* (OL) agar lebih mudah ditafsirkan secara analitis. *Organizational learning* (OL) adalah proses yang terjadi seiring berjalannya waktu. Dengan demikian, gambar tersebut bertujuan untuk menggambarkan siklus yang sedang berlangsung dimana pengalaman kinerja tugas diubah menjadi pengetahuan yang pada gilirannya mengubah konteks organisasi dan mempengaruhi pengalaman masa depan.

Konteks lingkungan mencakup unsur-unsur di luar batas-batas organisasi seperti pesaing, klien, institusi, dan regulator. Hal ini dapat bervariasi di sepanjang banyak dimensi, seperti tidak dapat diprediksi, ketidakpastian, keterkaitan, dan keterbukaan. Konteks lingkungan mempengaruhi pengalaman yang diakibatkan organisasi. Misalnya, pesanan untuk produk atau permintaan layanan masuk organisasi dari lingkungan. Konteks organisasi mencakup karakteristik organisasi, seperti struktur, budaya, teknologi, identitas, memori, tujuan, insentif, dan strategi. Konteksnya juga mencakup hubungan dengan organisasi lain melalui aliansi, usaha patungan, dan keanggotaan dalam asosiasi.

Kinerja Organisasi

Menurut Griffin yang dikutip Ha et al (2016), kinerja organisasi mencerminkan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan dan bertahan di pasar. Selain itu, ukuran keuangan tradisional tidak diterima sebagai satu-satunya indikator kinerja organisasi. Apalagi kita hampir tidak bias menemukan sebuah organisasi yang sangat sukses atau gagal dalam segala aspek (Hussein et al, 2014). Dengan kata lain, kinerja organisasi jauh lebih luas dari pada konsep hanya keuntungan atau beberapa ukuran kinerja keuangan lainnya. Ini tidak dapat dievaluasi tanpa mempertimbangkan tujuan organisasi (Hernaus et al, 2008).

Salah satu pendekatan / model penilaian kinerja organisasi yang menjadi populer dan banyak diterapkan adalah "*balanced scorecard*". *Balanced Scorecard* adalah system control manajemen yang komprehensif yang membuat keseimbangan antara ukuran keuangan tradisional dan ukuran operasi yang terkait dengan faktor-faktor yang sangat penting bagi keberhasilan organisasi, dan perhatian yang tinggi terhadap pasar, pelanggan dan karyawan (Harrim, 2010). Sebagai cara mengukur kinerja suatu organisasi Kaplan dan Norton dalam Uniati (2014) mengembangkan *Balanced Scorecard*. *Balanced Scorecard* merupakan suatu alat ukur melalui empat perspektif yaitu keuangan (*financial*), pelanggan (*customer*), proses bisnis internal (*internal business process*) dan pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*). Menurut Kumari (2011) empat perspektif *Balanced Scorecard* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Learning and Growth*
- b. *Internal Business Process*
- c. *Customer*
- d. *Financial*

1. METODE

Jenis penelitian kuantitatif, dengan lokasi penelitian di PT BNI Persero, Tbk Kantor Cabang Utama Universitas Brawijaya Kota Malang. Teknik sampling jenuh digunakan dalam penelitian ini, karena keseluruhan populasi digunakan sebagai sampel, sejumlah 85 orang karyawan. Metode analisis pada penelitian ini yaitu (a) analisis validitas dan reliabilitas, (b) uji asumsi klasik, terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas (c) uji t, serta (d) analisis regresi linear sederhana.

2. PEMBAHASAN

Pembahasan dilakukan dengan melakukan analisis data yang diperoleh dari hasil kuesioner dan dalam penyajiannya dilakukan secara berurutan sesuai dengan metode analisis yang digunakan, yaitu:

a. Analisis Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variable *Organizational Learning* (X) dan Kinerja Organisasi (Y) adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r table dalam uji validitas ini adalah 0,1755, dan rata-rata nilai r hitung pada setiap item pernyataan antara 0,4 – 0,7.

Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis ($\alpha = 0,70$)	Keterangan
Organizational Learning (X)	0,886	0,70	Reliabel
Kinerja Organisasi (Y)	0,826	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, (2018)

Disimpulkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variable *Organizational Learning* (X) dan Kinerja Organisasi (Y) adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

b. Uji Asumsi Klasik

- Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) "Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)". Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah jika variabel-variabel *independent* saling berkorelasi (umumnya di atas 0,90) dan nilai R^2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) ≥ 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas. (Ghozali, 2011:105). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Organizational Learning (X)	0,205	4,888	Tidak terjadi multikolinieritas
Kinerja Organisasi (Y)	0,205	4,888	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, (2018)

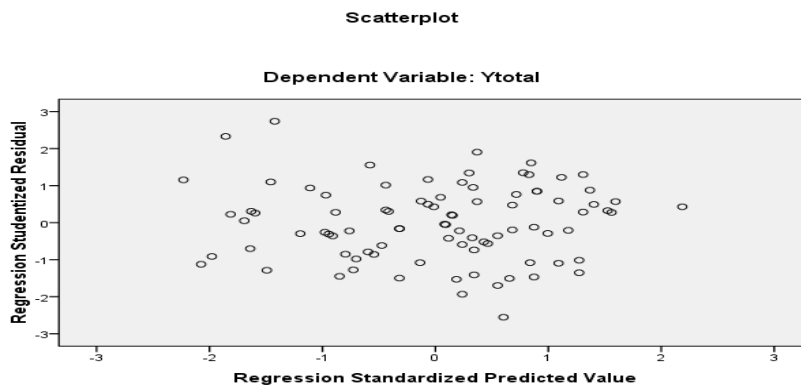
Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa nilai *tolerance* memenuhi syarat yaitu nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10. Variabel bebas berada pada nilai *tolerance* 0,205 atau sama dengan nilai *VIF* 4,888 sehingga pada analisis ini tidak terjadi gejala multikolinieritas atau variabel bebas (*Organizational Learning*) menjelaskan pengaruh yang berbeda terhadap variabel terikat (Kinerja Organisasi).

- Uji Heteroskedastisitas

Dasar analisis pada uji heteroskedastisitas, sesuai dengan pendapat Ghozali (2011), bahwa:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, sertatitik-titikmenyebar di atasdan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk melihat ada ataut idaknya heteroskedastisitas pada model regresi, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar1.Hasil UjiHeteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, (2018)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik (poin-poin) tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas karena titik-titik (poin-poin) menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

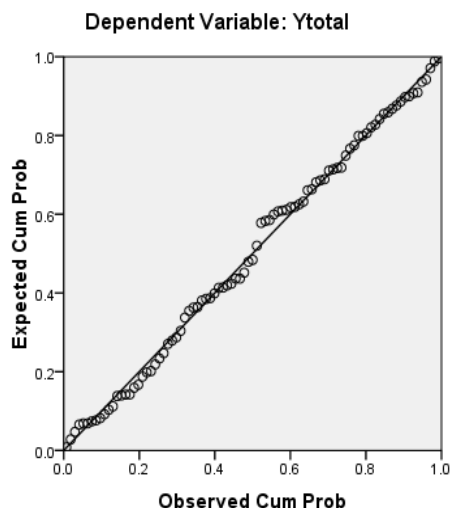
- Uji Normalitas

DasarpengambilankeputusanmenurutGhozali (2013) untuk uji normalitas, yaitu:

- a. Jika data menyebar disekitarg aris diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi sumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mendeteksi model regresi linier ini terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilihat pada gambar grafik uji normalitas sebagai berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar2.Hasil UjiNormalitas
 Sumber: Data primer diolah, (2018)

Gambar 2 menunjukkan bahwa bahwatitik (poin) menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal dan titik (poin) tidak menyebar jauh dari garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi linier ini memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05$ ($p > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$ ($p < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Hasil dari perhitungan uji t (secaraparsial) terhadap variabel *Organizational Learning* dan Kinerja Organisasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.HasilPerhitunganUji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.186	2.096		10.587	.000
X	.527	.084	.540	6.257	.000

Sumber: Data primer diolah, (2018)

Pengujian secara parsial variabel *Organizational Learning* (X) terhadap Kinerja Organisasi (Y) menghasilkan nilai $t_{hitung} = 6,257$, dapatdisimpulkanbahwanilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,257 > 1,988$) dan nilaiSig. ($p < 0,05$) variabel *Organizational Learning* (X) sebesar 0,000, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinyabahwariabel *Organizational Learning* (X) memilikipengaruh yang positif dan signifikanterhadapvariabelKinerja Organisasi (Y) di PT BNI Persero, Tbk Kantor Cabang Utama Universitas Brawijaya Kota Malang.

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil pada tabel 3, didapatkan sebuah persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a+bX$$

$$Y = 22,186 + 0,527X$$

Persamaan tersebut digunakan sebagai dasar untuk memperkirakan kinerja organisasi yang dipengaruhi oleh *organizational learning*. Dimana Y adalah kinerja organisasi dan X adalah *organizational learning*. Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana dijelaskan sebagai berikut:

- a. a (konstanta) = 22,186, artinya apabila variabel bebas yang terdiri dari variabel *organizational learning* (X) diabaikan atau diasumsikan nol maka variabel kinerja organisasi (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 22,186
- b. Koefisien regresi $bX = 0,527$ menunjukkan besarnya kontribusi variabel *organizational learning* (X) kinerja organisasi (Y), ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan *organizational learning* sebesar 1% maka kinerja organisasi juga akan meningkat sebesar 52,7%.

Tabel 4. Output Analisis Regresi Linear Sederhana (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.284	2.305

Sumber: Data primer diolah (2018)

R Square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Nilai R^2 diperoleh sebesar 0,292 yang berarti presentase pengaruh variabel *organizational learning* terhadap kinerja organisasi sebesar 29,2% sedangkan sisanya sebesar 70,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan semua analisis yang dilakukan, menunjukkan bahwa *organizational learning* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nafei (2015) yang menjelaskan bahwa *organizational learning* memberikan dampak positif dalam pembentukan kinerja organisasi. Pada penelitian ini ditemukan bahwa forum diskusi, rapat merupakan sarana yang paling memberikan kontribusi dalam menciptakan proses *learning*, karena dapat menyampaikan ide, gagasan dari masing-masing karyawan. Sehingga, saran yang dapat diberikan sebaiknya kegiatan diskusi, rapat lebih diintensifkan dan dibuat sebagai kegiatan yang terjadwal, sehingga setiap kegiatan tersebut setiap karyawan yang ikut sebagai peserta dapat mempersiapkan diri sebelum rapat dan rapat dapat menghasilkan kebijakan, keputusan yang mengarah dalam penciptaan kinerja organisasi yang optimal.

PUSTAKA

- Argote, Linda dan Ella Miron-Spektor; 2011; *Organizational Learning: From Experience to Knowledge*; *Journal Organization Science*; Vol. 22, No. 5, pp. 1123–1137; Informs.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Harrim, Hussein M.; 2010; *Relationship between Learning Organization and Organizational Performance : Empirical Study of Pharmaceutical Firms in Jordan*; *Jordan Journal of Business Administration*; Volume 6, No. 3.
- Hernaus, Tomislav, MihaŠkerlavaj, VladoDimovski; 2008; *Relationship Between Organisational Learning And Organisational Performance: The Case Of Croatia*; *Journal of Transformations in Business and Economics*; www.researchgate.net/publication/228674163.

Hussein, Norashikin, AmnahMohamad, FauziahNoordin, Noormala Amir Ishak; 2014; *Learning Organization and its Effect on Organizational Performance and Organizational Innovativeness: A Proposed Framework for Malaysian Public Institutions of Higher Education*; *Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 299 – 304; Elsevier.

Kumari, Neeraj; 2011; *Balanced Scorecard for Superior Organizational Performance*; *European Journal of Business and Management*; Vol 3, No.5.

Nafei, Wageeh A.; 2015; *Organizational Learning and Organizational Performance: A Correlation Study in the Kingdom of Saudi Arabia*; *American International Journal of Social Science*; Vol. 4, No. 2.

Sarhaddi, Forouzan, FarangisSarhaddi, AbdolaliKeshtegar; 2013; *The Study of The Effect of Organizational Culture on Organizational Learning*; *Journal of Novel Applied Sciences*; www.jnasci.org

Uniati, Monica Ida; 2014; *Learning Organization, KomitmenPadaOrganisasi, KepuasanKerja, EfektivitasPenerapanSistem ISO danDampaknyaTerhadapKinerjaOrganisasi (StudiKasusStafAdministrasi UK Petra Surabaya)*; *JurnalManajemenPemasaran*; Vol. 8, No. 1.

Pengaruh *Return On Asset (Roa)*, *Current Ratio (Cr)* dan *Price Earning Ratio (Per)* Terhadap Kebijakan Pembagian Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

Ahmad Kholiq¹

STIE Widya Gama Lumajang
email:chuliq13@gmail.com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²

STIE Widya Gama Lumajang
email:pradnyataj@gmail.com

Muchamad Taufiq³

STIE Widya Gama Lumajang
email: muchamadtaufiqmh@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Return On Assets (ROA)*, *Current Ratio (CR)* Dan *Price Earning Ratio (PER)* terhadap kebijakan pembagian dividen pada perusahaan manufaktur sektor industri dan barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2014 - 2016. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Return On Assets* tidak ada pengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio*. *Current Ratio* ada pengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio*. Dan *Price Earning Ratio* tidak ada pengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio*.

Kata kunci : *Return On Assets* , *Current Ratio*, *Price Earning Ratio*, *Dividend payout Ratio*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of Return On Assets (ROA), Current Ratio (CR) and Price Earning Ratio (PER) on dividend payout policy in manufacturing industry and consumer goods sector in Indonesia Stock Exchange period 2014 - 2016. this shows that partially Return On Assets no positive influence on Dividend Payout Ratio. Current Ratio has positive influence on Dividend Payout Ratio. And Price Earning Ratio no positive influence on Dividend Payout Ratio.

Keywords: *Return On Assets, Current Ratio, Price Earning Ratio, Dividend payout Ratio.*

PENDAHULUAN

Investasi adalah komitmen saat ini atas uang atau sumber daya lain dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Sebagai contoh, seorang mungkin membeli beberapa lembar saham karena mengantisipasi pendapatan yang akan datang dari saham tersebut sebagai pembenaran atas waktu yang terikat maupun risiko investasi. Investor merupakan pihak yang rasional, sehingga pilihan investasi oleh investor akan memperhitungkan *expected return* yang akan diterima. *Return* tersebut yang dimaksud adalah dividen dan capital gain.

Return on asset merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur sejauh mana investasinya yang telah ditanamkan mampu memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan. *Return on assets* ini juga merupakan suatu aktivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Current ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar.

Price earning ratio merupakan rasio pasar yang mengindikasikan penghargaan investor terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan dalam *earning per share (EPS)* (Husnan, Suad,2000). Hal itu sejalan dengan kaidah teori signalling, bahwa investor akan tersignal dengan laporan fundamental perusahaan. Di sini, apakah benar investor tersignal oleh *earning per share (EPS)* yang dicapai perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Dividen

Investor merupakan pihak yang rasional, sehingga pilihan investasi oleh investor akan memperhitungkan *expected return* yang akan diterima. *Return* tersebut yang dimaksud adalah dividend dan *capital gain*.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) telah mengatur lebih tegas mengenai penggunaan laba perseroan. Penjelasan Pasal 71 ayat (3) UUPT menjelaskan lebih lanjut bahwa sebagian atau seluruh laba bersih dapat ditetapkan oleh RUPS untuk pembagian dividen terhadap pemegang saham, cadangan, dan/atau pembagian lain seperti tantiem bagi direksi dan komisaris serta bonus bagi karyawan yang berlaku bahwa perusahaan diperkenankan untuk mengambil cadangan dari *net income after tax* sampai cadangan mencapai 20% dari modal yang ditempatkan. Modal yang ditempatkan adalah modal yang disetor penuh ditambah modal yang belum disetor sehubungan dengan penerbitan saham seperti *Right Issue* dan Waran. Jumlah laba ditahan dan dividen yang akan dibagi diputuskan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Faktor – faktor yang dipertimbangkan dalam memutuskan pembagian dividen yang diusulkan oleh *Bord of Directors*, antara lain;

- Keuntungan (laba) perusahaan.
- Prospek pertumbuhan perusahaan.
- Ekpektasi pasar.
- Posisi kas (likuiditas)

Jenis Dividen Berdasarkan Tahun Buku sebagai berikut:

- Dividen interim
- Dividen final

Jenis dividen berdasarkan pembayaran sebagai berikut:

- Dividen tunai (*cash dividen*)
- Dividen saham (*stock dividen*)

Return On Assets (ROA)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah lab bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dari dana tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Rasio Lancar (*Current Ratio*)

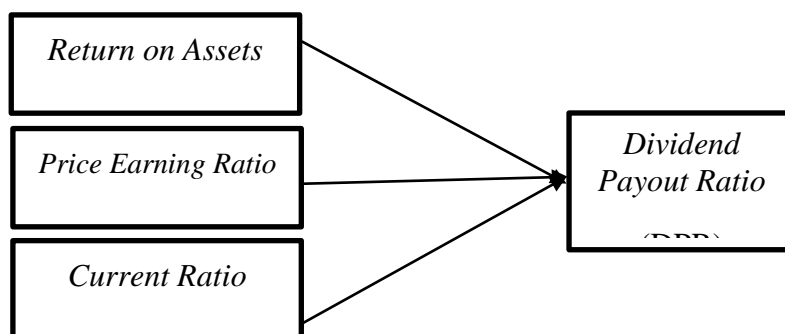
Rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Oleh sebab itu, rasio lancar dihitung sebagai hasil dibagi antara total aset lancar dengan total kewajiban lancar.

Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) merupakan ratio pasar yang mengindikasikan penghargaan investor terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan dalam *earning per share* (EPS) (Husnan, Suad,2000). Hal itu sejalan dengan kaidah teori *signalling*, bahwa investor akan tersignal dengan laporan fundamental perusahaan. Di sini, apakah benar investor tersignal oleh *earning per shere* (EPS) yang dicapai perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Variabel Independen dan Dependen



Sumber : Berbagai Sumber

Pengaruh *return On Assets* terhadap kebijakan pembagian dividen

Menurut Kasmir (2008:134) *Return On Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Menurut Samrotun (2015), apabila angka rasio tinggi, menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi (*return*) semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan Afrianti (2015) menyimpulkan bahwa *return on assets* terdapat pengaruh positif terhadap kebijakan pembagian dividen.

H₁ : Terdapat pengaruh variabel *Return On Assets* terhadap pembagian dividen (*Dividend Payout Ratio*)

Pengaruh *Current Ratio* terhadap kebijakan pembagian dividen

Perusahaan dalam membayar dividen memerlukan aliran kas keluar, sehingga harus tersedia likuiditas yang cukup (Sunarto dan Kartika, 2003). Semakin tinggi likuiditas yang dimiliki, perusahaan semakin mampu membayar dividen. Jika rasio *current ratio* tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendek berupa dividen kas. Jika rasio *current ratio* tinggi maka investor dapat memperoleh dividen kas sesuai dengan harapan pada saat berinvestasi. Semakin likuid sebuah perusahaan, kemungkinan pembayaran dividen yang dilakukan perusahaan tersebut akan semakin besar. Hasil penelitian yang dilakukan Saleh (2015) menyimpulkan bahwa *current ratio* terdapat pengaruh positif terhadap kebijakan pembagian dividen.

H₂: Terdapat pengaruh variabel *Current Ratio* terhadap pembagian dividen (*Dividend Payout Ratio*)

Pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap kebijakan pembagian dividen

Menurut Hery (2015:169), *price earning ratio* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Menurut Abdullah dan Agaki (2014), *price earning ratio* mengandung informasi mengenai laba bersih (*earning per share*) yang diperoleh perusahaan. Sebagaimana yang disebutkan didalam teori bahwa *price earning ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Secara teoritis laba bersih digunakan untuk memprediksi nilai dividen yang akan dibayarkan oleh perusahaan. Peningkatan jumlah dividen yang akan dibayarkan menandakan bahwa laba bersih perusahaan juga mengalami peningkatan. Sebagai prinsip *signalling*, adanya kenaikan dividen merupakan sinyal bagi investor dipasar modal bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus dimasa mendatang. Hasil penelitian yang dilakukan Afrianti (2015) menyimpulkan bahwa *price earning ratio* terdapat pengaruh terhadap kebijakan pembagian dividen.

H₃ : Terdapat pengaruh variabel *Price Earning Ratio* terhadap pembagian dividen (*Dividend Payout Ratio*)

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Assets* (ROA), *Current Ratio* (CR), *Price Earning Ratio* (PER) terhadap kebijakan pembagian dividen (*Dividend Payout Ratio*).

Sumber Dan Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang di peroleh merupakan data eksternal. Data eksternal merupakan data sekunder yang berasal dari berbagai intitusi diluar perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan melalui situs resmi di Bursa efek Indonesia yang menjadi sampel penelitian selama periode 2014-2016.

Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan perusahaan manufaktur sekktor industri dan barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 berjumlah 36 perusahaan.

Pada pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* atau sampel yang bertujuan secara subyektif dan agar penelitian ini dapat memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh pada kelompok/sasaran tertentu yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti sesuai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Laporan keuangan perusahaan memiliki komponen-komponen indikator pada variabel independen yaitu *return on assets*, *current ratio*, *price earning ratio* terhadap variabel dependen *dividend payout ratio* pada perhitungan yang dibutuhkan dalam penelitian selama periode 2014-2016.

2. Perusahaan manufaktur sektor aneka industri dan barang konsumsi yang memperoleh laba bersih selama periode 2014-2016.
3. Perusahaan manufaktur sektor aneka industri dan barang konsumsi yang membagikan dividen kas berturut-turut selama periode 2014-2016.

Tabel 1. Rekapitulasi Pengambilan Sampel Menggunakan *Purposive Sampling*

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah perusahaan manufaktur sektor industry dan konsumsi di Bursa Efek Indonesia	36
2	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian	(5)
3	Perusahaan manufaktur sektor aneka industri dan barang konsumsi yang tidak membagikan dividen berturut-turut selama periode 2014-2016.164943	(21)
	Sampel	10

Teknik Pengumpulan Data

Studi pustakamengkaji teori-teori yang diperoleh dari berbagai macam sumber literature seperti jurnal-jurnal penelitian, artikel, buku-buku dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini

VARIABLE PENELITIAN

Variabel Dependen

a. Dividen

Dalam penelitian pembagian dividen dihitung menggunakan deviden tunai dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar Ramli dan Arfan (2011):

$$Dividend\ Payout\ Ratio = \frac{Dividen\ Tunai}{Jumlah\ lembar\ saham\ yang\ beredar}$$

Variabel Independen

a. Return On Assets (ROA)

Dalam penelitian Afrianti(2015) *Return On Assets* menggunakan rumus:

$$Hasil\ pengembalian\ atas\ asset = \frac{laba\ bersih}{total\ aset}$$

b. Current Ratio (CR)

Dalam penelitianSaleh (2015) *Current Ratio* menggunakan rumus:

$$Rasio\ lancar = \frac{aset\ lancar}{kewajiban\ lancar}$$

c. Price Earning Ratio (PER)

Dalam penelitian Afrianti(2015) *Price Earning Ratio* menggunakan rumus:

$$Price\ Earning\ Ratio = \frac{Market\ Price\ Pershar}{Earning\ Per\ Share}$$

METODE ANALISIS DATA

Pengujian asumsi klasik

Uji normalitas data

Uji distribusi normal banyak digunakan untuk pengujian parametrik (data interval dan rasio). Jika pengujian parametrik tidak berdistribusi normal maka pengujian statistiknya harus menggunakan pengujian non parametrik. (Jogiyanto:2008)

Uji heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode glejser dengan cara menyusun regresi anatara lain absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson* (d). hasil perhitungan *Durbin-Watson* (d) dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k.

Uji multikolinearitas

Pendektasian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance-Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Menurut Sanusi (2011:134) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana

- Y = Pembagian Dividen
- a = Konstanta
- x_1 = Return On Assets
- x_2 = Current Ratio
- x_3 = Price Earning Ratio
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
- e = Variabel pengganggu

UJI HIPOTESIS

Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) dari persamaan regresi yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) *dividend payout ratio* yang dijelaskan oleh variabel bebas (X) *return in assets, current ratio, price earning ratio*. Koefisien kolerasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear diantara tiga variabel (*return in assets, current ratio, price earning ratio*), nilainya dapat negative atau positif. Sementara itu, R adalah koefisien kolerasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) *dividend payout ratio* dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

Uji signifikansi koefisien regresi secara parsial

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisiensi regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidak pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*return in assets, current ratio, price earning ratio*) terhadap variabel terikat (*dividend payout ratio*). berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk melakukan pengujian adalah *t* hitung.

Uji signifikansi koefisien regresi secara parsial (uji statistik *t*)

Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh parsial antara variabel bebas (*return on assets, current ratio, price earning ratio*) terhadap variabel terikat (*dividend payout ratio*) dengan mengasumsikan variabel lain adalah konstan.

Hasil pengujian terhadap *t*-statistik dengan standar signifikansi $\alpha = 5\%$ adalah

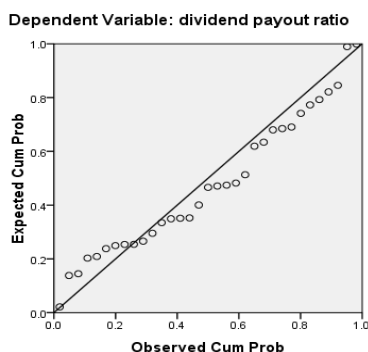
1. Hipotesis H_1
 - Jika signifikan $< \alpha$, maka H_1 diterima dan sebaliknya. Ini berarti bahwa ada pengaruh antara *return on assets* terhadap *dividend payout ratio*.
2. Hipotesis H_2
 - Jika signifikan $< \alpha$, maka H_2 diterima dan sebaliknya. Ini berarti bahwa ada pengaruh antara *current ratio* terhadap *dividend payout ratio*.
3. Hipotesis H_3
 - Jika signifikan $< \alpha$, maka H_3 diterima dan sebaliknya. Ini berarti bahwa ada pengaruh antara *price earning ratio* terhadap *dividend payout ratio*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Uji Normalitas Data

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)
 Dari data diatas dapat dilihat bahwa selama titik – titik disekitar garis diagonal dapat dikatakan bahwa data diatas berdistribusi normal.

Uji heterodatisitas

Tabel 2. Hasil Uji Heterodatisitas

MODEL	T	sig.	Ket.
1 (Constant)	0.921	0.366	Bebas
Price Earning Ratio	-0.06	0.952	Bebas
Return On Assets	1.242	0.225	Bebas
Current Ratio	-0.204	0.84	Bebas

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Pada tabel diatas ini menunjukkan bahwan mpada masing-masing variabel bebas menunjukkan *price earning ratio* Sig. 0,952, *return on assets* 0,225 dan *current ratio* 0,840. Dari hasil pengujian heterskedastisitas dengan metode glejser yang telah dilakukan dimana dari semua variabel bebas > 0,05 maka dinyatakan bebas uji heterskedastisitas

Uji autokorelasi

Tabel 3. Hasil Autokorelasi

MODEL	Durbin-Watson	Ket.
1	1.851	Bebas

a. Predictors: (Constant), current ratio, return on assets, price earning ratio

b. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Dari hasil SPSS hitung sebesar 1,851 dengan variabel bebas yang berjumlah 3 maka K-3 dalam tabel DW dimana yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$du = 1,6498$ sehingga dapat $4 - 1,6498 = 2,3502$

dl = 1,2138 sehingga dapat $4 - 1,2138 = 2,7862$
berdasarkan dari hasil *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,851 maka dinyatakan bebas autokorelasi.
Uji multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Multikolinearitas

Collinearity Statistics		
MODEL	VIF	Ket.
1		
	(Constant)	
	Price Earning Ratio	2.338
	Return On Assets	2.211
	Current Ratio	1.095

a. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji multikorelinearitas menunjukkan bahwa nilai dari VIF (*variance inflation factor*) untuk variabel *price earning ratio* 2,338, *return on assets* 2,211 dan *current ratio* 1,095 yang berarti dari semua hasil tersebut berarti < 10, sedangkan untuk nilai *tolerance* masing-masing variabel adalah PER 0,428, ROA 0,452, dan CR 0,913 dimana nilai tersebut juga lebih dari nilai *tolerance* 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil ini bebas uji multikolinearitas.

Hasil Ananlisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Persamaan Regresi Berganda

MODEL		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	3.847
	Price Earning Ratio	.927
	Return On Assets	1.045
	Current Ratio	.052

a. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Berdasarkan dari hasil pengolahan data diatas, maka dapat dituliskan rumus persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + X1 + X2 + X3 + e$$

$$Y = 3.847 + 0.927 + 1.045 + 0.052 + e$$

Dari persamaan linear berganda tersebut dapat disajikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta dalam regresi tersebut sebesar 3.847 dengan tanda positif, hal ini menunjukkan bahwa jika PER,ROA, dan CR diasumsikan konstan atau sama dengan nol, sehingga *dividend payout ratio* sebesar 3.847
- 2) Koefisien regresi PER sebesar 0,927 dengan tanda positif.
- 3) Koefisien regresi ROA sebesar 1,045 dengan tanda positif
- 4) Koefisien regresi CR sebesar 0,052 dengan tanda positif

Uji Model F

Berdasarkan dari kerangka pemikiran pad apenelitian ini maka dilakukannya uji model f. pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa berpengaruh positif. Dimana yang variabel bebas *price earning ratio*, *return on assets*, dan *current ratio* berpengaruh positif terhadap variabel terikat *dividend payout ratio*.

Tabel 6. Hasil Uji F

Nilai				
MODEL	F	Sig.	Ket.	
1	Regresion	6.095	.003a	Signifikan
Residual				

a. Predictors: (Constant), current ratio, retun on assets, price earning ratio

b. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

UJI HIPOTESIS
 Koefisien determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

MODEL	R	R Square
1	.643 ^a	.413

a. Predictors: (Constant), current ratio, return on assets, price earning ratio

b. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Pada bagian ini menunjukkan besarnya koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengetahui besaran dari variabel bebas *price earning ratio*, *return on assets*, dan *current ratio*. Koefisien determinasi juga digunakan untuk menghitung besaran pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel *dividend payout ratio*. Berdasarkan angka dari R square sebesar 0,413. Angka 0,413 atau sama dengan 41,3% . angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 41,3% dipengaruhi oleh variabel pada penelitian ini. Sedangkan sisanya yaitu 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji t (uji parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t

MODEL	Nilai		
	T	Sig.	Ket.
1 (constant)	.254	.802	
Price Earning Ratio	1.411	.170	tidak sig.
Return On Assets	1.416	.169	tidak sig.
Current Ratio	2.259	.033	signifikan.

a. Dependent Variable: dividend payout ratio

Sumber: Data sekunder yang diolah (2018)

Dapat dilihat dari hasil uji signifikan parsial (t) pada tabel diatas maka diketahui pengaruh variabel independen secara satu persatu (parsial) terhadap variabel dependen, yaitu:

- 1) Pengujian *price earning ratio* (PER)
 Pengaruh PER terhadap DPR menunjukkan hasil analisis uji t untuk variabel PER sebesar 1,411 dengan tanda positif, dan signifikansi 0,170 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa PER tidak berpengaruh terhadap DPR.
- 2) Pengujian *return on assets* (ROA)
 Pengaruh ROA terhadap DPR menunjukkan hasil analisis uji t untuk variabel ROA sebesar 1,416 dengan tanda positif, dan signifikansi 0,169 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa PER tidak berpengaruh terhadap DPR.
- 3) Pengujian *current ratio* (ROA)
 Pengaruh CR terhadap DPR menunjukkan hasil analisis uji t untuk variabel CR sebesar 2,259 dengan tanda positif, dan signifikansi 0,033 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa CR berpengaruh positif terhadap DPR.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap kebijakan pembagian dividen

Berdasarkan hasil uji parsial variabel independen *Price Earning Ratio* (PER) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) tidak berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). Berdasarkan teori yang digunakan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). Karena *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio yang menggambarkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham dari pembagian dividen yang dibagikan setiap RUPS pada para pemegang saham.

Pertimbangan yang dilakukan oleh para investor untuk membeli saham dengan melihat *Price Earning Ratio* (PER) perusahaan. Karena dengan melihat PER para investor bisa tahu dipasar modal

memiliki prospek bagus dimasa yang akan datang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Afrianti (2015) yang menyatakan *Price Earning Ratio* tidak ada pengaruh Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap kebijakan pembagian dividen

Berdasarkan uji parsial *Return On Assets* (ROA) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). salah satu faktor tidak terjadinya pengaruh positif karena periode sampel yang diambil pada laporan keuangan lebih banyak dan pada penelitian ini hanya ada 10 perusahaan yang membagi dividen secara berturut-turut pada periode penelitian ini. Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian ini bahwa *Return On Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Apabila angka rasio ini semakin tinggi, menunjukkan tingkat kinerja perusahaan semakin baik maka hal ini akan menyebabkan tingkat pengembalian (*return*) semakin tinggi. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Penelitian ini didukung oleh penelitian Jamil (2015), Afrianti (2015), danica (2009) dan Saleh (2015) berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Pengaruh *Current Ratio* terhadap kebijakan pembagian dividen

Berdasarkan hasil uji parsial, *Current Ratio* (CR) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) ada pengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). Berdasarkan rasio *current ratio* tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendek berupa dividen kas. Jika rasio *current ratio* tinggi maka investor dapat memperoleh dividen kas sesuai dengan harapan pada saat berinvestasi. Semakin likuid sebuah perusahaan, kemungkinan pembayaran dividen yang dilakukan perusahaan tersebut akan semakin besar. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jamil (2015), Afrianti (2015) berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji parsial variabel independen *Price Earning Ratio* (PER) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) tidak berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). Berdasarkan teori yang digunakan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Berdasarkan uji parsial *Return On Assets* (ROA) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR). salah satu faktor tidak terjadinya pengaruh positif karena periode sampel yang diambil pada laporan keuangan lebih banyak dan pada penelitian ini hanya ada 10 perusahaan yang membagi dividen secara berturut-turut pada periode penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji parsial, *Current Ratio* (CR) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) ada pengaruh positif terhadap *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan terhadap penelitian ini untuk kesempurnaan pada penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

- 1) Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih memperpanjang periode penelitian terhadap kebijakan pembagian dividen.
- 2) Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah variabel bebas (*price earning ratio*, *Return On Assets*, dan *Current Ratio*) terhadap variabel terikat (*Dividend Payout Ratio*) selain dari variabel bebas tersebut.
- 3) Pada penelitian selanjutnya bisa untuk mencoba pada sektor lain perusahaan yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Bodie, zvi., Alex Kane dan Alan J. Marcus.2014. *Manajemen Portofolio dan Investasi, edisi 2 buku 2*. Penerjemah Romi Bhakti hartarto, Adinda Presanti, dan Ika permatasari. Salemba empat: Jakarta
- Gumanti, Tatang Ary. 2013. *Kebijakan Dividen Teori, Empiris, dan Implikasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Hadi, Nor. 2015. *Pasar Modal edisi 2*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husnan, Suad.2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (keputusan jangka panjang)*. Yogyakarta:BPFE
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: PT Gramedia Widiasarana
- Jogiyanto,2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta:Andi

- Kasmir.2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Rajagrafindo Persada: Yogyakarta
- Paramita, Ratna Wijayanti D.2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. STIE Widya Gama Lumajang
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Taufiq, Muchamad.2017. *aspek hukum dalam ekonomi*. Edisi ke satu. Malang: Media nusa creative
- Fatahurrazak, dkk. 2015. Pengaruh *Return On Assets, Current Ratio, PriceEarningRatio* Dan *Debt ToEquityRatio* Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri DanBarang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2012-2014. *Jurnal dari Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang, Kepulauan Riau*.
- Marlina, Lisa, dan Clara Danica. 2009. Analisis pengaruh *cash position, debt equity ratio, return on assets terhadap dividend payout ratio*. *Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2, 2009*.
- Muhammadinah dan Mahmud Ahmad Jamil. 2015. Pengaruh *current ratio, debt to equity ratio, total asset turnover* dan *return on asset* terhadap *dividen payout ratio* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *I-Economics Journal, Vol. 1*.
- Saleh, Ahmadin. dkk. 2015. Pengaruh Rentabilitas Modal Sendiri, Solvabilitas, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. *Jurnal FEKON Vol.2*.
- Undang-undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT)

Pengaruh Informasi Laba Akuntansi Terhadap *Cumulative Abnormal Return*

Sani Maulidina¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: sanymaulidina@gmail.com

Ratna Wijayanti²
STIE Widya Gama Lumajang
email: pradnyataj@gmail.com

Muhammad Mudhofar³
STIE Widya Gama Lumajang
email: mudhofar16@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh informasi laba terhadap *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dengan menguji variabel perubahan *earnings per share* terhadap *cumulative abnormal return*. Melalui penelitian ini dapat diketahui ada tidaknya pengaruh informasi laba akuntansi terhadap *Cumulative Abnormal Return* (CAR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2016. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Dan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sebanyak 15 perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria yang menjadi sampel. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Hasil dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara perubahan *earnings per share* (PEPS) terhadap *cumulative abnormal return* (CAR). Artinya dalam hal ini para pelaku pasar memberikan respon yang positif atau dapat merespon terhadap adanya informasi laba (*earning per share*) yang diumumkan oleh para emiten serta para investor menggunakan informasi laba dalam hal pengambilan keputusan berinvestasi selama periode penelitian ini.

Kata kunci: *Cumulative Abnormal Return* (CAR), Perubahan *Earnings Per Share* (PEPS).

Abstract

This study aims to determine the effect of earnings information on Cumulative Abnormal Return (CAR) to test the change variable earnings per share on cumulative abnormalreturn. Through this research can know whether there is influence of accounting earnings information to Cumulative Abnormal Return (CAR) at manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in period 2014-2016. The population in this research is all manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) period 2014-2016. And for sampling technique in this research is by using purposive sampling method, as many as 15 manufacturing companies in accordance with the criteria to be sampled. While for data analysis technique used in this research that is using simple regression analysis technique. The result of this research concludes that there is an influence between change of earnings per share (PEPS) to cumulative abnormal return (CAR). This means that market players respond positively or respond to earnings per share announced by issuers and the investors are using profit information in terms of investment decision-making during this study period.

Keywords: *Cumulative Abnormal Return* (CAR), *Change of Earnings Per Share* (PEPS).

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi global dimana terjadi persaingan yang semakin ketat antar entitas, kelangsungan usaha dan kesempatan untuk bisa tumbuh dan berkembang suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor misalnya, ketersediaan dana dan jalan untuk mendapatkan sumber dana tersebut. Pasar modal menjadi alternatif penempatan dana bagi perusahaan selain perbankan atau investasi lainnya. Pasar modal juga sebagai salah satu tempat sumber dana diluar perusahaan, khususnya dalam ekonomi global yang sudah maju ini. Fungsi dari pasar modal yaitu dapat dijadikan sebagai suatu indikator pertumbuhan ekonomi negara. Menurut (Fahmi:2015) investasi pada pasar modal adalah penanaman modal pada suatu perusahaan

yang sifatnya jangka pendek dan motivasi utama seorang investor melakukan investasi di pasar modal adalah untuk mendapat *return* yang optimal. “Dasar dari keputusan investasi terdiri dari tingkat *return* harapan, tingkat resiko serta hubungan antara *return* dan resiko” (Tandelilin:2010:9). *Return* merupakan alasan utama atau bisa dikatakan harapan seorang investor dalam berinvestasi.

Para investor kebanyakan akan menginvestasikan dananya dalam bentuk saham ke perusahaan yang mempunyai kinerja bagus guna mendapat *return* yang diharapkan. Sangat wajar bila jika para investor menginginkan tingkat pengembalian yang optimal atas dana yang telah diinvestasikan. Seperti yang kita ketahui dalam dunia manajemen investasi, perlu adanya dibedakan antara *return* harapan dan *return* aktual atau yang sesungguhnya terjadi. Seorang investor memerlukan informasi untuk menilai kemampuan dan kinerja perusahaan yang sedang dijalankannya. Dalam memutuskan membeli atau menjual saham, para investor sangat memerlukan informasi akuntansi.

Laporan laba rugi merupakan salah satu produk informasi yang dihasilkan oleh perusahaan. Kinerja suatu perusahaan salah satunya dapat digambarkan melalui informasi laba yang ada di laporan keuangan perusahaan. Informasi laba dapat dijadikan sebagai indikator untuk memprediksi risiko dalam pengambilan keputusan berinvestasi yang tepat. Salah satu informasi yang tersedia di pasar adalah informasi *earnings* yang terdapat di laporan laba rugi. *EPS* dapat membantu investor dalam menentukan nilai saham serta digunakan sebagai pengukuran dari suatu kandungan informasi laba terhadap respon pasar.

Dalam berbagai penelitian berusaha untuk menemukan faktor-faktor spesifik perusahaan yang menjelaskan terjadinya *abnormal return* tersebut. Dalam hal ini teknik regresi banyak digunakan dimana *abnormal return* menjadi variabel dependennya dan beberapa faktor spesifik perusahaan yang digunakan sebagai variabel independennya serta ada beberapa penelitian mengenai studi peristiwa yang menggunakan *Cummulative Abnormal Return* dimana, *CAR* merupakan penjumlahan *abnormal return* hari sebelumnya di periode peristiwa di masing-masing sekuritas (Hartono:663:2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suratini dan Nikmah (2012), yang menyatakan bahwa perubahan *earnings per share* berpengaruh secara signifikan terhadap *abnormal return*. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Agustina dan Kianto (2012) dan Putri dan Azhari (2017), yang menyatakan bahwa bahwa informasi laba tidak berpengaruh terhadap *abnormal return* dan pasar tidak dapat merespon dari adanya informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat perbedaan dan ketidakkonsistenan hasil yang diperoleh. Oleh sebab itu, penulis menganggap masih harus dilakukan pengujian ulang agar mengetahui dengan pasti apakah informasi laba akuntansi berpengaruh terhadap *Cummulative Abnormal Return*. Penelitian ini diharapkan mampu melengkapi penelitian yang sudah ada serta dapat membantu investor dalam hal pengambilan keputusan berinvestasi dan penerimaan *abnormal return*.

KAJIAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No 1 par 9 Tahun 2017, menerangkan bahwa Laporan Keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari *financial statement* dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan dari laporan keuangan adalah memberikan informasi gambaran mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, *cash flow statement* yang bermanfaat bagi *user* laporan keuangan dalam pembuatan pengambilan keputusan ekonomik. Laporan Keuangan (*financial statement*) suatu perusahaan merupakan gambaran yang menjelaskan tentang kondisi keuangan suatu perusahaan.

Laba Akuntansi

Menurut Agustina dan Kianto (2012)“laba akuntansi adalah kenaikan ekuitas atau asset bersih atau kemakmuran bersih pemegang saham, sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa berdasarkan transaksi operasi pada suatu periode tertentu”.

Perubahan Laba per lembar saham (PEPS)

PEPS merupakan selisih dari *earnings per share* pada periode t dikurangi periode t-1. Menurut Setyawati (2011), *EPS* itu sendiri merupakan jumlah laba yang menjadi hak pemegang saham per lembar sahamnya dan sebagai salah satu indikator yang digunakan oleh investor untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba berdasarkan jumlah saham yang dimilikinya.

Pasar Efisien

Menurut Sari (2013) pasar efisien adalah pasar dimana harga dari semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia baik informasi di masa lalu maupun informasi yang beredar pada saat ini sehingga dapat mempengaruhi harga saham. Sari (2013) mengkalsifikasikan bentuk pasar efisien ke dalam tiga bentuk yaitu, efisiensi dalam bentuk lemah, setengah kuat, dan kuat.

Abnormal Return

Menurut (Agustina & Kianto, 2012) “*Abnormal return*, merupakan kelebihan dari *return* yang sesungguhnya terjadi terhadap *return* normal. Dengan demikian *return* tidak normal atau *abnormal return* merupakan hasil dari selisih *actual return* dengan *expected return*”. Ukuran *return* harapan dapat bermacam-macam. Ada yang menggunakan rata-rata *return* atau *return* pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat para peneliti terdahulu tentang metode *market adjust return model* yang beranggapan bahwa spekulator terbaik untuk mengestimasi *return* suatu saham adalah *return indeks* harga pasar pada saat tersebut.

“CAR merupakan kumulatif harian, bulanan, atau tahunan dari *abnormal return* dari awal sampai dengan berikutnya dibagi jumlah hari, bulan, atau tahun untuk setiap jenis saham” (Samsul:236:2015) maka *Cummulative Abnormal Return* dapat juga diartikan sebagai akumulasi *abnormal return* yang diperoleh dan dihitung dari selisih antara *return* sesungguhnya dengan *return* ekspektasi. Sedangkan Menurut (Paramita dan Ery, 2013) *CAR* merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap laba akuntansi yang dipublikasikan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini yaitu melakukan penelitian dengan pengujian hipotesis yang menjelaskan tentang sebab akibat antar variabel. Dimana yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah perubahan *EPS* dan variabel dependennya *CAR*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

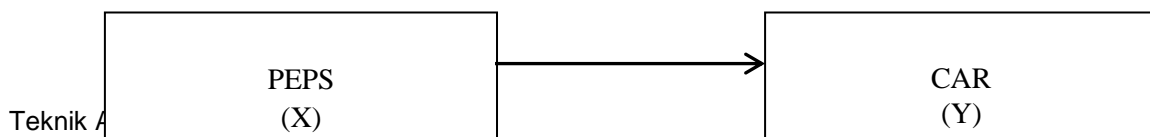
Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan teknik observasi secara tidak langsung yaitu dengan cara menggunakan teknik dokumenter data sekunder, Menurut (Paramita, 2015:60) “data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan akan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data”. Data tersebut berupa pengambilan data laporan kinerja perusahaan dengan cara mendownload data-data yang sesuai dengan penelitian seperti, data harga saham 5 hari sebelum dan sesudah pengumuman (*closing prices*), data IHSIG dari situs dunia investasi serta data *earnings per share (EPS)* yang diperoleh dari laporan kinerja dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya data yang diperoleh akan dilakukan proses evaluasi dengan cara *time series analysis* yaitu dengan cara membandingkan laba per lembar saham perusahaan pada satu periode ke periode lainnya.

Variabel Penelitian

Identifikasi variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Pertama yang menjadi variabel dependennya yaitu *CAR* (Y) dan kedua yang menjadi variabel independennya adalah informasi laba akuntansi yang diukur menggunakan perubahan *earnings per share (X)*



Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linier sederhana yaitu untuk menguji pengaruh informasi laba akuntansi (*PEPS*) terhadap *CAR*. Langkah pertama yang dilakukan yaitu: Mengumpulkan seluruh data, mengidentifikasi, menghitung dan mengolah data, melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan *software SPSS* dan mendiskripsikan hasil *output SPSS*. Sebelum melakukan uji regresi sederhana, harus dilakukan beberapa uji asumsi klasik dengan tujuan mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali:2011:105). Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji autokorelasi. Dan yang terakhir adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis ini dapat dilakukan dengan uji koefisien determinasi (R^2) dan uji partial (uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI ASUMSI KLASIK

Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat atau bebas dari adanya autokorelasi.

Tabel 1. Hasil Uji Autokorelasi

	Nilai
R	0.335 ^a
R square	0.112

Durbin Watson 2.400

Sumber : hasil output SPSS

Dari hasil pengolahan data pada tabel hasil uji autokorelasi diatas, diperoleh nilai Durbin - Watson hitung sejumlah 2.400, nilai ini nantinya akan dibandingkan dengan Durbin Watson Tabel, dimana $n = 45$, $k = 1$, dengan nilai $dl = 1.4754$, $du = 1.5660$, maka sesuai dengan kriteria $du < dw < 4-du$, dimana nilai d hitung terletak antara $1.5660 < d \text{ hitung} < 2.434$, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat autokorelasi sesuai dengan tingkat pengujian pada tabel Durbin – Watson pada teknik analisis data yang sudah ditentukan.

Sedangkan nilai R pada tabel hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan angka sebesar 0.335, dimana R ini adalah nilai simbol dan koefisien korelasi. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan dari variabel *PEPS* dan *CAR* bisa di kategorikan lemah. Nilai R square menunjukkan angka sebesar 0,112 dimana dalam hal ini berarti bahwa variabel *PEPS* berkontribusi sebesar 11,2% terhadap variabel *CAR*. Sedangkan 88.8% dipengaruhi faktor lain diluar *PEPS* ini.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	t hitung	Signifikansi	Hasil
PEPS	2.331	0.024	Terdapat pengaruh

Sumber: hasil output SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.024, dimana nilai ini lebih kecil dari tingkat nilai signifikansi alpha yaitu sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Hipotesis diterima. Hal ini berarti bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi adanya *Cummulative Abnormal Return (CAR)*. Dan dapat disimpulkan bahwa informasi laba akuntansi yang di ukur menggunakan *PEPS* berpengaruh terhadap *CAR*. Artinya, informasi laba akuntansi yang diukur menggunakan *PEPS* ini dapat memprediksi adanya *CAR*. Jika laba mengandung informasi, maka secara teori pasar akan bereaksi atas pengumuman laba tersebut. Dan dari adanya informasi laba yang diumumkan para investor akan mengetahui berapa *abnormal return* yang akan mereka dapatkan. Dalam hal ini kondisi pasar dapat dikatakan telah efisien, karena harga sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan.

Dan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suratini dan Nikmah (2011) yang berjudul "Reaksi pasar atas kinerja financial dan ketepatan publikasi laporan keuangan" dan memberikan kesimpulan bahwa perubahan *earnings per share* berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return*.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficient		Sig
	B	Std.error	
Constant	2.822	0.411	0.000
PEPS	0.339	0.415	0.024

Sumber: hasil output SPSS

Berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis diatas maka persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah $Y = 2.822 + 0.339X$, artinya bahwa apabila konstanta sebesar 2.822 dapat diinterpretasikan pada variabel Perubahan *Earnings Per Share (PEPS)* dianggap tetap (konstan) maka *Cumulative Abnormal Return (CAR)* sebesar 2.822 dan koefisien regresi *PEPS* = 0.339, artinya bahwa jika setiap perubahan *earnings per share* meningkat sebesar 0.01 atau 1 satuan, maka terjadi *cumulative abnormal return* sebesar 0.039.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang di olah pada aplikasi SPSS Versi 16 dapat disimpulkan sebagai berikut: informasi laba akuntansi berpengaruh terhadap *CAR*. Artinya, informasi laba akuntansi yang diukur menggunakan *PEPS* ini dapat memprediksi adanya *CAR*.

Laba yang mengandung informasi dapat ditunjukkan oleh reaksi pasar terhadap pengumuman laba sebagai suatu peristiwa. Jika laba mengandung informasi, maka secara teori pasar akan bereaksi atas pengumuman laba tersebut. Pasar telah memiliki harapan tentang berapa besarnya laba atas dasar semua informasi di pada saat diumumkan di publik. Dari adanya informasi laba yang diumumkan para investor akan mengetahui berapa *abnormal return* yang akan sesungguhnya mereka dapatkan.

Saran

Peluang yang sangat lebar bagi penelitian berikutnya diantaranya dengan menambah jumlah variabel independen atau variabel kontrol yang memiliki pengaruh terhadap *Cumulative Abnormal Return (CAR)* sehingga diharapkan hubungan variabel dapat dijelaskan lebih signifikan serta dapat menggunakan metode penelitian lainnya yang bisa digunakan untuk menganalisa dari judul penelitian yang sejenis, diantaranya menggunakan metode *mean adjust model*, sehingga diharapkan akan memperkaya analisa dalam menentukan *expected return*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lidya, dan Ferlysia Kianto. 2012. *Pengaruh Informasi Laba Akuntansi Terhadap Abnormal Return pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks LQ45*. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 4, No.2: 135-152.
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Jogiyanto. 2016. *Teori Portofolio dan Investasi*. Edisi 10. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Paramita, Ratna Wijayanti, D.P. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. STIE WIDYA GAMA : Lumajang
- Paramita, Ratna, W.D.P., Ery Hidayanti. 2013. *Pengaruh ERC Terhadap Harga Saham*. *Jurnal WIGA*, Vol. 3, No.1. ISSN 2088-0944.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Tahun 2017.
- Putri, Emunda P, Muhammad Azhari. 2017. *Determinasi Koefisien Respon Laba*. Vol. 4, No.3. ISSN 2355-9357.
- Samsul, Mohammad. 2015. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, Yulimel. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Kecukupan Modal dan Likuiditas Terhadap Harga Saham*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Setyawati, Ike Kurnia. 2011. *Analisis Pengaruh Perubahan Faktor Fundamental Terhadap Cummulative Abnormal Return Saham Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Listing di BEI*. Skripsi. Universitas Lampung: Lampung.
- Suratini dan Nikmah. 2012. *Reaksi Pasar Atas Kinerja Finansial dan Ketepatan Publikasi Laporan Keuangan*. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 2, No.1: 60-77.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi (Teori dan Aplikasi)*. Kanisius: Yogyakarta.

Penguatan Mitra Kelompok Keroncong Dari Aspek Yuridis Dan Sosiologis

Ratnaningsih¹
Universitas Lumajang
email: ratnafaradisa@gmail.com

Titis Srimurni² (Spasi 1, Arial, 10pt, Centered)
Universitas Lumajang
email: titis_unilu@yahoo.co.id

Titik Sriastutik³ (Spasi 1, Arial, 10pt, Centered)
Universitas Lumajang
email: Titik_sriastutik@yahoo.com

Abstrak

Penulisan artikel ini merupakan implementasi Program Kemitraan Masyarakat Hibah Kemenristek Dikti yang diperoleh penulis pada tahun 2018. Mitra kelompok keroncong dalam program ini adalah “Keroncong Band Lumajang Citra (KBL CITRA)” dan Komunitas Pencinta Keroncong (KPK). Permasalahan mitra antara lain aspek yuridis belum dimilikinya Nomor Induk Organisasi Kesenian. Serta belum mendaftarkan lagukeroncong karya cipta mitra pada kementerian Hukum dan HAM direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, persoalan aspek sosiologis belum banyak dikenalnya kelompok keroncong ini oleh masyarakat dan belum ada pembinaan yang intensif baik dari Dinas Pariwisata dan kebudayaan juga Dewan Kesenian Lumajang. Metode yang telah dilaksanakan sebagai perwujudan memberikan penguatan bagi mitra dari aspek yuridis berupa pendaftaran mitra pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang sehingga keberadaan kelompok keroncong ini mempunyai legalitas dengan diterbitkannya Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang. Selain itu juga mendaftarkan karya cipta lagu keroncong mitra pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jendral Hak Atas Kekayaan Intelektual dan saat ini ada sepuluh karya cipta lagu keroncong mitra yang berhasil mendapatkan Surat Pencatatan Ciptaan guna memberikan kepastian hukum bagi mitra atas hak cipta lagu keroncong yang dimilikinya. Penguatan dari aspek sosiologis pada mitra berupa upaya promosi melalui pagelaran lagu keroncong karya cipta mitra, serta publikasi baik melalui media cetak, media sosial maupun media elektronik. Bantuan peralatan berupa audio mixer serta bantuan seragam guna penunjang mitra saat pagelaran/show, serta fasilitasi pembinaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dan Dewan Kesenian Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci: Yuridis, Sosiologis, Hak Cipta, Promosi, Publikasi

Abstract

The writing of this article is the implementation of the Program Kemitraan Masyarakat Hibah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi in 2018 years. Keroncong group partners this program are “Keroncong Band Lumajang Citra (KBL Citra)” and Komunitas Pecinta Keroncong (KPK). Partner Problems include juridical aspect has not owned the Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) and has not registered keroncong song created by the Kementerian Hukum dan HAM Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. The Sociological aspect has not been known by keroncong group by Society and there is no intensive guidance either from Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang. Metode that has been implemented as an embodiment to provide strengthening for partners from the juridical aspect in the Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) from Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang, so that this keroncong group has the legality with the issuance of the main Nomor Induk Organisasi Kesenian, beside also register the work of copyrights Keroncong song partners at the Kementerian Hukum dan HAM Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual and currently there are ten copies of songs keroncong partners who managed to get a

certificate of Creation work of partners and publication either through print media, social media and electronic media. Help equipment assistance in the form of audio mixer and aid uniform to support partners when performances/show as well as facilitation guidance Dinas Pariwisata dan Kebudayaan So Dewan Kesenian Lumajang.

Keywords: Juridical, Sociological, Copyright, Promotion , Publication

PENDAHULUAN

Musik keroncong merupakan salah satu alternatif pilihan bagi masyarakat untuk dapat mendengarkan musik yang diminatinya. Keberadaan music/ lagu keroncong yang masih bertahan hingga saat ini justru membuat Indonesia semakin kaya akan budaya. Sehingga musik keroncong sendiri juga patut untuk dipertahankan. Keroncong adalah jenis musik khas Indonesia yang menggunakan instrumen musik dawai. Fluit dan vokal (wikipedia bahasa Indonesia, ensyklopedia : <http://id.m.wikipedia.org/wiki/keroncong>) Pada dasarnya setiap lagu tidak ada pengaruhnya dengan genre musik karena setiap lagu jenis apapun bisa dibuat dan diaransemen ulang kedalam genre musik apapun. Sebuah karya cipta harus mendapatkan sebuah perlindungan hukum, serta hak pencipta harus diakui dan dilindungi baik secara moral maupun ekonomi (Otto Hasibuan: 2014: 6). Konsep kekayaan intelektual yang mendapatkan perlindungan hukum merupakan suatu konsep yang relatif lama bagi sebagian besar negara-negara di dunia, tetapi belum bagi negara-negara yang berkembang. Baru di penghujung abad ke 20 tercapai kesepakatan global negara-negara untuk memasukkan konsep kekayaan-kekayaan intelektual termasuk hak cipta dilindungi hukum sehingga menjadi hak kekayaan intelektual (Badan Penelitian dan Pengembangan HAM Kementrian Hukum dan HAM RI:2013:1). Suatu kekayaan intelektual yang merupakan hasil olah pikir intelektual manusia dari berbagai etnik, suku bangsa dan budaya berperan strategis dalam mendukung pembangunan bangsa.

Hak Cipta adalah sebagai bagian dari Hak Milik Intelektual yang sekarang di sebut dengan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dalam arti luas termasuk hak milik industri (hak atas kekayaan perindustrian) sedangkan dalam arti sempit hak cipta mencakup seni dan budaya, sastra dan ilmu pengetahuan (Sophar Maru Hutagalung:2012: 3) Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta untuk mengumumkan dan memperbanyak ciptaannya dalam bidang ilmu pengetahuan seni dan sastra. Karena ciptaan –ciptaan ini dilindungi hak cipta sebagai hak eksklusif, ciptaan-ciptaan ini menjadi hak yang senmata-mata diperuntukkan bagi pencipta atau pihak lain yang diperbolehkan memanfaatkan hak tersebut dengan seijin penciptanya (Asian Law Group: 2013:6). Di Kabupaten Lumajang terdapat beberapa komunitas atau kelompok keroncong. Terkait Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tim pelaksana memilih mitra Keroncong Band Lumajang Citra (selanjutnya disebut KBL Citra) dan Komunitas Pecinta Keroncong (selanjutnya disebut KPK). Berkaitan dengan profil mitra untuk KBL Citra, kelompok seni musik keroncong ini di dirikan oleh Slamet Efendi WNI keturunan Tionghoa pada 27 July 2007. Bapak Slamet effendi atau yang akrab dipanggil Om Ging lahir pada tanggal 6 Januari 1935 (82 Tahun). KBL Citra beralamat di Jl. Dr. Kusnadi No.013, Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang. Tujuan Slamet Efendi mendirikan KBL Citra agar musik keroncong terus dapat dilestarikan. Upaya kaderisasi pun dilakukannya terhadap anak-anak atau remaja yang memiliki ketertarikan dengan genre musik keroncong tanpa memungut iuran sedikitpun. Pengabdian yang luar biasa di bidang musik keroncong ini beliau lakukan tanpa pamrih. Slamet Efendi memiliki bakat yang luar biasa dalam menciptakan lagu keroncong akan tetapi sebelumpelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat belum pernah mendaftarkan hak cipta lagu ciptaannya. Terkait dengan Komunitas Pecinta Keroncong (KPK) kelompok keroncong ini ada di Lumajang binaan dari Sugiono atau akrab dipanggil Ogiek. Sugiono lahir di Lumajang pada tanggal 5 Mei 1954. Komunitas Pecinta Keroncong ini didirikan pada tanggal 16 September 2016. Adapun tempat latihan KPK beralamat di Jalan Wachid Hasyim gang 4/9C kelurahan Tompokersan Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Ide dasar mendirikan KPK adalah menampung para penggemar keroncong ini dengan memberi nama komunitas artinya tidak terbatas pada anggota, siapapun boleh mengisi kegiatan di KPK sebagai ajang membaktikan diri pada seni keroncong.

Kedua mitra ini meskipun memiliki markas sendiri-sendiri sebagai tempat berlatih tetapi seringkali kedua mitra ini berkolaborasi utamanya dalam hal menciptakan lagu keroncong. Buah karya kedua mitra sangat banyak sebagai hasil perpaduan karya antara mitra 1 dan mitra 2, lebih dari 60 lagu sudah diciptakan oleh mereka berdua. Bapak Slamet Efendi (Mitra 1) juga sangat mahir menciptakan lagu-lagu keroncong yang dibawakan dengan sangat merdu baik oleh beliau sendiri maupun anggota group ini. Beliau juga sering berkolaborasi dengan mitra 2 bapak Sugiono dalam menciptakan lagu dengan pembagian tugas beliau menciptakan notasinya sedang bapak Sugiono

menciptakan syairnya/ liriknya. Lebih dari 60 lagu yang beliau ciptakan berdua. Kedua mitra dalam lagu-lagunya sering kali terinspirasi dengan apa yang dilihat di sekitar mereka. Banyak diantara karyanya menceritakan keindahan kota Lumajang. Permasalahan yang dihadapi mitra bersifat yuridis dan sosiologis. Permasalahan yuridisnya adalah sejak didikan kelompok music keroncong ini belum pernah mengurus Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) yang dikeluarkan oleh Dinas pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Lumajang sehingga dapat diartikan keberadaannya belum memiliki legalitas minimal dari pemerintah daerah kabupaten Lumajang. Selain itu mitra juga belum pernah mendaftarkan lagu keroncong ciptaannya pada Kementrian Hukum Dan Hak Asasi Manusia (Kemenkum-HAM) sedangkan pendaftaran hak cipta sangat penting artinya bagi mitra berkaitan adanya kepastian hukum atas hak cipta lagu keroncong yang diciptakannya. Sedangkan permasalahan sosiologisnya meliputi beberapa hal: Keberadaan kelompok keroncong yang didirikan dan dibina oleh mitra ini banyak masyarakat Lumajang yang belum mengetahuinya sehingga memerlukan sarana prpmosi maupun publikasi. Selain itu mitra belum memiliki audio mixer yang berfungsi sebagai sarana mengontrol berbagai peralatan music keroncong sehingga menjadi kendala tersendiri ketika harus tampil. Mitra juga belum memiliki sragam musisi yang sehingga kalau tampil dengan kostum serabutan kurang indah dipandang mata. Serta belum adanya pembinaan yang intensif dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang serta Dewan Kesenian Lumajang. Keadaan tersebut menjadikan mitra sulit untuk berkembang

METODE PELAKSANAAN

Guna realisasi program untuk menyelesaikan permasalahan mitra, beberapa langkah telah ditempuh antara lain:

- 1) Pendampingan
Pendampingan yang dilakukan berupa pengurusan Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) pada Dinas pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Lumajang. Pendaftaran hak cipta pada Kementrian Hukum dan HAM dirjen HAKI Jawa Timur yang beralamat di jalan Kayon No 50-52 Surabaya.
- 2) Pagelaran Musik Keroncong Lagu-Lagu Karya Cipta Mitra
Pagelaran musik keroncong yang akan menampilkan lagu-lagu karya cipta kedua mitra dengan mengundang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang, serta perwakilan dari Dewan Kesenian Lumajang juga masyarakat pencinta musik keroncong.
- 3) Publikasi melalui media cetak, dan elektronik dan media sosial
Upaya publikasi perlu untuk dilakukan guna memperkenalkan mitra pada masyarakat.
- 4) Bantuan seragam bagi musisi kedua mitra
Selama ini musisi baik pada KBL Citra maupun KPK belum memiliki seragam anggota oleh sebab itu melalui program PKM ini tim pengusul ingin mengusulkan pembelian seragam bagi musisi kedua mitra yang akan diberikan pada musisi baik bagi KBL Citra maupun KPK
- 5) Bantuan Audio Mixer bagi KPK
Komunitas Pecinta Keroncong (Mitra 2) adalah kelompok keroncong yang baru 8 bulan berdiri. Peralatan yang dimiliki belum selengkap KBL Citra (Mitra 1). Bapak Sugiono dalam kesederhanaan kehidupannya tetap memiliki semangat guna melestarikan seni keroncong. Hal yang layak dan patut kita apresiasi. Oleh sebab itu melalui program PKM tim pengusul bermaksud memberikan bantuan alat berupa audio mixer yang belum dimiliki KPK dan alat ini sangat diperlukan apalagi untuk kegiatan pentas.
- 6) Fasilitasi pembinaan Disbudpar dan DKLLangkah pertama yang tim pengusul lakukan yaitu dengan melakukan koordinasi dengan kedua lembaga tersebut mulai dari awal penyusunan proposal hal ini dimaksudkan agar kedua lembaga ini nantinya dapat mendukung kegiatan tim pengusul dan mitra, memahami tujuannya dan dapat memberikan bantuan pembinaan yang bersifat tetap dan berkelanjutan bagi kedua mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna realisasi Program Kemitraan Masyarakat sebagaimana metode yang ditetapkan, beberapa program telah dilaksanakan yaitu:

1. Pendampingan
Mitra KBL Citra dan KPK belum tercatat pendataannya pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang, padahal inventarisasi atau pendataan kelompok kesenian ini sangat diperlukan agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Lumajang guna upaya pembinaan maupun pelestarian kesenian ataupun kebudayaan di Lumajang. Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) sangat di butuhkan bagi eksistensi kelompok seni, juga agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memberikan rekomendasi ketika kelompok kesenian ini ingin tampil

di masyarakat. Seyogyanya tanpa adanya NIOK sebuah pertunjukkan bisa saja dibubarkan dengan alasan keamanan, oleh sebab itu mendaftarkan kelompok keroncong mitra pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang sesuatu yang urgen yang harus ditindak lanjuti. Landasan hukum dari kewajiban mengurus Kartu NIOK ini adalah Keputusan Bupati Lumajang Nomor; 188.45/288/427.12/2009 tentang Nomor Induk Kesenian (NIOK) dan Kartu Tanda Anggota (KTA) Pelaku Seni di Kabupaten Lumajang. Tim pelaksana PKM melalui programnya telah melakukan upaya pendampingan bagi mitra dengan mengurus persyaratan pengajuan NIOK. Sebetulnya pengurusan NIOK ini bukan sesuatu yang sulit, terlebih tidak ada biaya guna pengajuannya (gratis). Persyaratan pengajuan NIOK antara lain: mengisi formulir pendaftaran, Foto Copy Kartu Tanda Penduduk sebanyak 2 Lembar dan foto ukuran 3x2: 2 lembar. Saat ini mitra KBL Citra yang dipimpin Slamet Efendi dan beralamat di Jalan Panglima Sudirman 65 RT 02 RW 02 Tompokersan Kecamatan Lumajang melalui Program Kemitraan Masyarakat ini telah memiliki Kartu Nomor Induk Kesenian dengan nomor 431.11/025/427.50/2018. Berlaku mulai tanggal 16-4-2018 hingga 16-04-2020. Demikian pula Komunitas Pecinta Keroncong (KPK) yang dipimpin oleh Sugiono yang beralamat di jalan KH. Wahid Hasyim IV/9 C RT.06 RW 10 Tompokersan Kecamatan Lumajang juga telah memiliki Kartu NIOK dengan No Induk: 431.11/025/427.50/2018 dan berlaku selama 2 (dua) tahun sejak 16-4-2018 hingga 16-4-2020 setelah itu harus diperpanjang kembali jika kelompok keroncong ini masih eksis.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan karya lagu sebagai komoditi industri yang bernilai tinggi, baik secara estetis maupun ekonomis. Begitupun pada lagu- lagu keroncong.. Suatu hak cipta (copy right) merupakan bagian HKI terkandung hak-hak eksploitasi atau hak ekonomi (economic rights) dan hak moral (moral right). Berdasarkan hak ekonomi, dapat terjadi seorang pencipta mengeksploitasi karya cipta sedemikian rupa untuk memperoleh keuntungan-keuntungan ekonomi, oleh karena itu apabila suatu ciptaan tidak dikelola secara tertib berdasarkan seperangkat kaidah-kaidah hukum, maka dapat menimbulkan sengketa antara pemilik hak cipta dengan pemegang hak cipta (pengelolanya). Untuk pengaturannya diperlukan seperangkat ketentuan-ketentuan hukum efektif dari segala kemungkinan pelanggaran oleh mereka yang tidak berhak atas ciptaan seseorang. (Eddy Damian: 2014: 9). Berdasarkan ketentuan konvensi Internasional di bidang hak cipta, termasuk dalam praktek perlindungan atas kreasi terhadap karya seni dan karya sastra tidak mengenal atau tidak mewajibkan adanya pendaftaran ciptaan pada instansi tertentu pada suatu negara. Suatu doktrin yang digunakan untuk memproteksi hak cipta bahwa suatu ciptaan sudah mendapatkan perlindungan hukum sejak ciptaan selesai dibuat, dan dapat diketahui, didengar, dilihat oleh pihak lain (*first to publish*) yang menimbulkan kepemilikan hak bagi pencipta ataupun pemegang haknya. Prinsip ini dikenal dengan asas deklaratif (*declarative principal*) dalam artian suatu ciptaan itu bukan berupa ide-ide atau gagasan, namun merupakan ungkapan nyata dari ide-ide atau gagasan tersebut (*protected expression of ideas*). Kepemilikan suatu ciptaan tidak ditentukan oleh adanya registasi karena suatu karya cipta sudah mendapatkan perlindungan hukum sejak pertama kali diumumkan, namun secara khusus di Indonesia diselenggarakan mekanisme pendaftaran. Tujuan dari pendaftaran ciptaan dibuat dalam rangka agar negara melalui pemerintah sebagai pelaksananya dapat mengetahui secara positif kepemilikan suatu ciptaan yang beredar di masyarakat atau berada di wilayah Republik Indonesia, dalam hal ini dapat mengetahui secara formal pencipta, pemegang hak, jenis ciptaan. Dengan adanya pendaftaran ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum baik bagi pemilik dan pihak berkepentingan (Suyud Margono: 2012: 239-241).

Mitra PKM dalam artikel ini adalah 2 mitra yang sangat aktif dalam menciptakan lagu-lagu keroncong sering pula keduanya berkolaborasi untuk menghasilkan karya lagu keroncong. Ada sekitar 60 lagu keroncong yang mereka ciptakan baik sendiri maupun bersama-sama, akan tetapi belum ada satupun yang mereka daftarkan hak ciptanya. Oleh sebab itu melalui program ini tim pengusul telah melaksanakan pendampingan sehingga saat ini ada 10 Judul lagu yang telah memperoleh Surat Pencatatan Ciptaan sebagai bukti karya ciptanya telah didaftarkan ke Kementerian Hukum dan HAM Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang sepenuhnya pendanaan berasal dari program hibah Program Kemitraan Masyarakat Kemenristek Dikti. Adapun karya cipta lagu keroncong yang dimaksud sebagai mana dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel :1 Karya Cipta Mitra Yang Telah Mendapatkan Surat Pencatatan Hak Cipta:

No	Lagu Ciptaan	Pencipta	Pemegang Hak Cipta	Nomer : Surat Pencatatan Hak Cipta
1.	Hujan Turun Pagi Hari	Slamet	Sugiono/Ogiek	000106992

		Efendi/Sugiono (Ogiek)		
2.	Negeri Kahyangan	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Slamet Efendi	000106990
3.	Terperosok	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Sugiono/Ogiek	000106988
4.	Obsesi Pejuang	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Slamet Efendi	000106991
5.	Rintik Hujan Berselimut Kabut	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Slamet Efendi	000106989
6.	Lumajang Idaman Hati	Sugiono/ Ogiek	Sugiono/Ogiek	000106983
7.	Wisata Taman Kota	Sugiono/ Ogiek	Sugiono/Ogiek	000106984
8.	Bravo Keroncong Manula	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Sugiono/Ogiek	000106985
9.	Jharan Kencak	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Slamet Efendi	000106986
10	Pantai Impian	Slamet Efendi/Sugiono (Ogiek)	Sugiono/Ogiek	000106987

Pendampingan tim PKM Universitas Lumajang masih akan terus berlanjut hingga masa hibah berakhir. Pendampingan juga dilakukan pada waktu mitra melaksanakan kegiatan pertunjukan lagu keroncong, seperti pada bulan Agustus ini, tim PKM juga membantu mendampingi mitra ketika pertunjukan missal ke Maron Probolinggo pada tanggal 5 Agustus 2018 yang telah berjalan lancar dan sukses, dengan atensi yang luar biasa dari pengundang. Pada tanggal 19 Agustus 2018 tim PKM Universitas Lumajang juga membantu mitra mengadakan kegiatan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia ke 73 di Gedung KBL Citra Lumajang dengan jumlah undangan berkisar 100 orang.

Gambar kegiatan pendampingan Ketua Tim PKM pada kegiatan Show dalam rangka HUT RI ke-73 di Maron Probolinggo



2. Pagelaran Lagu Keroncong Karya Cipta Mitra

Secara kodrati manusia merupakan makhluk yang mengenal keindahan, setiap manusia memiliki nilai seni dalam dirinya. Hal ini terungkap bahwa dalam nilai seni manusia berekreasi menghasilkan karya-karya seni yang didalamnya terdapat nilai estetika. Manusia sebagai makhluk sosial tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat. Begitu juga dalam berkarya seni seorang seniman tidak dapat lepas dari masyarakat atau ruang publik. Karena yang menentukan nilai kelayakan atau ketidaksiapan sebuah karya adalah publik.

Guna mempromosikan lagu-lagu ciptaan mitra yang telah dilakukan pendaftaran hak ciptanya maka melalui program kemitraan masyarakat ini diadakan pula kegiatan berupa pagelaran lagu keroncong mitra. Pagelaran keroncong merupakan bentuk komunikasi seni dalam ruang publik agar dapat dinikmati masyarakat. Pada kesempatan ini dua mitra yang menjadi sasaran program ditampilkan dengan membawa misi masing-masing. Untuk anggota mitra KBL Citra misinya adalah memperkenalkan lagu ciptaan mitra kepada masyarakat, sehingga lagu – lagu yang dibawakan adalah khusus lagu-lagu ciptaan Slamet Efendi/ Ogiek. Sedangkan mitra Komunitas Pecinta Keroncong misinya lebih kearah mengemas lagu keroncong supaya dapat menarik minat masyarakat utk menikmatinya, oleh karena itu KPK ini lebih bersifat modern tidak ada keharusan menyanyikan lagu keroncong tradisional/ sesuai pakem. Lagu – lagu yang dibawakan bervariasi mulai lagu mancanegara hingga dangdut dan campur sari yang dikemas dalam alunan musik keroncong. Pagelaran ini diikuti oleh sekitar 75-100 undangan dari para pecinta lagu keroncong serta civitas akademika Universitas Lumajang. Kegiatan ini tak lain adalah sebagai bentuk ajang bhakti upaya pelestarian lagu keroncong di kabupaten Lumajang. Pada kesempatan ini juga merupakan ajang fasilitasi pembinaan mitra oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang serta Dewan Kesenian Lumajang yang diundang pula saat pagelaran. Acara pagelaran ini digelar bersamaan peringatan hari Kartini tepatnya dilaksanakan pada tanggal 22 April 2018 sehari setelah hari lahir Ibu Kita Kartini. Berkaitan dengan hal itu maka tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat ini dijuluki Tim Kartini Universitas Lumajang dengan keanggotaan sebanyak 10 orang (8 mahasiswa ditambah 3 tim dosen) yang kesemuanya adalah kaum wanita. Pada kesempatan ini juga dilakukan penanda tanganan berita acara penyerahan dokumen yuridis berupa NIOK dan register pendaftaran hak cipta, serta penanda tanganan berita acara bantuan audio mixer 12 chanel merek Mackie pada Mitra 2 atau Komunitas Pecinta Keroncong, untuk KBL Citra telah memiliki audio mixer sebagaimana dimaksud. Disamping itu, melalui program ini tim pelaksana juga menyerahkan bantuan seragam bagi musisi baik untuk KBL Citra maupun KPK demi pengembangan (aspek estetika panggung) bagi mitra lebih lanjut. Acara ini berlangsung semarak dengan menampilkan pula tim pelaksana PKM (dosen dan mahasiswa) menyanyikan lagu ciptaan mitra yang berjudul : Wisata Taman Kota ciptaan mitra 2 yaitu Sugiono/Ogiek. Kegiatan pagelaran ini merupakan salah satu bentuk promosi secara langsung yang dapat dinikmati oleh masyarakat pecinta musik keroncong dan masih akan ada even lanjutan yang dimaksudkan untuk lebih memaksimalkan upaya pengenalan kelompok keroncong ini bagi masyarakat luas

Gambar keg pagelaran



3. Promosi keroncong dan publikasi Melalui Media cetak dan Elektronik

Publikasi berdasarkan pengertian dalam wikipedia (publikasi - wikipedia, ensiklopedia; <https://id.m.wikipedia.org/wiki/publikasi>) yaitu membuat konten yang diperuntukkan bagi publik atau umum. Kata publikasi berarti tindakan penerbitan. Penggunaan yang lebih spesifik dapat bervariasi misalnya berupa teks, gambar, konten audio visual di media apapun seperti surat kabar, majalah dan lain-lain atau bentuk penerbitan elektronik seperti CD. Sedangkan promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk barang/jasa. Program Kemitraan Masyarakat dalam artikel ini memiliki tujuan untuk mengenalkan genre musik keroncong pada masyarakat khususnya di Kabupaten Lumajang sekaligus memperkenalkan/ menyebarluaskan karya cipta mitra dalam menciptakan lagu keroncong. Berbagai upaya masif telah dilakukan selama kegiatan ini berlangsung. Bentuk promosi dan publikasi yang telah dilaksanakan dalam program ini antara lain;

a. Media cetak

Upaya yang dilakukan berupa pemberitaan kegiatan pada koran Jawa Pos Radar Semeru tanggal 23 April 2018 dengan judul berita Daftarkan Lagu Keroncong Slamet-Ogiek, melalui pemberitaan Jawa Pos ini yang memiliki oplah cukup besar masyarakat Lumajang mengetahui bahwa Lumajang memiliki pencipta lagu keroncong yang selama ini tidak mereka ketahui, begitu juga merupakan sarana promosi bagi Keroncong Band Lumajang " Citra" dan Komunitas Pecinta Keroncong guna upaya pelestarian budaya keroncong khususnya di kabupaten Lumajang agar masyarakat yang memiliki ketertarikan pada genre musik keroncong dapat bergabung pada mitra. Selain itu selaku akademisi tim pelaksana PKM ingin mensosialisasikan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat sebagai bentuk kepedulian Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui hibah PKM, sekaligus sosialisasi tri dharma perguruan tinggi bagi seorang dosen.

Kegiatan pagelaran keroncong juga diliput oleh majalah suara PGRI ISSN : 2356-4857 Edisi 100 tanggal 1 Mei 2018 yang juga memiliki website : www.majalahsuarapgri.wordpress.com (majalahsuarapgri@yahoo.com dan majalahsuarapgri@gmail.com dalam pemberitaannya sangat mengapresiasi upaya yang dilakukan tim PKM Universitas Lumajang yang menggelar pagelaran keroncong secara gemilang sekaligus informasi pula pada masyarakat segala upaya yang dilakukan tim PKM Universitas Lumajang melalui dana hibah Kemenristek Dikti guna pelestarian lagu keroncong. Semua agenda kegiatan tertuang jelas dalam pemberitaan Suara PGRI.

b. Media elektronik

Guna publikasi kegiatan PKM agar dapat didengar oleh semua lapisan masyarakat, tim PKM juga mengadakan talkshow campursari melalui radio Amanda FM yang beralamat di Jalan Panjaitan 90-92 Lumajang. Acara ini dinamakan talkshow campursari oleh pihak pengelola radio karena dalam kegiatan ini selain berupa talkshow wawancara tim pelaksana PKM dan mitra juga diselingi kegiatan Live On air Amanda FM menampilkan lagu-lagu karya cipta mitra dan lagu-lagu keroncong lainnya yang dinyanyikan oleh para penyanyi KBL Citra dan KPK. Pada kegiatan ini tim pelaksana PKM menyampaikan pentingnya pendaftaran hak cipta sebagai upaya kepastian hukum akan hak ciptanya. Dengan melalui pendaftaran hak cipta pada Kementerian Hukum dan HAM maka akan didapatkan Surat Pencatatan Hak Cipta yang akan sangat berguna jika terjadi sengketa pada suatu hak cipta. Pada kesempatan ini tim pelaksana PKM sembari menyisipkan penyuluhan hukum akan arti pentingnya pendaftaran hak cipta bagi seorang pencipta. Selain itu juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat melalui pemahaman prosedur pendaftaran hak cipta dan persyaratannya. Mitra juga memberikan testimoni terkait program kemitraan masyarakat dari hibah kemenristeksdikti bagi pengembangan kelompok keroncong yang dibinanya, berharap ada program pendampingan lanjutan demi mengoptimalkan kiprah kelompok keroncong yang dibinanya guna upaya pelestarian budaya bangsa.

Selain publikasi melalui radio, tim PKM juga akan menayangkan kegiatannya dalam pagelaran keroncong pada media televisi yaitu Lumajang Vision sebagai televisi lokal kota Lumajang mulai tanggal 6 Agustus 2018 setiap hari senin pukul 09,50 WIB . Diharapkan melalui media televisi akan semakin banyak masyarakat kota Lumajang yang mengetahui keberadaan mitra, eksistensi dan karya-karyanya.

4. Fasilitasi Pembinaan Berkelanjutan Dari Pemerintah Daerah

Sebelum didapatkan program hibah PKM mitra sama sekali tidak memiliki akses pada Pemerintah Daerah, sedangkan untuk upaya pelestarian budaya Keroncong sangat

membutuhkan banyak dukungan baik dari akademisi melalui program hibah PKM juga dari pemerintah daerah setempat, oleh sebab itu melalui program hibah PKM ini tim pelaksana juga melakukan upaya pendekatan pada pemangku kepentingan di bidang seni di kabupaten Lumajang (Dinar Pariwisata dan Kebudayaan) juga Dewan Kesenian Lumajang agar bersama-sama memberikan support bagi pengembangan keroncong mitra sekaligus sebagai upaya pelestarian budaya keroncong di kabupaten Lumajang. Dalam bentuk berupa pelibatan secara langsung perwakilan dari pemerintah daerah pada event-event yang dilaksanakan oleh KBL Citra dan Komunitas Pecinta Keroncong. Dengan harapan kedepan ada upaya pembinaan baik secara moril maupun materiil agar seni keroncong di Kabupaten Lumajang utamanya mitra semakin maju dan berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program Kemitraan Masyarakat Universitas Lumajang 2018 mampu menyelesaikan permasalahan mitra keroncong yaitu KBL Citra dan Komunitas Pecinta Keroncong baik permasalahan dari aspek yuridis maupun sosiologis. Penyelesaian permasalahan yuridis mitra berupa : dimilikinya Kartu Nomor Induk Organisasi Kesenian (NIOK) sebagai bentuk keabsahan mitra melakukan aktifitas berupa pelestarian dan pengembangan keroncong Lumajang. Dengan memiliki NIOK diharapkan akan ada pembinaan berkelanjutan dari pemerintah daerah khususnya dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dewan Kesenian Lumajang. Penyelesaian permasalahan Yuridis yang lain berupa pendaftaran hak cipta lagu keroncong mitra pada Kementrian Hukum dan HAM RI sehingga saat ini telah memiliki Surat Pencatatan Hak Cipta terhadap 10 (sepuluh) lagu ciptaan Slamet Efendi (KBL CITRA) dan Ogiek (Komunitas Pecinta Keroncong) selaku mitra program PKM. Penyelesaian permasalahan sosiologis yang dilakukan berupa upaya promosi dan publikasi keberadaan mitra baik melalui media cetak maupun media elektronik juga melalui media sosial. Serta menyelenggarakan pagelaran keroncong untuk mengangkat hak cipta lagu keroncong mitra.

Saran

Guna pengembangan keroncong di kabupaten Lumajang perlu kerjasama semua pihak, baik akademisi, pelaku seni maupun pemerintah daerah. Pembinaan Keroncong harus konsisten dan berkelanjutan. Keroncong tidak lagi menjadi genre music yang dianak tirikan untuk pentas saat ada perayaan HUT Kemerdekaan RI atau hari jadi kota Lumajang. Dengan kerjasama semua pihak keroncong akan tumbuh dan berkembang mengikuti selera pasar sehingga dapat menjadi tontonan yang menarik pula bagi masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada Kementrian Riset, Teknologi Dan Pendidikan Tinggi atas diperolehnya dana hibah bagi tim Program Kemitraan Masyarakat Universitas Lumajang 2018 untuk mengembangkan dan melestarikan lagu-lagu keroncong. Ucapan terimakasih pula kepada Lembaga Layanan Dikti, Civitas Akademika Universitas Lumajang dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widyagama Lumajang atas kerjasamanya sehingga artikel ini dapat diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asian Law Group, Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar (Bandung, PT Alumni, 2013)
- Badan Penelitian dan Pengembangan HAM Kementrian Hukum dan HAM RI 2013 , Perlindungan Kekayaan Intelektual Atas Pengetahuan Tradisional & Ekspresi Budaya Tradisional masyarakat Adat, (Bandung, P.T. Alumni, 2013)
- Eddy Damian, Hukum Hak Cipta, Alumni, Bandung, 2014
- Otto Hasibuan, *Hak Cipta Di Indonesia Tinjauan Khusus Hak Cipta Lagu Neighbouring rights, dan collecting Society*, (Bandung, P.T. Alumni, 2014) hal 6
- Sopnar Maru Hutagalung, Hak Cipta Kedudukan & Peranannya dalam Pembangunan, (Jakarta, Sinar Grafika, 2012)
- Suyud Margono, Prinsip Deklaratif Pendaftaran Hak Cipta Kontradiksi Kaedah Pendaftaran Ciptaan dengan Asas Kepemilikan Publikasi Pertama Kali, Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional ISSN; 2089-9009 Volume 1 Nomor 2, Agustus 2012

**Pengembangan Promosi Produk Pada Home Industri Kerajinan Dari Bambu
Di Desa Kunir Kidul Kecamatan Kunir
Kabupaten Lumajang**

Mimin Yatminiwati¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: miminyatminiwati@gmail.com

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan promosi produk pada home industri kerajinan dari bambu di desa Kunir Kidul kecamatan Kunir kabupaten Lumajang. Untuk mengimplementasikan solusi atas permasalahan yang dihadapi, kegiatan yang akan dilaksanakan dirancang sedemikian rupa dengan berbagai bentuk kegiatan yang mencakup : a.Penyuluhan mengenai : 1.Kewirausahaan dan penyuluhan motivasi 2.Manajemen usaha yang meliputi : a. Manajemen Keuangan (Perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual b. Teknik, Manajemen, dan Komunikasi Pemasaran. c. Pelatihan Keterampilan Membuat Wakul (tempat nasi), Membuat Lampu Hias, Membuat Piring, Membuat Topi, Membuat Tempat Tissue, Membuat branding/merk produk, Mengemas produk d.Pembuatan blog dan akun Media Sosial untuk memasarkan produk yang dihasilkan e.Pendampingan aktivitas produksi dan promosi.

Kata kunci: Pengrajin, Kerajinan Bambu, Pemasaran

Abstract

The purpose of the activity is to enhance the bamboo home industry product promotion in Kunir Kidul village, Lumajang Regency. An activity to solve the issue will be done including:a. Promotion: 1. Entrepreneurship and motivation; 2. Business Management including: a. Financial Management (Base cost and selling price calculation); b, Management Technique and Promotion; c. Product Development Training (wakul, lamp, plate,hat tissue box, and a product brand); d. Develop a blog and a social media account to promote the product; e. Coaching and counseling of the mass production and promotion.

Keyword: craftsman, bamboo crafts,marketing

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Desa Kunir Kidul kecamatan Kunir menjadi pilihan untuk lokasi pengabdian ini karena desa ini merupakan daerah yang cukup strategis di kecamatan Kunir. Secara administratif, desa Kunir Kidul terletak di wilayah kecamatan Kunir kabupaten Lumajang dengan posisi dibatasi oleh sebelah Utara desa KunirLor, sebelah timur desa Sukosari, sebelah Selatan desa Jatigono dan Pandanwangi, sebelah Barat desa Sumberjati. Jarak tempuh desa Kunir Kidul ke ibukota kecamatan adalah 2,5 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 5 menit. Sedangkan jarak tempuh ke ibukota kabupaten adalah 12,5 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 20 menit.

Tingkat pendapatan rata-rata penduduk desa Kunir Kidul Rp 35.000/hari. Secara umum matapencaharian warga masyarakat desa Kunir Kidul dapat teridentifikasi kedalam beberapa sector yaitu pertanian, jasa/perdagangan, industry dan lain-lain.Berdasarkan data yang ada, masyarakat yang bekerja di sector pertanian berjumlah 1.923 orang, yang bekerja sebagai PNS berjumlah 102 orang, yang bekerja di sector industri 112 orang, bekerja di sector perdagangan 444 orang dan disektor lain-lain 2.217 orang. Dengan demikian jumlah penduduk yang mempunyai mata pencaharian berjumlah 4.798 orang.Berikut ini adalah table jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian.

Mata Pencaharian dan Jumlahnya

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Prosentase
1	Pertanian	1.923 orang	40,1 %
2	Jasa 1. JasaPemerintahan 2. JasaPerdagangan	102 orang 444 orang	2,2 % 9,2 %
3	Sektor Industri	112 orang	2,3%
4	Sektor lain	2.217 orang	46,2 %
Jumlah		4.798 orang	100 %

Dengan melihat data di atas maka angka pengangguran di desa KunirKidul masih cukup rendah. Berdasarkan data lain dinyatakan bahwa jumlah penduduk usia 20-55 yang belum bekerja berjumlah 291 orang dari jumlah angkatan kerja sekitar 4.798 orang. Angka-angka inilah yang merupakan kisaran angka pengangguran di desa KunirKidul.

Kelompok sasarandari pengabdian ini yaitu kelompok usaha anyaman bambu milik Ibu Suwarti. Ibu Suwarti adalah salah satu penduduk desa Kunir Kidul yang mempunyai usaha kecil menengah yang berbahan baku bambu. Usaha Ibu Suwarti ini di mulai tahun 1993 sampai sekarang. Usaha Ibu Suwarti dari tahun 1993 sampai sekarang tidak berkembang pesat karena minimnya peralatan yang digunakan dan minimnya cara promosi yang tepat. Peralatan yang digunakan dalam pengerjaan anyaman bambu ini sangat sederhana sekali yaitu pisau dan wadung untuk membelah dan menyerut bambu. Daerah pemasaran usaha anyaman bambu ini sudah cukup luas baik di daerah sekitar desa Kunir Kidul maupun di luar desa Kunir Kidul. Ibu Suwarti mempunyai 3 karyawan tetap dari awal berdiri sampai sekarang. Tiga karyawan tersebut mulai dari proses pembuatan anyaman bambu sampai pemasaran.

Promosi usaha anyaman bambu ini hanya mengandalkan dari mulut ke mulut sehingga masih kurang efektif karena jangkauannya kurang luas. Informasi dari mulut ke mulut disebarluaskan oleh keluarga atau saudara yang tinggal di luar desa Kunir Kidul. Permasalahan pemasaran inilah yang menjadi kendala dalam memasarkan produk anyaman bambu tersebut.

Dalam sebuah usaha/bisnis, promosi adalah salah satu faktor penting dalam menentukan sukses atau tidaknya sebuah usaha/bisnis tersebut. Strategi promosi yang baik dapat membuat bisnis tersebut lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas. Promosi sendiri adalah sebuah kegiatan untuk menginformasikan sebuah bisnis sehingga nantinya dapat mempengaruhi calon konsumen untuk tertarik melakukan pembelian pada produk/ jasa yang disediakan dari bisnis yang melakukan promosi.

Meskipun usaha anyaman bambu ini termasuk jenis usaha kecil menengah, maka harus tetap melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk kemajuan usahanya. Oleh karena itu, promosi melalui brosur dan blog merupakan media promosi yang tepat untuk usaha anyaman bambu milik Ibu Suwarti tersebut.

B. Permasalahan Mitra

Dari observasi awal yang telah dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan sebagai berikut

:

- (1) Minimnya peralatan yang digunakan oleh kelompok usaha anyaman bambu sehingga lambat dalam proses produksinya.
- (2) Minimnya anggaran yang dimiliki kelompok usaha anyaman bambu ini yang menyebabkan kurang optimalnya upaya pengembangan usaha kelompok anyaman bambu.
- (3) Tidak dimilikinya keterampilan kreasi anyaman bambu ini sehingga produk yang dihasilkan dari tahun 1993 sampai sekarang hanya berupa anyaman yang diberi nama tempeh itu saja.

Karena itu, diperlukan dukungan semua pihak sehingga kelompok usaha anyaman bambu milik Ibu Suwarti ini dapat meningkatkan nilai jual dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan membangun ikon desa Kunir Kidul sebagai sentra usaha anyaman bambu. Dari permasalahan yang ada, dari hasil diskusi dengan kelompok usaha anyaman bambu Ibu Suwarti diperoleh solusi berupa:

1. Pembuatan alat untuk menyerut bambu sehingga mempercepat proses produksi.
2. Pelatihan keterampilan kreasi anyaman bambu yang dapat meningkatkan nilai jual anyaman bambu.

3. Pelatihan pemasaran produksi melalui brosur dan blog agar produk anyaman bambu ini lebih dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan jumlah permintaan anyaman bambu ini.

METODE

Teknik yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan metode wawancara dan tanya jawab mengenai usaha anyaman bambu dan memberikan pengetahuan secara langsung mengenai pengembangan promosi melalui brosur dan blong serta pengamatan langsung dalam proses pembuatan anyaman bambu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL KEGIATAN

Berdasarkan wawancara, tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman bagi pemilik usaha anyaman bambu tentang promosi melalui brosur dan blong.
2. Memberikan kontribusi berupa media promosi yaitu brosur dan blong.

PEMBAHASAN

Setelah melakukan wawancara, tanya jawab dan pengamatan langsung pada usaha milik Ibu Suwarti di desa Kunir Kidul kecamatan Kunir kabupaten Lumajang maka permasalahan yang dite.mukan salah satunya adalah dalam hal promosi. Jika kita melihat persaingan bisnis yang semakin ketat, baik itu usaha kecil, menengah dan besar, maka perusahaan harus melakukan promosi yang tepat untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat pada usaha anyaman bambu ini akan memberikan hasil dalam pengembangan promosi produk. Pengembangan promosi produk dilakukan dengan menggunakan media brosur dan blog.

Alasan menggunakan sarana promosi melalui brosur karena brosur merupakan salah satu media promosi yang efektif dan banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya. Brosur merupakan selembar kertas sederhana yang akan membuat orang lain mengingat produk dan memberitahu kepada mereka mengapa harus memilih produk tersebut. Sampai detik ini penggunaan brosur dalam pemasaran produk terbilang masih sangat efektif untuk memengaruhi minat konsumen. Selain biaya produksi brosur yang terbiang cukup ringan, keberadaannya mampu menjelaskan produk atau jasa secara detail. Mulai dari kelebihan produk, keuntungan yang diperoleh konsumen apabila menggunakan produk atau jasa tersebut, serta bentuk fisik produk seperti warna, bahan, dan ukuran yang biasanya juga dicantumkan dalam sebuah brosur.

Selanjutnya, media promosi melalui blong karena blong bisa dikatakan berpromosi dengan biaya yang sangat rendah (*low cost*). Blong adalah media sosial yang bisa dimiliki setiap orang secara gratis apabila mereka ahli dalam bidang komputer dan internet. Keuntungan blong sebagai media sosial untuk berpromosi jika dibandingkan dengan media sosial lainnya, blong ibarat sebuah toko dalam kehidupan nyata tetapi pembeli atau pengunjung toko Anda tidak terbatas ruang dan waktu berasal dari mana saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi pada usaha anyaman bambu di desa Kunir Kidul kecamatan Kunir kabupaten Lumajang masih kurang efektif, hal ini diperoleh dari kegiatan wawancara dan tanya jawab pada pemilik usaha anyaman bambu.
2. Pemberian pengetahuan dan pemahaman tentang pengembangan promosi melalui brosur dan blong dan kontribusi yang diberikan maka dapat meningkatkan pengetahuan kepada pemilik usaha anyaman bambu tersebut tentang pentingnya strategi promosi yang tepat untuk keberhasilan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Nanang,Budianas.2013.*Pengertian Promosi dan Tujuan Promosi*.<http://nanangbudianas.blongsport.co.id/2013/02/pengertian-promosi-dan-tujuan-promosi.html>.

**Pengaruh Kompensasi Langsung, Kompensasi Tidak Langsung,
Dan Kompensasi Non Finansial Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan Klinik Swasta
Di Kabupaten Lumajang**

Emmy Ermawati¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : emmy.ermawati01@gmail.com

Noer Aisyah Barlian²
STIE Widya Gama Lumajang
email: barlian.0301@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kompensasi langsung, kompensasi tidak langsung dan kompensasi non finansial terhadap motivasi serta kinerja karyawan klinik kesehatan swasta. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan klinik swasta di Kabupaten Lumajangan dengan 34 responden yang digunakan sebagai sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi dan kinerja. Sedangkan secara simultan ketiga variabel hanya berpengaruh signifikan terhadap motivasi tetapi tidak terhadap kinerja karyawan. Selain itu penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Koefisien determinasi untuk variabel motivasi sebesar 58,9% yang artinya variabel ini dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas dalam penelitian ini. Hal ini berbeda dengan variabel kinerja yang hanya sebesar 14,2%. Sedangkan untuk pengaruh motivasi terhadap kinerja memiliki koefisien determinasi sebesar 14,2%. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia sehingga dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Kompensasi, Motivasi, Kinerja

Abstract

This study aims to identify the effects of direct compensation, indirect compensation and non-financial compensation on the motivation and performance of employees of private health clinics. The population of this research is private clinic employee in Lumajanga Regency with 34 respondents used as sample. Data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially all variables have no significant effect on motivation and performance. While simultaneously the three variables only have a significant effect on motivation but not on employee performance. In addition, this study indicates that motivation has a significant effect on employee performance. Coefficient of determination for motivation variable equal to 58,9% which means this variable can be explained by three independent variable in this research. This is different from the performance variable which is only 14.2%. As for the influence of motivation on the performance of coefficient of determination of 14.2%. Furthermore, this research is expected to contribute in the development of management science studies, especially human resource management so that it can become a reference for further research

Keyword : Compensation, Motivation, Performance

PENDAHULUAN

Sistem kesehatan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat diberbagai bidangnya. Salah satunya adalah sistem cara bayar pasien kepada penyedia pelayanan kesehatan pemerintah maupun swasta. Hal ini mengharuskan pemimpin instansi kesehatan untuk mengembangkan instansinya sesuai dengan perkembangan yang semakin pesat ini. Perkembangan ini harus didasari dengan niat untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhannya.

Disisi lain pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2014 tentang Jaminan Kesehatan menyatakan bahwa untuk penduduk Indonesia akan diwajibkan memiliki asuransi kesehatan. Kewajiban ini tentunya akan berpengaruh besar pada instansi kesehatan di Indonesia termasuk juga Lumajang. Oleh karena itu, pihak penyedia jasa kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang bermutu sehingga kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan dapat terpenuhi dengan maksimal. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pemenuhan pelayanan kesehatan yang maksimal adalah petugas medis dalam instansi kesehatan tersebut. Dalam hal ini, petugas medis harus mendapatkan hak, berupa kompensasi, yang sesuai sehingga dapat menjalankan kewajibannya dengan baik. Pemberian kompensasi pada petugas medis sebenarnya sudah diatur oleh pemerintah Indonesia pada Peraturan Menteri Kesehatan No. 19 Tahun 2014 tentang Penggunaan Dana Kapitasi Jaminan Kesehatan Nasional untuk Jasa Pelayanan Kesehatan dan Dukungan Biaya Operasional Pada fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama Milik Pemerintah Daerah dinyatakan bahwa terdapat tambahan alokasi dana untuk instansi pemerintah dalam mengelola kesehatan masyarakat melalui Jaminan Kesehatan Nasional atau BPJS. Jaminan ini seharusnya membuat tenaga medis lebih semangat untuk meningkatkan kualitas dan kinerja instansi. Berbeda dengan instansi kesehatan dengan kepemilikan swasta dimana pengaturan keuangannya diatur sendiri sesuai dengan kebijakan pemilik, petugas medis menerima kompensasi sesuai dengan aturan atau kebijakan tersebut. Hal inilah yang menimbulkan beberapa kecenderungan antara petugas medis di instansi swasta jika kompensasi yang didapat tidak sama dengan yang didapat oleh petugas medis pada instansi pemerintah. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan ini sehingga selain dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, instansi kesehatan swasta juga dapat memberikan kompensasi yang layak bagi tenaga medisnya.

Rivai dan Ella (2009) menyatakan bahwa kompensasi merupakan sesuatu yang diterima karyawan sebagai pengganti kontribusi jasa mereka pada perusahaan. Pemberian kompensasi merupakan salah satu pelaksanaan fungsi MSDM yang berhubungan dengan semua jenis pemberian penghargaan individual sebagai pertukaran dalam melaksanakan tugas keorganisasian. Sehingga dapat dikatakan bahwa kompensasi merupakan salah satu cara yang dianggap dapat meningkatkan motivasi dan kinerja petugas medis yang diharapkan dapat bermanfaat untuk pemenuhan kebutuhan kesehatan masyarakat. Menurut Koontz *et al* (1984), motivasi merupakan suatu reaksi yang diawali dengan adanya kebutuhan yang menimbulkan keinginan atas upaya mencapai tujuan, selanjutnya menimbulkan ketegangan dan kemudian menyebabkan timbulnya tindakan yang mengarah pada tujuan dan akhirnya dapat memuaskan. Berbeda dengan Koontz *et al*, Porter dan Lawler (1968) menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu proses dengan mana perilaku dibangkitkan, diarahkan dan dipertahankan selama berjalannya waktu. Selanjutnya Mangkunegara (2009) menyatakan bahwa kinerja sumber daya manusia merupakan istilah yang berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* dimana kinerja karyawan merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas pekerjaan seseorang yang sepatutnya memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Pertama terdapat penelitian Ni Made Nurhayani dan I.G.A. Dewi Adnyani (2016) mendapatkan beberapa kesimpulan antara lain kompensasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan serta kepuasan karyawan memediasi pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Kesimpulan dihasilkan pada studi kasus di PT. Sinar Sosro Pabrik Bali dimana sebaiknya pemberian kompensasi dilakukan secara adil dan kegiatan motivasi dilakukan dengan promosi jabatan sesuai dengan kualifikasi yang ditetapkan sebelumnya. Selanjutnya Dinna Caesar (2014) menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara motivasi dan kinerja karyawan. Tanpa ada motivasi karyawan sulit untuk bekerja dengan baik sehingga kinerja yang baik tidak akan tercapai. Hal ini senada dengan yang disampaikan Ririvega Kasenda (2013) dimana hubungan kompensasi dan motivasi dengan kinerja karyawan sangat kuat. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mencari pengaruh pemberian kompensasi pada motivasi dan kinerja tenaga medis di instansi kesehatan atau klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Oleh karena itu judul dari penelitian ini adalah "Pengaruh Kompensasi Finansial Langsung, Kompensasi Finansial Tidak Langsung dan Kompensasi Non Finansial Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan di Klinik Swasta Kabupaten Lumajang". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pengelola klinik kesehatan, petugas medis maupun masyarakat umum

KAJIAN PUSTAKA

Kompensasi

Kompensasi merupakan sesuatu yang diterima karyawan sebagai pengganti kontribusi jasa mereka pada perusahaan. Pemberian kompensasi merupakan salah satu pelaksanaan fungsi MSDM yang berhubungan dengan semua jenis pemberian penghargaan individual sebagai pertukaran dalam melaksanakan tugas keorganisasian (Rivai dan Ella, 2009). Terdapat beberapa jenis kompensasi, antara lain;

- a. Kompensasi Finansial Langsung
Berikut kompensasi yang tergolong pada finansial langsung;
 1. Pembayaran gaji pokok dan upah
 2. Pembayaran prestasi
 3. Pembayaran insentif, komisi, bonus, bagian keuntungan dan opsi saham
 4. Pembayaran tertangguh, tabungan hari tua dan saham kumulatif
- b. Kompensasi Finansial Tidak Langsung
Berikut kompensasi yang tergolong finansial tidak langsung;
 1. Proteksi seperti asuransi, pesangon, pensiunan
 2. Komisi luar jam kerja seperti lembur, hari besar, cuti, sakit, cuit hamil
 3. Fasilitas seperti rumah, biaya pindah atau kendaraan
- c. Kompensasi Non Finansial
Berikut beberapa kompensasi yang tergolong non finansial;
 1. Kompensasi yang dikarenakan karir dapat berupa peluang promosi, pengakuan karya atau prestasi istimewa
 2. Kompensasi non finansial yang diberikan pada lingkungan kerja dapat berupa pujian, kenyamanan dalam bekerja, lingkungan bekerja yang kondusif dan menyenangkan

Motivasi

Motivasi merupakan akibat suatu hasil yang ingin dicapai oleh seseorang dan perkiraan yang bersangkutan bahwa tindakannya akan mengarah kepada hasil yang diinginkannya. Artinya, apabila seseorang sangat menginginkan sesuatu dan jalan tampaknya terbuka untuk memperolehnya maka yang bersangkutan akan berupaya untuk mendapatkannya (Titisari, 2014). Hal ini sangatlah erat hubungannya dengan teori harapan pada buku "Work and Motivation" yang dikarang oleh Vroom (1995). Dengan cara yang sangat sederhana, teori harapan berkata bahwa jika seseorang menginginkan sesuatu dan harapan untuk memperolehnya cukup besar, maka yang bersangkutan akan sangat terdorong untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Sebaliknya, jika harapan memperoleh hal tersebut kecil maka motivasi menjadi rendah. Hal ini juga berlaku untuk karyawan, sebagaimana yang dikatakan Boe (2002) dimana harapan-harapan ini berkaitan dengan kepercayaan karyawan yang tinggi terhadap organisasi atau perusahaannya. Dengan kata lain, ketika karyawan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap organisasinya maka mereka akan peduli terhadap masa depan dan keberhasilan organisasi tersebut sehingga mereka akan memahami peran mereka dan berusaha terbaik untuk kemajuan organisasi tersebut.

Dalam konteks ilmu psikologi, Abin Syamsuddin Makmun (2003) mengemukakan bahwa untuk memahami motivasi individu dapat dilihat dari beberapa indikator seperti dibawah ini;

- a. Durasi kegiatan
- b. Frekuensi kegiatan
- c. Persisten pada kegiatan
- d. Ketabahan, keuletan dan kemampuan dalam menghadapi rintangan dan kesulitan
- e. Pengorbanan untuk mencapai tujuan
- f. Tingkat aspirasi kehendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan
- g. Tingkat kualifikasi prestasi atau produk (output) yang dicapai dari kegiatan yang dilakukan
- h. Arah sikap terhadap sasaran kegiatan

Sedangkan faktor yang mempengaruhi motivasi antara lain;

- a. Intensif materi
Perihal yang dimaksud disini dapat berupa gaji yang diperoleh karyawan pada periode waktu tertentu sesuai dengan kebijakan instansi. Gaji menjadi penting dalam beberapa hal gaji menjamin suatu mata pencaharian sehingga mendorong untuk seseorang untuk bekerja. Besar gaji menunjukkan status pekerjaannya dan kenaikan gaji merupakan penegasan keberhasilan. Dengan kata lain gaji yang tinggi dapat digunakan untuk jaminan kehidupan tanpa ada perasaan dan keterlibatan emosi yang lebih dalam dengan orang lain.
- b. Intensif non materi

Hal yang bersifat non materi dapat berupa tanggungjawab, pengayaan pekerjaan, promosi yang sangat berpengaruh pada motivasi kerja menurut Suprianto dan Masyuri (2010)

Kinerja Karyawan

Mangkunegara (2009) menyatakan bahwa kinerja sumber daya manusia merupakan istilah yang berasal dari kata "*Job Performance* atau *Actual Performance*" yang berarti prestasi kerja atau prestasi yang sesungguhnya yang dicapai seseorang. Kinerja karyawan merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas pekerjaan seseorang yang sepatutnya memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Oleh karena itu tujuan dari penelitian terkait kinerja adalah sebagai bagian dari evaluasi dan pembangan dimana evaluasi berarti usaha untuk membandingkan kinerja karyawan satu dengan lainnya terhadap standar kerja yang telah ditentukan. Sedangkan pengembangan yang dimaksud adalah usaha untuk memberikan semangat dan memotivasi serta mengarahkan untuk mencapai peningkatan kinerja dalam upaya peningkatan karir (Supriyanto dan Machfudz, 2010).

Sebelum melakukan penelitian terkait dengan kinerja, maka diperlukan pengetahuan tentang unsur dari kinerja itu sendiri. Berikut unsur dari kinerja menurut Supriyanto dan Machfudz (2010).

- a. Hasil fungsi pekerjaan
- b. Faktor yang berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan seperti motivasi, kecakapan, persepsi peranan dan tugas serta hal lainnya.
- c. Pencapaian tujuan organisasi
- d. Periode waktu tertentu

Selain itu, Matis dan Jackson menyatakan bahwa penilaian kinerja karyawan juga dapat didasarkan atas kemampuan mereka dalam menyelesaikan pekerjaan dengan indikator sebagai berikut.

- a. Kuantitas hasil kerja
- b. Kualitas hasil kerja
- c. Ketepatan waktu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menurut tingkat eksplanasinya merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. Oleh karena itu jenis penelitian ini adalah asosiasi dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel (Siregear, 2013). Penelitian ini menentukan pengaruh antara variabel kompensasi terhadap motivasi dan kinerja karyawan dimana variabel kompensasi terdiri dari kompensasi finansial langsung, tidak langsung dan non finansial.

Penelitian ini dilakukan terhadap karyawan paramedis di klinik swasta Kabupaten Lumajang. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan dimana klinik swasta di kabupaten ini belum memiliki sistem pemberian kompensasi yang seragam dan belum melaksanakan akreditasi instansi sehingga sebagai masukan dalam memperbaiki sistem pemberian kompensasi kepada petugas medis. dalam hal ini karyawan paramedis ini merupakan objek dari penelitian ini. Karyawan paramedis diberikan kuesioner untuk menjangking persepsi mereka atas kinerja karyawan dan motivasi berdasarkan pemberian kompensasi di tempat mereka masing-masing. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner didapat 34 responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Pada tahap awal dilakukan pengujian instrumen penelitian karena berupa kuesioner, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas data, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Tahap selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengujian instrumen penelitian memberikan hasil bahwa kuesioner valid dan reliabel menjangking pendapat responden dalam penelitian sedangkan untuk pengujian asumsi klasik didapat hasil bahwa data berdistribusi normal, bebas multikolinieritas dan bebas heteroskedastisitas. Berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang didapat dari analisis dalam penelitian ini.

$$Y_1 = 17,115 + 0,256X_1 + 0,083X_2 + 0,567X_3 \quad (1)$$

$$Y_2 = 28,774 + 0,222X_1 - 0,237X_2 + 0,024X_3 \quad (2)$$

$$Y_2 = 24,873 + 0,175Y_1 \quad (3)$$

Dimana;

- Y_1 : Variabel motivasi
 Y_2 : Variabel kinerja
 X_1 : Variabel kompensasi langsung
 X_2 : Variabel kompensasi tidak langsung
 X_3 : Variabel kompensasi non finansial

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan setiap persamaan regresi linier berganda. Persamaan (1) didapat kesimpulan bahwa residu model berdistribusi normal, hasil ini berbeda dengan persamaan (2) dan (3) dimana hasil uji Kolmogorov-Smirnov menyatakan bahwa residu model tidak berdistribusi normal. Selanjutnya untuk hasil uji multikolinieritas didapat hasil bahwa persamaan regresi pada penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Hal ini berlaku sama untuk pengujian heteroskedastisitas dimana didapat bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan. Untuk pengujian parsial didapat hasil bahwa (1) variabel kompensasi langsung (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel motivasi (Y_1), (2) variabel kompensasi tidak langsung (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel motivasi (Y_1), (3) variabel kompensasi non finansial (X_3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel motivasi (Y_1), (4) variabel kompensasi langsung (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja karyawan (Y_2), (5) variabel kompensasi langsung (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja karyawan (Y_2), (6) variabel kompensasi langsung (X_3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja karyawan (Y_2), dan (7) variabel motivasi (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Y_2). Selanjutnya untuk pengujian simultan didapat hasil bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan secara simultan terhadap motivasi namun tidak pada kinerja.

Pembahasan

Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat persetujuan responden cenderung kurang untuk setiap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner yang diberikan. Selain itu pengisian identitas tidak diberikan dengan lengkap baik itu dalam hal nama, umur bahkan bagian pekerjaan meskipun peneliti telah menjamin kerahasiaan data tersebut. Hal ini dirasa wajar karena materi yang diberikan terkait dengan kompensasi atau upah yang mereka dapat setelah melakukan pekerjaan. Jika dilihat dari sisi usia, responden berada pada selang umur yang produktif dengan kata lain mereka dapat menjawab dan memahami setiap pernyataan yang diberikan pada kuesioner penelitian. Hal ini selaras dengan tingkat pendidikan setiap responden dimana SMA merupakan tingkat pendidikan terendah dan D4 merupakan tingkat pendidikan paling tinggi. Oleh karena itu peneliti merasa kuesioner yang dibagikan sudah sesuai sasaran dan baik untuk dijadikan sampel penelitian ini.

Variabel pertama yang digunakan dalam kuesioner adalah variabel kompensasi finansial langsung (X_1). Beberapa pernyataan yang diberikan dalam kuesioner sesuai dengan variabel ini adalah (1) Gaji yang saya terima selalu diberikan tepat waktu, (2) Gaji yang saya terima sudah sesuai dengan upah minimum di Kabupaten Lumajang, (3) Gaji yang saya terima sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada saya, (4) Gaji yang diberikan kepada saya sesuai dengan pengalaman yang saya miliki, (5) Gaji yang diberikan kepada saya sesuai dengan masa kerja saya, (6) Saya menerima kenaikan gaji secara berkala setiap tahunnya sesuai dengan tingkat inflasi yang ada, (7) Saya selalu mendapatkan insentif setiap tahun dari klinik, dan (8) Insentif yang saya terima sesuai dengan keuntungan yang diterima klinik. Semua pernyataan ini dibuat sesuai dengan definisi kompensasi finansial langsung yang berkaitan dengan pemberian gaji, insentif dan sebagainya. Hasil yang didapat dari pencatatan kuesioner diketahui bahwa responden belum menerima kompensasi finansial langsung secara benar dan sesuai. Mayoritas responden menyatakan ketidaksetujuannya pada setiap pernyataan yang ada terkait dengan variabel ini.

Variabel kedua adalah kompensasi finansial tidak langsung (X_2). Berikut beberapa pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini antara lain (1) Saya mendapatkan hak cuti sesuai dengan peraturan yang berlaku, (2) Klinik memberikan dana pensiun kepada saya sesuai dengan masa kerja saya, (3) Saya mendapatkan fasilitas poli klinik yang dapat dikunjungi setiap hari, (4) Saya menerima jaminan asuransi apabila mendapatkan pemeriksaan kesehatan di luar klinik, (5) Saya menerima jaminan asuransi kesehatan penuh untuk seluruh anggota keluarga saya, (6) Saya mendapatkan fasilitas makanan dari catering yang sudah memenuhi empat sehat lima sempurna, (7) Saya mendapatkan seragam klinik dengan kredibilitas klinik, dan (8) Saya selalu mendapatkan hal THR tepat pada waktunya. Dari semua pernyataan yang ada pada kuesioner, responden menunjukkan

ketidaksetujuannya dengan mayoritas menjawab “tidak setuju” pada setiap pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum menerima dengan benar dan sesuai terkait dengan kompensasi tidak langsung yang seharusnya diberikan oleh klinik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Selanjutnya adalah variabel kompensasi non finansial. Berikut pernyataan yang digunakan pada kuesioner dalam penelitian ini, antara lain; (1) Program rekreasi telah dilaksanakan secara periodik untuk karyawan dan keluarganya, (2) Kondisi kerja berupa fasilitas (kamar mandi, tempat istirahat, tempat ibadah, dll) dan lingkungan klinik sangat mendukung dan memadai, (3) Hubungan antar karyawan selama ini berjalan dengan baik dan harmonis, (4) Hubungan antar atasan dengan bawahan selama ini berjalan dengan baik, (5) Klinik ini memberikan rasa aman untuk saya bekerja, dan (6) Bagi karyawan yang berprestasi terdapat program promosi jabatan yang lebih tinggi. Dari semua pernyataan ini terdapat sebagian responden yang tidak setuju namun mayoritas responden menyetujui pernyataan terkait variabel ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan responden terkait kompensasi non finansial cukup baik atau dengan kata lain responden sudah menerima kompensasi tersebut.

Pembahasan variabel sebelumnya merupakan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya akan dibahas mengenai variabel terikat berupa motivasi (Y_1) dan kinerja karyawan (Y_2) sesuai dengan hasil dalam penelitian ini. Variabel motivasi diwakili oleh beberapa pernyataan sebagai berikut; (1) Saya selalu masuk kerja dan jarang absen, (2) Saya merasa sistem reward dan punishment yang diberikan meningkatkan motivasi saya, (3) Saya diberikan kesempatan untuk mengembangkan potensi yang saya miliki, (4) Saya mendapatkan posisi dan jabatan sesuai dengan ketrampilan dan kemampuan yang saya miliki, (5) Saya diberikan kesempatan oleh perusahaan untuk mengembangkan karir, (6) Saya menerima nasihat atau masukan dari pimpinan, (7) Saya melaksanakan pekerjaan dengan penuh rasa tanggung jawab untuk mendapatkan imbalan yang wajar, (8) Saya merasa sistem penggajian yang diterapkan klinik sudah sesuai dengan kebutuhan saya, (9) Saya merasa sistem pemberian bonus yang diberikan sesuai dengan prestasi kerja karyawan, dan (10) Saya memiliki minat kerja yang sangat tinggi terhadap setiap pekerjaan yang diberikan perusahaan. Berbeda dengan semua variabel bebas yang mayoritas responden menyatakan ketidaksetujuannya, variabel motivasi mendapatkan persetujuan dari responden. Hal ini menyatakan bahwa responden bekerja secara barik, selalu masuk kerja dan bekerja sesuai dengan aturan yang berlaku. Selanjutnya adalah variabel kinerja (Y_2), berikut pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini; (1) Saya dapat mengerjakan tugas dengan efektif, (2) Saya dapat melaksanakan pekerjaan secara hati-hati, (3) Bila perusahaan menghadapi masalah, saya tidak berdiam diri tetapi memberikan masukan yang bermanfaat, (4) Saya dalam melakukan pekerjaan dapat memanfaatkan waktu sebaik mungkin, (5) Saya memiliki keterampilan yang memadai mengenai pekerjaan yang saya lakukan, (6) Saya memiliki semangat dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan perusahaan, (7) Saya dapat bekerja sama secara harmonis dalam tim, dan (8) Saya selalu berusaha untuk ramah dengan semua rekan kerja. Hasil pencatatan kuesioner untuk variabel kinerja karyawan menyatakan bahwa tingkat persetujuan responden cukup tinggi untuk setiap pernyataan yang digunakan. Hal ini menyatakan bahwa kinerja karyawan cukup bagus dalam hal pemenuhan pekerjaan, kerja sama dengan rekan lain serta penyelesaian masalah dalam pekerjaan.

Berdasarkan hasil pencatatan kuesioner diketahui bahwa responden memiliki tingkat persetujuan yang kurang untuk variabel bebas dan tingkat persetujuan yang cukup tinggi untuk variabel terikat. Hal ini menunjukkan untuk klinik swasta di Kabupaten Lumajang belum memberikan fasilitas berupa kompensasi yang sesuai kepada responden meskipun tingkat pendidikan yang dimiliki sudah cukup sesuai. Sedangkan untuk variabel motivasi dan kinerja karyawan tercatat bahwa responden melaksanakan pekerjaan dengan baik sesuai dengan latar belakang pendidikan responden. Hal ini merupakan sesuatu yang bagus mengingat bidang kesehatan merupakan salah satu bidang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Secara umum keberadaan klinik swasta memberikan kemudahan kepada masyarakat Lumajang untuk menjangkau pelayanan kesehatan lebih mudah, karena lokasi rumah sakit yang cenderung berada di pusat kota. Oleh karena itu pelayanan kesehatan yang baik akan sangat membantu masyarakat terutama yang berada di pedalaman Kabupaten Lumajang. Selanjutnya akan diberikan pembahasan untuk setiap hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kompensasi finansial langsung berpengaruh signifikan terhadap motivasi di klinik swasta Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,198 > \alpha (0,05)$.

b. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kompensasi tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap motivasi di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,878 > \alpha (0,05)$.

c. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kompensasi non finansial berpengaruh signifikan terhadap motivasi di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi non finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,131 > \alpha (0,05)$.

d. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kompensasi finansial langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,098 > \alpha (0,05)$.

e. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kelima yang menyatakan bahwa kompensasi finansial tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,516 > \alpha (0,05)$.

f. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis keenam yang menyatakan bahwa kompensasi non finansial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi non finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,923 > \alpha (0,05)$.

g. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa kompensasi finansial langsung, kompensasi finansial tidak langsung dan kompensasi non finansial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap motivasi di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial langsung, tidak langsung dan non finansial berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan secara simultan pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F dimana nilai Sig. sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$.

h. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa kompensasi finansial langsung, kompensasi finansial tidak langsung dan kompensasi non finansial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberian kompensasi finansial langsung, tidak langsung dan non finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara simultan pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F dimana nilai Sig. sebesar $0,197 > \alpha (0,05)$.

i. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesembilan

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kesembilan yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta di Kabupaten Lumajang. Pembuktian hipotesis ini dilakukan dengan analisis data menggunakan regresi

linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh pada kinerja karyawan pada klinik kesehatan swasta di Kabupaten Lumajang ini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dimana nilai Sig. sebesar $0,028 < \alpha (0,05)$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang.
- Kompensasi finansial tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi non finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi finansial langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi finansial langsung, tidak langsung dan non finansial berpengaruh signifikan terhadap motivasi secara simultan di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Kompensasi finansial langsung, tidak langsung dan non finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara simultan di klinik swasta Kabupaten Lumajang
- Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di klinik swasta Kabupaten Lumajang

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

- Bagi Pihak Klinik Swasta di Kabupaten Lumajang.
Pimpinan Klinik Swasta di Kabupaten Lumajang, agar tetap memperhatikan kebutuhan karyawan terkait dengan pemberian kompensasi serta memperhatikan kesejahteraan karyawan. Hal ini sepenuhnya untuk menghindari penurunan pelayanan kesehatan di Kabupaten Lumajang.
- Bagi Karyawan Kesehatan Klinik Swasta di Kabupaten Lumajang
Setiap tugas yang dilakukan dalam bidang kesehatan memiliki tugas yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu disarankan kepada setiap karyawan untuk selalu meningkatkan kemampuan diri dan selalu menjaga motivasi diri untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Menyesuaikan dan membuat lingkungan kerja menjadi nyaman dan menyenangkan akan membuat hal ini menjadi salah satu sumber kepuasan kerja yang dapat meningkatkan kinerja.
- Bagi Penelitian Selanjutnya
Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pada pemberian kompensasi karyawan, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian yang meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi motivasi dan kinerja. Mengingat responden yang diteliti berbeda karakternya dengan sumber daya manusia maka akan sangat menarik jika sering dilakukan penelitian dengan obyek program pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, A.A Sg Rini Candra dan Ni Wayan Mujiati.2016. *Pengaruh Kompensasi, Gaya Kepemimpinan Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Rs Dharma Kerti*. Bali; E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2016: 3335-3363 ISSN : 2302-8912
- Hartati, Sri dan Lina Handayani dan Solikhah. 2011. *Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Prestasi Kerja Perawat Di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Islam Klaten*. Klaten; Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan. ISSN : 1978-0575
- Irawati, Rina dan Yuyuk Liana.2013. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Antara*. Malang; STIE Malangucewara Malang. ISSN No. 1978-6034

- Khairiyah dan Nur Syaima Annisa. 2010. *Pengaruh Kepuasan Kerja, Gaya Kepemimpinan, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Nutricia Indonesia Sejahtera*. Bandung; Vol. 5 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif. Unit Penerbit dan Percetakan.(UPP) STIM YKPN*. Yogyakarta.
- Liana, Yuyuk dan Rina Irawati. 2014. *Peran Motivasi, Disiplin Kerja Terhadap Komitmen Karyawan Dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Air Minum Di Malang Raya*. Malang: STIE Malangkucecwara Malang
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Mnausia*. Perusahaan Bandung:Remaja Rosdakarya
- Mujiatun, Siti. 2011. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Di Yayasan Pendidikan Sinar Husni*. Medan; jurnal manajemen & bisnis vol 11 no. 01 april 2011 issn1693-7619.
- Nugroho, Yohanes Anton. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative. Yogyakarta
- Panjaitan, Hotman.2010. *Pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja paramedis dan dampaknya pada mutu pelayanan di rsud pasuruan*. Pasuruan; Jurnal Riset Ekonomi & BisnisVol. XX, No. X, IX 2010ISSN: 1979-7117
- Pentania, Maria dan Rahman Kadir, Sudirman Natsir. 2013. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Rsud Mimika Provinsi Papua Tahun 2013*. Papua; JST Kesehatan Januari 2014, Vol.4 No.1 : 87 – 95 ISSN 2252-5416 30
- Posuma , Christilia O. 2013. *Kompetensi, Kompensasi, Dan Kepemimpinan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Ratumbuang Manado*. Manado; Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN 2303-1174
- Prihananto, Aji Dwi. 2006. *Penerapan Balanced Scorecard Pada Badan Usaha Berbentuk Rumah Sakit (Studi Kasus Rumah Sakit Kristen Tayu Putih)*. Semarang.
- Putri, Putu Yudha Asteria dan Made Yenni Latrini. 2013. *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sektor Publik, Dengan In-Role Performance Dan Innovative Performance Sebagai Variabel Mediasi*. Bali; E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013):627-638 ISSN: 2302-8556
- Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sahrah, Alimatus. 2012. *Organizational Citizenship Behavior Ditinjau Dari Kepuasan Kerja Dan Jenis Kelamin Para Perawat Rumah Sakit*. Yogyakarta:Universitas Mercu Buana.http://fpsi.mercubuana-yogya.ac.id/wpcontent/uploads/2012/06/alim_kepuasankerja.pdf
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Penerbit PT Elex Media Komputindo.Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Subanegara, Hanna. 2005. *Diamond Head Drill Dan Kepemimpinan Dalam Manajemen Rumah Sakit*. Yogyakarta; Penerbit ANDI Yogyakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Supri, S.F. 2006. *Kebijakan Arah Pengembangan Rs Di Indonesia*. Yogyakarta; PELKESI
- Supriyanto, Achmad Sani dan Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodologi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang; UIN MALIKI PRESS
- Titisari, Purnamie. 2014.*Peran Organizational Citizenship Behavior (Ocb)*. Jember:Mitra Wacana Media
- Timothy C, Obiwuru, Okwu, dkk. 2001. *Effects Of Leadership Style On Organizational Performance: A Survey Of Selected Small Scale Enterprises In Ikosi-Ketu Council Development Area Of Lagos State, Nigeria*. Australian Journal of Business and Management Research Vol.1 No.7 [100-111] 31
- Trang, Dewi Sandy.2013.*Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Perwakilan Bpkp Provinsi Sulawesi Utara)*. Sulawesi Utara: Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 208-216

PKM Kelompok Usaha Tas Unik Berbahan Baku Sampah Plastik Di Desa Karangsono Kabupaten Jember

Khoirul Ifa¹⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email :khoirul.ifa@gmail.com¹⁾

Tri Palupi Robustin²⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email :tripalupirobustin@gmail.com²⁾

Abstrak

Sampah plastik dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember untuk dibuat kerajinan tas, usaha ini menghadapi berbagai permasalahan yaitu proses produksi yang lama, lemahnya pengelolaan manajemen, produknya kurang inovatif, dan kesulitan dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini ada 2 mitra yaitu mitra 1 pengrajin tas berbahan baku sampah dan mitra 2 yaitu pengrajin peralatan rumah tangga, dalam hal ini mitra 2 akan membantu mitra 1 dalam hal memasarkan produknya. Target kegiatan ini yaitu perluasan pasar, peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia, pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha, pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik dan peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencapai target yaitu (1) mampu berinovasi dan berkembang, (2) peningkatan kemampuan sumber daya manusia dalam mengolah produk menjadi lebih beragam dan berkualitas, (3) mampu meningkatkan produksi, (4) mampu memperluas jaringan pemasaran (5) pengadaan peralatan canggih. Luaran yang dihasilkan adalah (1) desain produk tas yang variatif (2) varians produk yang lebih beragam (3) peralatan produksi mesin potong ring gelas plastik (4) mesin jahit modern (5) sumber daya manusia yang terampil, (6) pengelolaan manajemen usaha yang baik

Kata kunci :Kelompok usaha, Sampah Plastik, Tas unik

Abstract

Plastic waste is utilized by some people in karangsono village sub districts bangsalsari jember district to be made handicraft bags, this business faces various problems that is the old production process, weak management management, less innovative products, and difficulties in marketing their products. In this case there are 2 partners that is partners 1 craftsman bag made of waste and partner 2 that is craftsman of household appliances, in this case partner 2 will help partner 1 in terms of marketing its products. Target activities include market expansion, quality improvement of human resource management, provision of sewing machine equipment to support the business, procurement of plastic glass cutting machine tools and product quality improvement both design, innovation and variance product. Implementation of community service activities to achieve the target that is (1) able to innovate and develop, (2) improvement of human resource capacity in processing products become more diverse and quality, (3) able to increase production, (4) able to expand marketing network (5) sophisticated equipment procurement. The resulting outputs are (1) design product of varied handbags (2) more diverse product variances (3) plastic cutting machine production equipment (4) modern sewing machines (5) skilled human resources, (6) management good effort.

Keywords: Business group, Plastic waste, Unique bag

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Jambeck (2015), Indonesia berada di peringkat kedua dunia penghasil sampah plastik ke laut yang mencapai sebesar 187,2 juta ton setelah Cina yang mencapai 262,9 juta ton (<http://www.cnnindonesia.com>). Kondisi tersebut memungkinkan Indonesia akan mengalami darurat sampah plastik, padahal sampah plastik sulit terurai, dibutuhkan waktu 500-1.000 tahun sampah plastik dapat terurai oleh tanah.

Karena proses penguraian sampah plastik membutuhkan waktu yang cukup lama, maka diperlukan upaya untuk mengurangi dampak jumlah sampah plastik dengan cara mengolah sampah plastik. Pengolahan sampah plastik bisa menjadi prospek bisnis yang menguntungkan karena sampah

akan selalu meningkat jumlahnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, hal tersebut menjadikan peluang emas bagi para pelaku bisnis.

UMKM memberikan peranan penting bagi perekonomian nasional, terbukti sejak krisis ekonomi tahun 1997 hanya UMKMLah yang mempunyai pertahanan yang tangguh terhadap krisis ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan usaha skala besar. Stell,carree,Thurik, and zoetermeer (2004) menyatakan peranan UMKM dapat dikatakan sangat penting dalam perekonomian nasional. Peranan tersebut terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, dan peningkatan ekspor non migas.

Hadiyati (2010) menyatakan bahwa survey dari BPS mengidentifikasi permasalahan UMKM berdasarkan prioritasnya, yaitu meliputi : (1) kurangnya permodalan, (2) kesulitan dalam pemasaran, (3) persaingan usaha yang ketat, (4) kesulitan bahan baku, (5) kurang teknis produksi dan keahlian, (6) kurangnya keterampilan manajerial (SDM), (7) kurangnya pengetahuan masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi.

Kabupaten Jember merupakan daerah pertanian yang subur dengan jumlah penduduk sebesar 2.345.851 jiwa pada tahun 2011, terdiri dari penduduk laki-laki 1.164.715 jiwa (49,65%) dan penduduk perempuan 1.181.136 jiwa (50,35%). Dengan demikian, rasio jenis kelamin sebesar 98,61% yang berarti setiap 100 penduduk perempuan terdapat 98,61 penduduk laki-laki. Angka kepadatan penduduk mencapai 712 jiwa/Km² (<https://jemberkab.go.id/selayang-pandang/penduduk/>). Dengan semakin padatnya jumlah penduduk di Kabupaten Jember semakin banyak pula jumlah sampah plastik yang di hasilkan rumah tangga maupun industri. Hal ini tentunya menjadikan peluang besar dalam bisnis pengolahan sampah plastik.

Sampah plastik dapat dimanfaatkan untuk kerajinan, seperti kerajinan sandal, dompet, payung maupun tas unik berbahan dasar sampah plastik. Dari uraian di atas maka perlu dilakukan pendaur ulangan sampah plastik menjadi kerajinan yang unik, masyarakat desa karangsono jember telah memanfaatkan sampah plastik dari bungkus minuman air kemasan menjadi tas unik, namun kelompok masyarakat tersebut membuat kerajinan hanya saat ada pesanan saja, karena keterbatasan akses modal dan pemasaran. Gagasan awal di usung oleh bapak muhali di desa karangsono kabupaten jember, berawal dari banyaknya sampah plastik yang tidak terpakai di daerah tersebut, kemudian bapak muhali mencoba untuk memanfaatkan sampah plastik tersebut untuk dijadikan sesuatu yang bernilai guna yaitu tas.

Usahanya dimulai sejak tahun 2015, dengan hanya dibantu oleh sanak saudaranya, kemudian usaha tersebut banyak dilirik oleh masyarakat disekitar yang tertarik membuat tas unik berbahan sampah plastik, akhirnya sebagian besar masyarakat didaerah tersebut memiliki keterampilan dalam membuat tas berbahan baku sampah plastik, harga tas bervariasi tergantung tingkat kesulitan dalam membuatnya, berkisar 50-100 ribu. Proses produksi pembuatan tas berbahan baku sampah plastik memakan waktu lama sekitar 2 minggu sampai 1 bulan untuk 10 tas, hal ini disebabkan keterbatasan teknologi yang dipakai, kendala lain usaha bapak muhali yaitu kendala dalam mencari bahan baku, tak jarang bapak muhali harus mencari ke beberapa pemasok bahan baku sampah, untuk bahan baku yang diminta biasanya harus dipilah-pilah terlebih dahulu sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama, kendala lain usaha bapak muhali adalah kendala memasarkan produknya sehingga produksi hanya terbatas pada pesanan saja.

Disisi lain ada sekelompok masyarakat yang mendukung usaha kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik yaitu pelaku usaha kerajinan yaitu bapak heri harsono yang merupakan pengrajin peralatan rumah tangga, seperti cobek, ulek-ulek, asbak, dsb yang terbuat dari kayu di desa tutul jember, beberapa produk kerajinan bapak heri harsono sudah banyak terjual didaerah lokal jember maupun daerah terdekat seperti bondowoso, lumajang, probolinggo, dan sekitarnya. Selain itu produknya juga banyak dikirim diluar pulau jawa seperti bali, jakarta, surabaya, sumatera, sulawesi dsb. Bapak heri harsono sudah sering diundang dalam acara pameran-pameran produk unggulan jember, sehingga bapak heri harsono sering menjadi pembina beberapa ukm-ukm dijember khususnya yang bergerak dibidang kerajinan. Kegiatan PKM diharapkan bapak heri harsono menjadi Pembina usaha kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik milik bapak muhali sekaligus mitra dalam hal memasarkan produknya keluar daerah.

Oleh karena itu kegiatan PKM ini, pengusul memilih dua mitra sebagai pendukung kegiatan PKM ini, adapun mitra kegiatan PKM adalah :

1. Bapak Muhali, pemilik usaha kerajinan tas berbahan baku sampah plastik, yang beralamat di Dusun Dungdowo Desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.
2. Bapak Heri Harsono sebagai pemilik kerajinan tangan produk rumah tangga (UD Jaya Mandiri) yang beralamat di Tutul Krajan RT 01 RW 09 Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Aspek Produksi

Bahan baku pembuatan kerajinan tas adalah sampah plastik. Sampah plastik yang dipakai adalah bekas air minuman kemasan gelas. Bahan baku berasal dari para pemasok/pengepul sampah di kecamatan bangsalsari, kecamatan sukorejo, kecamatan tanjungsari, dsb. Harga bahan baku Rp 8.000/kg untuk sampah yang sudah dipilah-pilah. Untuk memperoleh bahan baku membutuhkan waktu yang cukup lama, karena setiap pengepul harus memilah-milah sampah sesuai pesanan dari pengrajin. Selain bahan baku bagian atas bekas air kemasan gelas ada beberapa bahan pendukung yaitu tali kur, selang untuk tali selempang tas, aksesoris seperti renda, hiasan bunga, dan beberapa aksesoris yang lain.

Proses pembuatan tas cukup lama, dalam 1 tas bisa sampai 2-4 hari tergantung jenis tas dan ukuran tas. Pembuatan tas ini cukup lama selain proses pengumpulan bahan baku yang tergolong lama, proses menjahit bagian dalam tas juga butuh waktu sehari-hari karena belum memiliki mesin jahit sendiri, sehingga proses menjahit dilakukan oleh penjahit sekitar.

Bahan baku berupa bagian atas bekas air kemasan gelas, bahan baku dikumpulkan kemudian bersihkan menggunakan cutter setelah bersih kemudian dipotong bagian atas bekas air kemasan gelas tersebut. Setelah itu bagian atas yang telah terpotong dicuci sampai bersih kemudian dikeringkan dengan cara dijemur dibawah terik matahari. Setelah kering bagian atas dari air kemasan gelas tersebut dikumpulkan kemudian dibungkus menggunakan tali kur warna-warni sesuai dengan pesanan pembeli. Setelah semua selesai dibungkus dengan tali kur kemudian dibentuklah pola memanjang membentuk pola tas yang diinginkan, setelah membentuk sebuah tas langkah selanjutnya adalah pemasangan selang untuk selempang tali serta selanjutnya proses penjahitan bagian dalam tas. Langkah terakhir yaitu proses perapian dan pemasangan aksesoris seperti renda, hiasan bunga, dll.

Hasil produksi tas berbahan baku sampah plastik sangat bervariasi baik jenis, ukuran dan warnanya. Tas yang paling banyak digemari adalah tas *buwuh*, biasanya dibandrol dengan harga 70-80 ribu rupiah. Dalam istilah bahasa jawa *buwuh* merupakan suatu tradisi desa, orang yang mempunyai hajat akan dihadiri oleh tetangga sekitar baik itu acara selamatan, maupun pernikahan dengan membawa sembako (beras, gula, mie, dsb). Selain tas *buwuh* ada pula tas sekolah dan tas trendy. Tas sekolah umumnya di pakai oleh siswa dan guru. Bentuknya juga bervariasi ada tas sekolah model selempang, ransel dan jinjing dengan dibandrol mulai dari 70-80 ribu rupiah. Sedangkan tas trendy yaitu tas yang dibuat untuk keperluan jalan-jalan biasanya dibandrol dengan harga 60-70 ribu rupiah.

Pemasaran produk hanya terbatas daerah lokal kabupaten jember. Produk kurang dikenal di masyarakat disamping karena produk masih tergolong baru, produk kurang bisa bersaing di pasaran. Design produk dan proses pembuatan yang masih tergolong kurang rapi menjadi kendala lain dari produk ini. Awal tahun 2016 produk ini pernah diorder dengan skala besar oleh sekelompok masyarakat kemudian di bawa keluar kota seperti Jakarta dan Madura.

Produk ini umumnya diorder oleh para guru yang suka akan hasil keterampilan kerajinan tangan, tak jarang anak-anak sekolah berburu tas ini untuk kegiatan praktek keterampilan kerajinan tangan disekolah.

Aspek Manajemen

Usaha kerajinan ini tergolong baru karena baru berdiri sejak tahun 2015, produk ini layak dikembangkan karena merupakan program penanggulangan darurat sampah, seperti yang kita ketahui permasalahan sampah merupakan permasalahan yang selalu ada disetiap daerah. Manfaat yang dapat dirasakan adalah permasalahan sampah didaerah akan dapat diminimalisir, selain itu pengelolaan sampah akan terus berjalan ditangan-tangan masyarakat yang kreatif memanfaatkan sampah menjadi barang yang bernilai guna.

Dalam manajemen usaha, usaha ini masih menggunakan pola manajemen rumah tangga, sehingga tidak ada pemisahan antara pemasukan dan pengeluaran rumah tangga dengan pemasukan dan pengeluaran untuk usaha. Sistem penggajian juga masih mengandalkan sistem kekeluargaan artinya gaji disesuaikan dengan banyaknya hasil tas yang dihasilkan. Pembagian kerja belum dilakukan karena setiap pekerja berperan terhadap semua pekerjaan.

Permasalahan Mitra

Permasalahan Pemasaran

Kendala utama dalam usaha ini adalah kendala pemasaran, karena mereka dapat memproduksi tapi sulit memasarkan produknya, sehingga produksi hanya terbatas pada order saja. Pemasaran sangat tradisional yaitu melalui mulut ke mulut, daerah pemasarannya pun juga terbatas pada daerah lokal saja, yaitu kecamatan balung, umbulsari, bangsalsari dan sekitarnya.

Strategi pemasaran belum diterapkan sehingga menyulitkan usaha ini berkembang, disamping itu produk yang dihasilkan kurang rapi sehingga kurang dapat bersaing di pasaran. Produk tergolong baru sehingga butuh promosi produk, promosi dapat dilakukan melalui kerjasama antar beberapa mitra kerajinan yang sudah lebih baik dari segi pemasarannya, promosi juga dapat dilakukan menggunakan promosi *online*. Terbatasnya pengetahuan mengenai komputer dan internet menjadi kendala dalam memasarkan produk secara *online*, sehingga butuh mitra yang dapat mendukung adanya sarana promosi *online*.

Permasalahan Financial

Modal usaha berasal dari modal sendiri, modal awal mendirikan usaha hanya sebesar Rp 500.000. Lemahnya informasi untuk akses modal kepada lembaga koperasi dan bank menjadi kendala usaha kerajinan tas, disamping itu karena mind set masyarakat akan lembaga keuangan (koperasi dan bank) yang relative memberikan bunga tinggi kepada nasabahnya. Padahal selama ini banyak bank dan lembaga-lembaga keuangan yang lainnya yang menyediakan dana khusus buat UMKM dengan bunga yang relatif rendah, kendala modal ini menjadi kendala dalam kemajuan usaha, karena tidak bisa memproduksi produk dalam partai besar.

Permasalahan Manajemen dan SDM

Manajemen usaha dijalankan dengan pola manajemen rumah tangga, sehingga tidak memisahkan antara pemasukan dan pengeluaran rumah tangga dengan usaha, hal ini akan berimbas pada kemajuan usaha. Dalam hal pemasukan maupun pengeluaran tidak pernah dicatat dengan baik, baik itu pemasukan maupun pengeluaran harian, mingguan, bulanan bahkan tahunan sehingga kesulitan dalam menganalisis laporan rugi-laba, padahal dengan adanya laporan rugi-laba, pemilik usaha akan memperoleh informasi mengenai keuntungan maupun kerugian yang diperoleh, sehingga memudahkan pemilik dalam mengambil keputusan karena sudah ada bukti kongkrit laporan keuangan. Selain itu manajemen sumber daya manusia belum tertata, sehingga setiap pekerja memiliki peran yang sama dalam usaha, hal ini disebabkan karena usaha dibangun dan dikembangkan oleh keluarga.

Permasalahan Produksi

Proses menjahit bagian dalam tas membutuhkan waktu yang lama, hal ini disebabkan karena pengrajin belum memiliki mesin jahit sendiri sehingga proses menjahit dikerjakan oleh penjahit sekitar yang cenderung memakan waktu 4-5 hari. Beberapa penjahit disekitar juga belum memiliki keahlian yang memadai sehingga hasil jahitan cenderung kurang rapi, karena untuk menempelkan bagian dalam dengan bagian luar tas cenderung rumit, bagian luar tas kaku sehingga butuh ketelatenan dalam mengaitkannya.

Proses pemotongan bahan baku menggunakan alat sederhana yaitu cutter sehingga memakan waktu lama dalam proses pengerjaannya, disamping itu penggunaan cutter terkadang melukai tangan pengrajin, hal tersebut menjadikan terkendalanya proses pemotongan bahan baku. Untuk itu diperlukan tenaga kerja yang lebih banyak lagi dalam proses pemotongan bahan baku, padahal tenaga kerja dalam pengrajin tas ini hanya terbatas yaitu 5-6 orang saja, sehingga pembuatan produk membutuhkan waktu yang cukup lama.

Produk yang dihasilkan oleh pengrajin hanya satu macam produk yaitu tas. Tas buatan para pengrajin ini cenderung masih standard dan kurang rapi sehingga perlu desain produk yang lebih menarik dan unik. Untuk meningkatkan mutu produk maka perlu inovasi produk sehingga produk yang dihasilkan lebih variatif, inovasi produk dapat dilakukan dengan membuat beberapa produk kerajinan lain seperti dompet, tempat minuman, tempat pensil, vas bunga, tempat sampah, dll. Selain itu pengrajin dapat memanfaatkan produk yang terbuang dari kemasan air minum gelas yakni bagian bawah dari kemasan air minum gelas untuk dijadikan sebagai produk yang tak kalah menarik karena bahan baku pembuatan tas selama ini hanya menggunakan bibir atas kemasan air minum gelas.

Justifikasi Pengusul Bersama Mitra

Dari permasalahan diatas tim pengusul dan mitra telah berdiskusi dan sepakat untuk membuat skala prioritas permasalahan-permasalahan yang ada yang akan diselesaikan, berikut uraiannya :

- Belum optimalnya aspek pemasaran sehingga pemasaran produk hanya terbatas daerah lokal jember

- Belum optimalnya sistem manajemen usaha karena masih menggunakan pola manajemen rumah tangga dalam hal pembagian kerja dan belum optimalnya sistem pembukuan baik itu harian, mingguan, bulanan dan tahunan
- Kurang efisiennya proses menjahit, karena belum memiliki mesin jahit sendiri
- Kurang efisiennya proses pemotongan bahan baku sehingga menyebabkan pembuatan tas membutuhkan waktu yang lama
- Belum optimalnya design produk, inovasi produk dan variasi produk.

TARGET DAN LUARAN

Ukuran keberhasilan program PKM kelompok kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik ini di Desa Karangsono Kabupaten Jember adalah dengan tercapainya target kegiatan ini, adapun target kegiatan ini adalah :

1. Perluasan pasar
2. Peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia
3. Pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha
4. Pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik
5. Peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk

Kegiatan PKM ini di harapkan memberikan luaran bagi mitra 1 dan 2, sebagai berikut :

1. Kerjasama dalam perluasan pasar antara mitra 1 dan mitra 2
2. Melaksanakan kegiatan pelatihan manajemen kepada pelaku usaha dan karyawan guna untuk meningkatkan kualitas SDM serta pelatihan pencatatan akuntansi keuangan berbasis excel
3. Mesin jahit, untuk menjahit bagian dalam tas unik berbahan baku sampah plastik
Spesifikasi :
 - Merk : TYPICAL
 - Type : GC6-28-1
 - Berfungsi Menjahit Lurus dengan Jarum 1
 - Kecepatan di atur oleh pedal gas
 - Kecepatan Maksimal 2850 RPM
 - Maksimal Ketebalan Bahan 10 mm
 - Lebar Jahitan dapat diatur hingga 5.0 mm
 - Pengangkat Sepatu dapat diangkat hingga 5,0 mm (tangan) - 13 mm (lutut)
 - Sistem Pelumasan Automatis
 - Menggunakan Motor 250 Watt (Listrik bervariasi tergantung penggunaan anda)
 - Posisi Standby Listrik 75 Watt.
4. Mesin pemotong bibir air kemasan gelas
Spesifikasi :
 - Nama : mesin pemotong ring gelas plastic
 - Berat mesin: 70kg
 - Penggerak electro motor : 1hp - 750 watt
 - Kecepatan hasil potong :200 250 kg / hari
 - Dimensi : 45 x 65 x 80 cm
 - Pisau : baja peer
 - Bearing : UCP 215
5. Design produk baru sebagai pengayaan dari varians produk yang sudah ada yaitu pembuatan dompet, tempat air mineral, tempat pensil, dan tempat sampah. Inovasi produk yaitu pemanfaatan bagian bawah kemasan air mineral gelas yang awalnya dibuang dalam bentuk produk tirai jendela

METODE PELAKSANAAN

Tahapan dalam melaksanakan solusi permasalahan mitra

Dari permasalahan diatas maka ada beberapa solusi yang ditawarkan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Tahapan pertama : Pelaksanaan survey kepada mitra 1 dan mitra 2 guna mengkoordinasikan pelaksanaan program kemitraan masyarakat (PKM) tas unik berbahan baku sampah plastik.
2. Tahapan kedua : Meningkatkan kemampuan SDM melalui pelatihan usaha mulai dari manajemen keuangan sederhana, kewirausahaan, manajemen SDM, teknik inovasi produk dan manajemen pemasaran.

3. Tahapan ketiga: Praktek inovasi produk melalui mendesign produk baru, melaksanakan inovasi dan memperbanyak varians produk dengan melihat design dan varians dari beberapa website terkait produk-produk kerajinan dari kemasan air gelas.
4. Tahapan keempat : memberikan peralatan mesin jahit dan mesin pemotong bibir air kemasan gelas guna menunjang aktivitas usaha
5. Tahapan kelima : Melakukan pendampingan pemasaran oleh mitra 2 guna membantu pemasaran produk tas unik berbahan baku sampah plastik baik melalui offline maupun online.
6. Tahap keenam : Monitoring dan evaluasi

Metode Pendekatan yang ditawarkan

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :

1. Survey

Kegiatan survey dilakukan kepada mitra 1 dan mitra 2 guna untuk mengkoordinasikan program kemitraan masyarakat (PKM) tas unik berbahan baku sampah plastik.

2. Pelatihan manajemen

Pelatihan manajemen bertujuan untuk mempersiapkan mitra terjun mengelola usaha dengan baik dan berkelanjutan. Adapun materi yang disampaikan meliputi manajemen keuangan, kewirausahaan, manajemen SDM, teknik inovasi produk, dan manajemen pemasaran.

3. Praktek design, inovasi dan varians produk

Praktek design, inovasi dan varians produk di bantu oleh pengusul dengan melihat beberapa website terkait kerajinan kemasan air gelas kemudian mempraktekkannya dalam bentuk beberapa varians produk seperti dompet, tempat air mineral, tempat pensil dan tempat sampah.

4. Penyerahan bantuan peralatan

Penyerahan bantuan peralatan akan dilaksanakan bersama mitra dengan pengusul, bantuan produk berupa mesin jahit dan mesin pemotong bibir air kemasan gelas yang dapat menunjang aktivitas usaha karena selama ini proses menjahit dikerjakan oleh beberapa penjahit disekitar yang tidak tergabung dalam kelompok usaha sedangkan proses pemotongan bahan baku membutuhkan waktu yang cukup lama.

5. Pendampingan pemasaran produk

Pendampingan pemasaran dibantu oleh mitra 2, dalam hal ini pemasaran akan dilakukan diwilayah lokal sampai luar kota dan pemasaran juga akan dilakukan secara online.

5. Monitoring dan evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi akan dilaksanakan secara periodik sampai mitra dapat menghasilkan produk-produk yang inovatif dan menjalankan usahanya secara berkelanjutan sehingga target dan luaran program ini bisa tercapai.

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program ini dibutuhkan partisipasi mitra, bentuk partisipasi tersebut antara lain berupa :

1. Berdiskusi dengan tim pelaksana guna menemukan berbagai permasalahan-permasalahan usaha dan mencari solusi permasalahan sekaligus target dan luaran dari program kegiatan ini.
2. Ikut memberikan masukan terkait design, inovasi maupun varians produk
3. Menyediakan tempat untuk praktek design, inovasi maupun varians produk
4. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pengoperasian mesin jahit
5. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pengoperasian mesin pemotong bibir air kemasan gelas
6. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pembuatan produk baru
7. Menyiapkan pelaku usaha dan tenaga kerja untuk dilatih manajemen usaha

Evaluasi Pelaksanaan Program

Kegiatan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program akan dilaksanakan secara periodik sampai mitra mandiri dan dapat menghasilkan produk-produk yang lebih inovatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan berdasarkan identifikasi permasalahan mitra dan justifikasi pengusul tim PKM dengan mitra dan menghasilkan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan PKM tas unik berbahan baku sampah plastik pada tanggal 01 mei 2018, dengan tahapan kegiatan sebagai berikut :

1) Tahap Pertama

Pada tahap pertama merupakan tahap awal tim PKM melakukan survey ke desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember dan mengadakan pertemuan dengan mitra 1 yaitu bapak muhali dan mitra 2 yaitu bapak heri harsono. Dari hasil koordinasi dengan kedua mitra maka diperoleh kesepakatan bahwa pelaksanaan PKM akan dimulai pada tanggal 06 mei 2018 dimulai dengan kegiatan pelatihan manajemen usaha, praktek desaign dan inovasi produk, penyerahan bantuan peralatan, pendampingan pemasaran serta monitoring dan evaluasi.

2) Tahap Kedua

Tim PKM melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan dengan mengadakan koordinasi bersama pihak-pihak terkait yang terlibat dalam kegiatan ini, diantaranya sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan pemateri/konsultan untuk kegiatan pelatihan manajemen usaha, tentang tujuan dan target yang ingin dicapai dalam kegiatan PKM ini
- b. Melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen yang dilaksanakan di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember
- c. Melakukan koordinasi dengan mitra 1 dan mitra 2 untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha.

3) Tahap Ketiga

Pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan (skill) mitra, selain itu kegiatan pelatihan manajemen usaha juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar manajemen usaha mulai dari manajemen keuangan sederhana, kewirausahaan dan UMKM, manajemen sumber daya manusia, teknik inovasi produk, serta manajemen pemasaran. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha sebagai berikut :

- a. Pada tanggal 06 mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen keuangan sederhana oleh sukma irdiana, S.E, M.M di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember
- b. Pada tanggal 07 mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan kewirausahaan oleh fauzan muttaqien, S.E,M.M di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember
- c. Pada tanggal 08 mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen sumber daya manusia oleh zainul hidayat, S.E, M.M di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember
- d. Pada tanggal 09 mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan teknik inovasi produk oleh khoirul ifa, S.E, M.SE di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember
- e. Pada tanggal 10 mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen pemasaran oleh tri palupi robustin, S.E, M.M di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember.

Pada kegiatan ini seluruh peserta mendapatkan beberapa fasilitas sebagai berikut:

- materi pelatihan
- material kit
- uang saku dan transportasi

4) Tahap Keempat

Pelaksanaan kegiatan praktek desaign, inovasi dan varians produk yang dilaksanakan pada tanggal 14-28 Mei 2018 di rumah mitra 1 bapak muhali. Pada kegiatan praktek ini menghasilkan desaign tas baru, inovasi produk lain berupa tempat air minum gelas, tempat sampah, tudung saji, piring, tirai pintu, tempat pensil, dsb. Dari kegiatan praktek desaign, inovasi dan varians produk mitra mendapatkan ongkos pembuatan produk baru.

5) Tahap Kelima

Tahap kelima adalah penyerahan bantuan peralatan kepada mitra yang dilaksanakan pada tanggal 04 Juni 2018 guna untuk menunjang aktivitas usaha, alat berupa mesin pemotong ring gelas plastik dan mesin jahit modern.

5) Tahap Keenam

Dilaksanakan kegiatan pendampingan pemasaran oleh mitra 2, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 08 juni 2018. Pendampingan pemasaran dilaksanakan baik *offline* maupun *online*.

6) Tahap Ketujuh

Tahap ini merupakan tahap monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk melihat keberhasilan perwujudan program PKM ini serta memberikan pendampingan kepada mitra program dalam melaksanakan kegiatannya.

Luaran yang dicapai

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini juga menghasilkan luaran sesuai dengan harapan mitra PKM, sebagai berikut:

1. Kerjasama dalam perluasan pasar antara mitra 1 dan mitra 2
2. Sumberdaya yang terampil
3. Peralatan yang handal untuk menunjang usaha

4. Kemampuan mendesign produk baru sebagai pengayaan dari varians produk yang sudah ada yaitu pembuatan dompet, tempat air mineral, tempat pensil, dan tempat sampah. Inovasi produk yaitu pemanfaatan bagian bawah kemasan air mineral gelas yang awalnya dibuang dalam bentuk produk tirai jendela dan tudung saji

Penyelesaian permasalahan untuk mencapai target dan luaran yang telah ditentukan yang merupakan tujuan dari kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan metode yang masing-masing mempunyai maksud dan tujuan sebagai berikut:

1) Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan untuk peningkatan kemampuan dan *skill* kelompok mitra dilaksanakan melalui pelatihan manajemen usaha. Pelatihan manajemen usaha ini bertujuan untuk mempersiapkan kelompok mitra agar mampu mengelola usahanya dengan baik dan berkelanjutan. Pelatihan yang diberikan berupa : manajemen keuangan sederhana, UMKM dan motivasi kewirausahaan, manajemen sumber daya manusia, teknik inovasi produk, dan manajemen pemasaran. Dalam pelatihan ini melibatkan 5 Dosen STIE Widya Gama Lumajang yang juga merupakan tokoh kewirausahaan dan UMKM di Kabupaten Lumajang. Kegiatan pelatihan ini diikuti dengan baik dan dihadiri oleh seluruh peserta yang terdiri dari anggota mitra program sebanyak 15 (lima belas) orang dan mahasiswa sebanyak 5 (lima) orang.

2) Kegiatan Praktek Desain dan Inovasi Produk

Praktek desain dan inovasi produk ini dilaksanakan dengan praktek membuat desain tas baru, membuat inovasi produk yaitu tempat air minum gelas, tempat sampah, tudung saji, tempat pensil, dan tirai pintu. Praktek ini bertujuan agar mitra PKM bisa melaksanakan secara langsung proses inovasi produk sehingga akan dapat diterapkan secara berkelanjutan di usahanya masing-masing.

3) Penyerahan Bantuan Peralatan

Kegiatan penyerahan bantuan peralatan dalam kegiatan PKM ini dilaksanakan setelah praktek inovasi produk, hal ini disebabkan proses desain produk yang lama, dan proses pembuatan alat mesin potong ring gelas plastik yang cukup lama. Sebelum alat diserahkan, alat sudah diuji coba oleh operator.

4) Pendampingan

Kegiatan pendampingan kelompok mitra dilakukan dalam 2 (dua) bentuk sebagai berikut:

a. Pendampingan Teknik

Pendampingan secara teknik dilakukan dengan menempatkan pendamping dan konsultan teknik secara periodik sehingga dapat memantau kegiatan mitra dan memberikan solusi atas permasalahan teknik yang terjadi.

b. Pendampingan Pemasaran

Pendampingan pemasaran dilakukan dengan melibatkan mitra 2 dalam memasarkan produk mitra 1, pendampingan pemasaran dilakukan baik secara *offline* dan *online*, kegiatan pemasaran *offline* dilaksanakan di pasar tradisional maupun pada acara bazar/pameran sedangkan kegiatan pemasaran *online* menggunakan media sosial, dan *e-commerce/ e- marketing*.

5) Monitoring dan Evaluasi

Proses yang tidak kalah pentingnya adalah monitoring dan evaluasi yang secara periodik akan dilakukan sampai kelompok mitra bisa mandiri menjalankan usahanya sehingga secara keseluruhan tujuan, target dan luaran kegiatan PKM ini dapat tercapai dengan baik.

Menurut pemantauan tim PKM, seluruh kegiatan ini dilaksanakan dengan penuh semangat dan antusias oleh seluruh peserta. Kreativitas muncul pada saat kegiatan praktek desain, inovasi dan varians produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan kegiatan PKM kelompok usaha tas unik berbahan baku sampah plastik di desa karangsono kabupaten jember ini adalah :

1. Mitra PKM memiliki keinginan yang kuat untuk mengembangkan usahanya mengingat persaingan usaha yang cukup tajam di Kabupaten Jember. Persaingan dalam produk-produk sejenis yang lebih baik.
2. Program kemitraan masyarakat (PKM) yang dilaksanakan ini mampu memberikan solusi sederhana untuk mengembangkan usaha mitra secara berkelanjutan, karena mitra dibekali dengan kemampuan manajemen dan teknik berinovasi menghasilkan produk yang inovatif dan memiliki daya saing.

3. Tercapainya target yang merupakan ukuran keberhasilan kegiatan PKM kelompok usaha tas unik berbahan baku sampah plastik di desa karangsono kabupaten jember ini yaitu: (1) Perluasan pasar, tidak hanya pemasaran *offline* yakni pemasaran *online*(2) Peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia, (3) Pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha, (4) Pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik, (5) Peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk. Kegiatan PKM ini dapat menghasilkan luaran sesuai dengan harapan mitra PKM, yaitu: (1) desain produk baru, varians produk yang lebih inovatif, (2) peralatan usaha modern, (3) sumber daya manusia yang trampil mendesign produk, (4) pengelolaan manajemen usaha yang baik, (5) perluasan pasar.
4. Kegiatan PKM ini disamping melibatkan Dosen juga melibatkan mahasiswa agar dapat memberikan pembelajaran bagi mahasiswa tentang kegiatan kewirausahaan dan kehidupan nyata yang akan dihadapi mereka setelah lulus dan terjun ke masyarakat. Mahasiswa juga mendapatkan kesempatan berbaur dengan masyarakat untuk membantu masyarakat. Juga diharapkan dapat memperoleh pengalaman praktis dalam menerapkan ilmu teoritis yang dimilikinya sehingga dapat dijadikan dasar materi kegiatan yang berkelanjutan antara lain sebagai bahan penelitian dan bahan ajar ataupun sebagai contoh kasus dalam materi kuliah yang diampu.

Saran

Tantangan terbesar justru datang pada saat pendampingan pemasaran dan praktek desain dan inovasi produk. Oleh karena itu ada beberapa saran agar kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, sebagai berikut:

- a. Perlu adanya kerjasama yang intensif antara mitra 1 dan mitra 2 dalam hal pemasaran produk.
- b. Adanya kemauan yang tinggi bagi mitra untuk mengembangkan diri dalam hal berinovasi dan pengembangan manajemennya
- c. Tantangan persaingan yang cukup ketat harus diimbangi dengan mental dan sikap yang positif dan semangat yang tinggi pantang menyerah, karena jika mitra program tidak mempunyai jiwa kewirausahaan dan kemampuan berinovasi yang kuat maka akan mudah tergilas oleh tingkat persaingan usaha sejenis.
- d. Pendampingan dan pengawasan yang intensif kepada mitra program perlu dilakukan secara periodik dan tidak berhenti sampai selesainya program PKM ini, oleh karena itu keaktifan tim PKM beserta jajaran civitas STIE Widya Gama Lumajang dalam melakukan pembinaan pada kelompok usaha ini perlu dilakukan secara berkesinambungan.
- e. Diharapkan pendanaan selanjutnya untuk kegiatan ini perlu dilaksanakan untuk membantu usaha kecil lainnya yang sejenis agar mampu berinovasi dan mampu berkembang dalam persaingan usaha yang semakin tajam.

DAFTAR PUSTAKA

- Kertopati Lesthia. 2016. *Berpartisipasi Membersihkan Laut dengan Sepatu*.<http://www.cnnindonesia.com>. Diakses 20 februari 2017
- <https://jemberkab.go.id/selayang-pandang/penduduk/>. Diakses 20 februari 2017
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. *The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth : an Analysis Using the GEM Data base*. SCALES Paper No.320
- Hadiyati, E. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Malang : Bayumedia.

**Pemberdayaan Umkm Melalui Akun Organisasi Bisnis Berbasis E-Commerce
(Studi Kasus Pada Forum Online Ukm Ksrn Kabupaten Jember)**

Fauziah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : zfauzya@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan UMKM menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan sektor ekonomi bangsa Indonesia. Berbagai program untuk mendorong peningkatan kapasitas UMKM sedang dilakukan bersama-sama oleh seluruh *stakeholder* yang ada. Mulai dari memaksimalkan kualitas produk yang dihasilkan mereka hingga strategi pemasaran yang dapat menjangkau masyarakat secara global, salah satu contohnya adalah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih dengan adanya internet. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui secara mendalam Pengelolaan akun organisasi UKM KSRN Kabupaten Jember yang ada di *online marketplace* Tokopedia dan Bukalapak. Manfaat penelitian yang diharapkan mampu memberikan referensi pengetahuan untuk memperkaya ilmu pengetahuan berkaitan dengan pengelolaan akun bisnis *online* yang bermanfaat bagi mahasiswa maupun bagi kegiatan penelitian secara umum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Kasus menarik dari kegiatan penelitian ini adalah Para pelaku UMKM di Kabupaten Jember membuat komitmen bersama, membangun *Society Company Building* dan membuat sebuah akun organisasi di beberapa *marketplace online* untuk meningkatkan penjualan produk mereka secara global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan akun organisasi Forum *Online* UKM KSRN Kabupaten Jember mampu menjadikan mereka berdaya dan terampil dalam hal pemasaran secara *online*, dapat menjangkau pasar secara global, dan meningkatkan produktivitas mereka.

Kata kunci : Pemberdayaan UMKM, Akun organisasi dan E-Commerce.

Abstract

UMKM empowerment becomes a very important thing in improving the economic sector of the Indonesian nation. Various programs to encourage capacity building of MSMEs are being undertaken jointly by all existing stakeholders. Starting from maximizing the quality of their products to marketing strategies that can reach the community globally, one example is to utilize information and communication technology is increasingly sophisticated with the Internet. The purpose of the research is to know in depth Management of SMEs account organization KSRN Jember District which is in online marketplace Tokopedia and Bukalapak. The benefits of research are expected to provide a reference knowledge to enrich science related to the management of online business accounts that benefit students and research activities in general. This research uses qualitative method using case study approach. Interesting case of this research activity is the perpetrators of SMEs in Jember District make a joint commitment, build a Society Company Building and create an organizational account in several online marketplace to increase sales of their products globally. The results show that the existence of JS Online Forum SMEs KSRN Online account organization Jember able to make them empowered and skilled in terms of marketing online, can reach the market globally, and increase their productivity.

Keyword : Empowerment of UMKM, Organization account and E-Commerce.

PENDAHULUAN

Keberadaan dan peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam menunjang kegiatan ekonomi nasional, terutama dalam mengatasi persoalan kemiskinan, pengangguran, kesenjangan antar sektor, sangat penting dan strategis. Oleh karenanya penguatan terhadap ekonomi skala kecil dan menengah menjadi prioritas menuju terciptanya fundamental ekonomi yang kokoh. Namun dalam merealisasikan potensi yang besar tersebut, UMKM masih menghadapi banyak permasalahan baik secara internal maupun eksternal. (<http://www.riaupos.co>).

Beberapa permasalahan pokok yang dihadapi oleh UKM adalah rendahnya produktivitas yang disebabkan oleh rendahnya Sumber Daya Manusia khususnya dalam bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran.

Tetapi secara perlahan, para pelaku UKM berbenah dengan meningkatkan keterampilan mereka, perbaikan manajemen, penataan organisasi serta mengoptimalkan penguasaan teknologi dalam memasarkan produk-produk mereka.

Pemasaran merupakan proses sebuah organisasi atau perusahaan dalam menciptakan sebuah hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen atau pelanggan. Pemasaran juga merupakan gabungan dari seni dan ilmu yang diformulasikan dalam membentuk hubungan yang baik antara konsumen atau pelanggan dengan tujuan organisasi atau perusahaan. (Kotler dan Armstrong, 2008; Kotler dan Keller, 2009).

Di era digital ini, para pelaku UKM harus menguasai teknik-teknik dalam kegiatan perdagangan berbasis *online* atau yang biasa kita sebut *E-Commerce*. Keberadaan *marketplace online* sangat membantu para UKM yang sudah siap *Go digital*. Dengan teknologi informasi dan komunikasi ini, peluang untuk menjalankan bisnis semakin luas, semakin ekonomis, mereka para UKM tidak perlu mengeluarkan biaya iklan yang tinggi seperti perusahaan-perusahaan besar yang mengiklankan produknya melalui media televisi misalnya.

Peluang yang sangat luas, mengingat pengguna *smartphone* di Indonesia merupakan pengguna Smartphone No.4 sedunia, seperti yang dirilis Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bahwa Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Sudah sangat banyak para UKM yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan produknya melalui akun di *online marketplace*, seperti tokopedia dan Bukalapak. Tetapi penjualan mereka belum pada angka yang signifikan, disebabkan akun yang dibuat adalah akun pribadi yang mempunyai kelemahan kurangnya intensitas penjual dalam hal mengupdate produk yang dijualnya, sehingga sistem *Search Engine Optimization* (SEO) lambat merespons pencarian produk oleh calon pembeli. Selain itu beberapa hal teknis yang belum dikuasai oleh mereka seperti pemilihan *keyword* sebagai salah satu strategi pemasaran berbasis *online*.

Konsep Pemberdayaan UKM melalui sebuah akun organisasi bisnis yang berbasis E-Commerce mungkin dapat menjadi salah satu solusi dari beberapa permasalahan pokok di atas, khususnya di bidang pemasaran di era digital saat ini.

Seperti yang sudah dilakukan oleh para UKM di Kabupaten Jember. Mereka memiliki akun bersama di berbagai *marketplace* misalnya Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shoopee dan lainnya. Tujuan dibuatnya akun bersama ini adalah untuk memaksimalkan intensitas *uploading* dan *updating* produk yang dijual oleh para pelaku UKM tersebut. Gerakan ini mereka lakukan secara konsisten setiap harinya. Disusun jadwal tentang siapa saja di antara mereka yang harus melakukan *uploading* dan *updating* produk mereka dan berapa kali jumlah postingan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Widjaja (2003:169), **Pemberdayaan masyarakat** adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.

Konteks nya dalam hal ini adalah Pemberdayaan UMKM dalam menjajakan bisnisnya secara *online*, para pelaku UMKM diberdayakan, dipacu dengan cara ditingkatkan kapasitasnya sehingga mampu bersaing di pasar global dengan produk-produk unggulannya, mengkonspirasi bisnis mereka melalui akun organisasi di beberapa *marketplace* besar di Indonesia, bahkan luar negeri.

Dengan membangun konsep "*Society Company Building*", para UKM mampu membangun perusahaan besar, saling bekerja sama, yang di dalamnya terdiri dari para *socio preuneur* yang dapat menggerakkan orang lain yang tidak mampu dalam arti bekerja sama dalam memajukan para pelaku UKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus menurut Ahmadi (2014:69) adalah suatu kajian yang rinci tentang satu latar atau subjek tunggal atau tempat penyimpanan dokumen atau suatu peristiwa tertentu. Deny dalam Guba dan Lincoln (1981:370) mendefinisikan studi kasus sebagai suatu eksaminasi intensif atau lengkap tentang suatu segi atau isu ataupun peristiwa suatu latar geografis dalam suatu batasan tertentu.

Penelitian studi kasus menurut Herdiansyah (2009:64) adalah suatu model yang menekankan pada eksplorasi dari suatu system yang terbatas (*bounded system*) pada satu kasus atau beberapa

kasus yang secara mendetail, disertai dengan penggalian data secara mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya akan konteks.

Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti disini menggunakan dasar yang pertama yaitu studi kasus kesejarahan organisasi, proses pengelolaan akun organisasi, peningkatan kapasitas melalui diskusi di group WA dan tatap muka. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Organisasi ini berawal dibentuk karena keinginan yang sama dari para pelaku UKM di Kabupaten Jember untuk dapat menjajakan produknya secara online. Sebenarnya sangat mudah ketika dari masing-masing pelaku UKM tersebut membuat akun pribadi kemudian secara perorangan melakukan jual beli secara online.

Dengan semangat untuk membangun *Society Company Building*, yang di dalamnya terdiri dari para *socio preneur* yang dapat menggerakkan orang lain yang tidak mampu dalam arti bekerja sama dalam memajukan para pelaku UKM. Konsep ini didengungkan oleh salah satu pelaku UKM Desa Balung Kulon Kecamatan Balung Kabupaten Jember bernama M.Imron Pribadi yang merupakan Ketua Komunitas Seller Reseller Nasional (KSRN) Kabupaten Jember. Organisasi ini dibentuk atas dasar komitmen yang kuat untuk mewujudkan kemakmuran yang adil dan merata di Negara Tercinta Indonesia. Mereka meyakini bahwa kewiraswastaan atau entrepreneurship di bidang industry ekonomi kreatif dengan multi sektor adalah salah satu upaya mencapai cita-cita luhur untuk memakmurkan Nusa dan Bangsa Indonesia, yang berazaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. disamping usaha-usaha lain yang masih banyak sekali jumlahnya dilaksanakan secara ulet, teratur, berencana dan dengan penuh kebijaksanaan untuk mencapai cita cita kesejahteraan hidup adil dan makmur. Dengan wadah ini diharapkan bersama para UMKM Indonesia mampu mengisi system pemasaran global yang dibuat oleh negara negara maju, sehingga kita para UMKM Indonesia dengan cepat dan tanggap *melek* digital.

Society company building merupakan program pembuatan *company* / perusahaan yang berbasis sosial, penerapannya belum ada di Indonesia berasal dari negara-negara komunis seperti Cina dan Eropa. Konsep ini menerapkan bagaimana kekuatan sosial membuat gerakan *couple power business* yang digerakkan oleh pelaku ekonomi kreatif di tingkat bawah. Sehingga ketika ini menjadi kekuatan besar, nantinya ini akan mendominasi dan mampu mengalahkan kekuatan bisnis negara, bisnis kapitalis atau bisnis apapun lainnya akan ditabrak oleh bisnis berkonsep ini. Karena jika semua anggota bisnis berkonsep ini sudah memiliki pendapatan, mereka tidak akan terpengaruh oleh kekuatan apapun, politik, pemerintah, budaya, termasuk intimidasi dalam bentuk apapun. Konsep ini bertolak belakang dengan azas kapitalis liberalis yang sekarang sedang merajai di negeri ini, masing-masing perorangan akan melakukan apapun untuk memperkaya diri mereka sendiri, dengan tidak memperhatikan kepentingan sosial. Konsep *Society Company Building* akan melahirkan *Sociopreneur* atau *Intelegensipreneur*, termasuk *enterpreunership- enterpreunership* yang berbasis UKM.

Konsep konspirasi bisnis yang dianut oleh akun KSRN ini, bermaksud bahwa bisnis harus direkayasa, dimulai dari cara membuat pasar baru, cara mengendalikannya pasar, cara membuat gelombang pasar. UKM KSRN melakukan praktik ini di akun KSRN ini.

Program konspirasi ini sebenarnya tidak disukai oleh *marketplace* lainnya, karena tidak membeli iklan dan produk mereka, bisa dikatakan tandingan dari mereka, karena merupakan user-user pelaku UKM yang melakukan konspirasi bisnis di tempat mereka.

Organisasi ini dibentuk melalui rapat musyawarah pada tanggal 11 Nopember 2017 bertempat di salah satu hotel di Kabupaten Jember. Dengan beberapa agenda pembahasan Anggaran Dasar (AD) dan Aturan Rumah Tangga (ART) kemudian akan ditetapkan dan dicatat di Akta Notaris setempat.

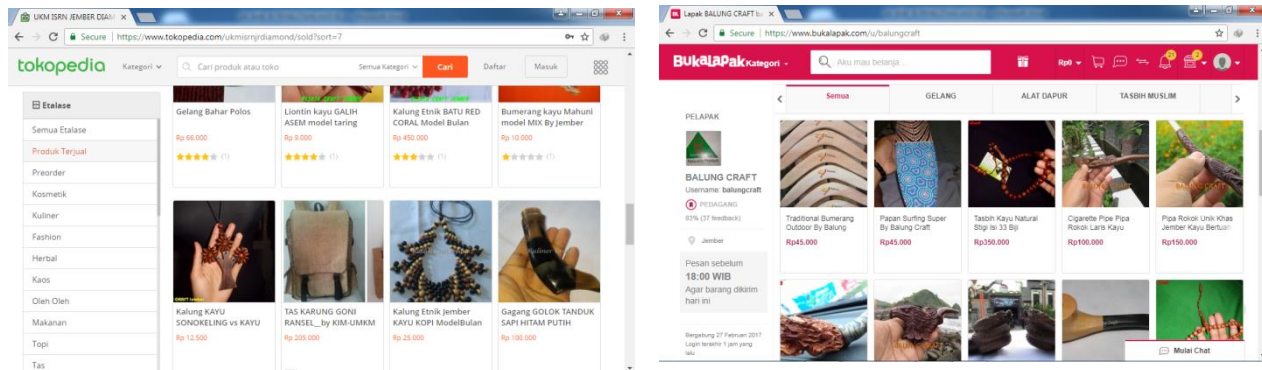
AD-ART Komunitas Seller dan Reseller Nasional (KSRN) Kabupaten Jember berisi pasal-pasal di antaranya tentang ketentuan Nama organisasi, waktu didirikan, tempat kedudukan dan lambing organisasi. Selain itu azas dan landasan serta maksud dan tujuan didirikannya organisasi ini.

Salah satu maksud dan tujuan dari pendirian organisasi ini adalah upaya menyatukan seluruh para pelaku bisnis dibidang UMKM, Ekonomi kreatif serta *seller reseller* Indonesia untuk membuat, menyusun, membangun sebuah sistem pemasaran *digital marketing* yang bisa mencapai 5 benua. Bentuk kongkrit dari maksud dan tujuan ini adalah membentuk sebuah akun organisasi di beberapa *marketplace online* seperti Tokopedia dan Bukalapak.

Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa keberadaan Akun Organisasi KSRN di beberapa marketplace membawa dampak positif berupa meningkatkannya penjualan produk anggota KSRN Kabupaten Jember. Selain itu peningkatan kapasitas dalam mengelola akun organisasi dilakukan melalui bimbingan teknis yang dilakukan secara rutin setiap minggunya, materi yang disampaikan

antara lain strategi-strategi pemasaran online berupa penggunaan *keyword-keyword* efektif dalam proses *posting* dan *updating* produk.

Gambar 1.
Produk UKM KSRN di Tokopedia dan Bukalapak



Sumber : tokopedia.com dan bukalapak.com

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, dapat membawa dampak positif bagi para pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi tersebut untuk memperluas jangkauan pasar dari penjualan produknya.

UKM di Indonesia seharusnya tidak hanya sebagai produsen industri kreatif, tetapi harus berdaya dengan menguasai pasar dengan cara mahir tentang teknis strategi pemasaran digital.

Variasi produk UKM KSRN harus diciptakan untuk menghindari kejenuhan pasar. Selain itu kualitas terbaik dari produk yang diciptakan harus diutamakan, karena konsumen kini semakin cerdas.

Kontinuitas dalam menjalankan bisnis *online* (*posting* dan *updating* produk) menjadi hal yang mutlak dan harus tetap terjaga, tanpanya eksistensi akun organisasi UKM KSRN tidak akan terwujud.

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi para UKM Anggota KSRN ; hendaknya memperbanyak variasi produk, terutama produk-produk kreatif, membuat target minimal *posting* dan *updating* produk setiap harinya, dan tentunya agar dilaksanakan target tersebut, karena salah satu optimalisasi fungsi SEO adalah produk mana yang terus dilakukan *posting* dan *updating*.
2. Bagi pemerintah ; membangun infrastruktur tentang Sistem pemasaran digital UMKM secara menyeluruh, mulai dari regulasi hingga implementasi di lapangan.
3. Bagi masyarakat ; cintai produk dalam negeri dengan membeli produk-produk kreatif para UKM di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta : Jakarta
- Bogdan. R.C & Biklen, S.K. (1992) *Qualitatif Research for Education, An Introduction to Theory and Methods*. Boston : Allyn & Bacon
- Guba, E.G dan Lincoln, Y.S. (2005). *Competing Paradigms in Qualitative Research*. Dalam Denzin. N.K dan Lincoln, Y.S. (Eds). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks. CA : Sage Publication
- Gunawan, Iman. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. PT. Bumi Aksara : Jakarta
- Sudaryanto, Ragimun dan Rahma Rina Wijayanti. 2012. *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*. E-Jurnal UIN Jakarta. Vol. 4 No. 10 Tahun 2012 : 3012-3044
- Shabur Miftah, Maulana, Heru Susilo dan Riyadi. 2015. *Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)*. Vol 13 No. 2. September 2015 : 123-134
- Herdiansyah, Haris. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba humanika : Jakarta
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *On Becoming The Marketing Company*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

- Kotler dan Armstrong, 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Kartasasmita, Ginjar 1995. *Pemberdayaan Masyarakat Sebuah Tinjauan Administrasi Pidato Pengakuan Jabatan Guru Besar Dalam Ilmu Administrasi Pada Fakultas Ilmu Administrasi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Miles Matthew B. Huberman Michael A. (1984). *Qualitatif Data Analysis A Sourcebook of New Methods*. Sage Publications, Beverly Hills : London
- Mubarok, Mufti. 2013. *Manajemen Praktis Kewirausahaan*. Graha Pustaka Media Utama : Surabaya
- Raharjo, M. 2013. *Analisis Data Penelitian Empirik (Sebuah Pengalaman Empirik*. Gramedia : Jakarta
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sumaryadi, I Nyoman, 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. CV. Citra Utama, Jakarta

**Strategi Penentuan Keunggulan Bersaing Berbasis *Marketing Mix* Berdasarkan Persepsi, Harapan Dan Kepentingan Konsumen
(Studi Komparatif Pada Beras Merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Lumajang)**

Rohmatun Nadziroh¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : rohmatunnadziroh@gmail.com

Ninik Lukiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email: ibundaninik@gmail.com

Hartono³
STIE Widya Gama Lumajang
email: hartono.wiga234@gmail.com

Abstrak

Marketing mix terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, dan customer service* menjadi pendukung dalam hal pemasaran suatu produk barang maupun jasa beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Kabupaten Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menentukan keunggulan bersaing berbasis *marketing mix* pada beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas (2) memberikan solusi perbaikan pada beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas (3) mengetahui perbandingan keunggulan bersaing berbasis *marketing mix* pada beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen. Metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif dan bersifat komparatif dengan pendekatan *lean six sigma* untuk menemukan keunggulan dan prioritas perbaikan beras. Responden sebanyak 70 orang dibagi menjadi dua yaitu 35 responden beras Ikan Paus dan 35 responden beras Pisang Mas. Hasil penelitian terdapat keunggulan beras Ikan Paus yaitu promosi yang dilakukan penjual dapat mempengaruhi konsumen, variasi ukuran beras, kemasan yang praktis dan menarik, daya tahan yang tinggi. Keunggulan beras merek Pisang Mas harga beras sesuai dengan konsumen, harga beras bisa bersaing, permintaan produk selalu terpenuhi, kesiapan merespon pembeli cepat. Beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas memiliki kesamaan keunggulan pada toko pengecer menjual berbagai produk beras. Prioritas perbaikan beras Ikan Paus yaitu harga beras sesuai dengan konsumen, kesiapan penjual merespon pembeli cepat. Prioritas perbaikan beras Pisang Mas produk teruji kualitas dan keunggulan di bandingkan yang lain, mempunyai daya tahan yang tinggi. Beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas memiliki kesamaan prioritas perbaikan di potongan harga, produk yang rusak akan diganti, dan pelayanan yang memuaskan.

Kata kunci: *Marketing Mix, Lean Six Sigma*

Abstract

Marketing mix consists of *product, price, place, promotion, people, process, and customer service* become supporter in the marketing of a product or service of rice brand Whale and Pisang Mas in Lumajang Regency. This study aims to (1) determine the competitive advantage of based marketing mix on the Whale and Pisang Mas branded rice (2) to provide improvement solution on the whale and Pisang Mas brand rice (3) to know the comparison of competitive advantage based on marketing mix on whale brand and Pisang Mas based on perceptions, expectations and consumer interests. The method used is qualitative descriptive and comparative method with approach *lean six sigma* to find superiority and priority of rice improvement. Respondents were 70 people divided into two, namely 35 respondents Whale rice and 35 respondents rice Pisang Mas. The results of the research show that there are advantages of whale rice, that is, the promotion by the seller can influence the consumer, the variation of rice size, the practical and attractive packaging, the high endurance. The advantages of rice brand Pisang Mas rice prices in accordance with the consumer, the price of rice can compete, product demand is always met, readiness to respond to buyers quickly. Rice brands Whale and

Pisang Mas have the same advantages in retail stores selling a variety of rice products. The priority of whale rice improvement is the price of rice according to the consumer, the readiness of the seller to respond to the buyer quickly. Priority for improving rice of Pisang Mas product tested quality and superiority compared to others, has high endurance. Rice brands Whale and Pisang Mas have the same priority fixes at discounted prices, defective products will be replaced, and satisfactory service.

Keyword : Marketing Mix, Lean Six Sigma

PENDAHULUAN

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat, konsumsi beras di Indonesia semakin tinggi setiap tahunnya seiring dengan bertambahnya penduduk. Beras merupakan sumber karbohidrat yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat, sementara itu Indonesia kaya akan sumber karbohidrat lain seperti singkong, jagung, sagu, talas dan umbi-umbian lainnya. Ketergantungan masyarakat terhadap makanan pokok beras sangat tinggi. Sekalipun negara Indonesia adalah negara agraris, Indonesia masih mengimpor beras untuk memenuhi kebutuhan akan beras. Banyak merek beras yang dapat kita temui saat ini dan memiliki kualitas yang berbeda-beda. Dari berbagai merek beras yang dijual dipasaran maupun di toko-toko, antara lain yang paling banyak diminati oleh masyarakat Lumajang yaitu beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas.

Beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas memiliki kualitas yang berbeda. Beras merek Ikan Paus adalah beras yang dikemasannya bergambar ikan paus. Beras merek ini dikemas dengan ukuran 5 (lima) kg, 10 (sepuluh) kg, dan 25 (dua puluh lima) kg. proses pembuatan beras ini yang pertama yaitu padi dijemur sampai kering kemudian diselep dan dimasukkan kedalam kemasan. Beras merek Ikan Paus ini ada 2 (dua) macam yaitu beras merek Ikan Paus dan beras merek Ikan Paus yang kristal. Perbedaan beras paus yang biasa dengan yang kristal yaitu pada waktu proses produksi setelah digiling menjadi beras, kemudian diproses lagi atau digiling lagi sampai dengan hasil yang diinginkan. Sedangkan beras merek Pisang Mas adalah kemasannya bergambarkan pisang dan untuk ukuran kemasannya sama yaitu 5 (lima) kg, 10 (sepuluh) kg dan 25 (dua puluh lima) kg. Dari dua merek produk diatas akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan tersebut.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya yaitu waktu penelitian, responden yang diteliti dan sifat penelitian ini komparatif yaitu peneliti membandingkan beras merk ikan paus dan pisang mas. Berdasarkan observasi, peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena produk beras Ikan Paus dan Pisang Mas menguasai pangsa pasar, dan banyaknya masyarakat yang melakukan pembelian beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Lumajang. Langkah-langkah untuk mempertahankan akan tetap menguasai pangsa pasar beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas, harus memperhatikan dan menjalankan *marketing mix* nya yang terdiri dari: produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan layanan pelanggan.

Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Strategi Penentuan Keunggulan Bersaing Berbasis *Marketing Mix* Berdasarkan Persepsi, Harapan dan Kepentingan Konsumen (Studi Komparatif Pada Beras Merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Lumajang)”.

Penelitian ini di bidang Manajemen Pemasaran, tentang *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan layanan pelanggan pada keputusan pembelian beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Menganalisis perbedaaan keunggulan bersaing dalam *marketing mix* beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Manap (2016:79), “manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembelian sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Menurut Kotler (2000 dalam Manullang, 2016:1), “pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk yang bernilai”.

Marketing Mix

“*Marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan ini dari system pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen”(Assauri, 2015:198).

Keunggulan Bersaing

Menurut Heizer and Render (2016:33), “Keunggulan kompetitif secara tidak langsung menyatakan penciptaan sebuah sistem yang memiliki sebuah keunggulan yang berbeda terhadap pesaingnya. Identy adalah untuk menciptakan nilai pelanggan dengan sebuah cara yang efisien dan dapat dipertahankan”.

Produk

Menurut Manap (2016:255), “produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, event, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide”.

Harga

Menurut Alma (2014:169), “harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”.

Promosi

Menurut Alma (2014:179), menyatakan bahwa “promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”.

Tempat

Connon et al. (2008:348), berpendapat “tempat (*place*) membuat barang dan jasa tersedia dalam kuantitas pada lokasi yang tepat, yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Disaat target pasar yang berbeda memiliki kebutuhan yang berbeda, sejumlah variasi tempat mungkin diperlukan”.

Pengertian Orang / People

Menurut Lupiyoadi (2014:97) “dalam hubungan pemasaran jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat memengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam faktor orang ini berarti sehubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)”.

Pengertian Proses

“Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen”(Lupiyoadi,2014:98).

Pengertian Layanan Pelanggan

“Layanan pelanggan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil (*outcome*) dari kegiatan distribusi dan logistic, di mana layanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan”(Lupiyoadi ,2014:99).

Konsep Lean Six Sigma

Lean six sigma adalah merupakan kombinasi antara lean dan six sigma didefinisikan sebagai suatu filosofi bisnis, pendekatan sistematis dan sistematis untuk mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan (*waste*) atau aktivitas-aktivitas yang tidak bernilai tambah (*non value added activities*) melalui peningkatan terus menerus secara radikal untuk mencapai tingkat kinerja enam sigma, dengan cara mengalirkan produk (*material. Work-in-process, output*) dan informasi menggunakan sistem tarik (*pull system*) dari pelanggan internal dan eksternal untuk mengejar keunggulan dan kesempurnaan berupa hanya produksi 3,4 cacat untuk setiap satu juta kesempatan atau operasi. Integrasi *lean* dan *six sigma* akan meningkatkan kinerja bisnis dan industri melalui peningkatan kecepatan (*shorter cycle time*) dan akurasi (*zero defect*). Pendekatan *lean* akan menyingkapkan *non value added* dan *value added* serta membuat *value added* sepanjang *value stream processes*, sedangkan *six sigma* akan mereduksi variasi *value added* (Garpersz and Fontana 2015:92).

Persepsi

Menurut Setiadi (2013:13), “persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

Harapan

Menurut Connon et al. (2008:193), “harapan (*expectation*) adalah hasil atau kejadian yang seseorang harapkan atau nantikan. Harapan konsumen sering berfokus pada manfaat atau nilai yang ia harapkan dari bauran pemasaran sebuah perusahaan. Isu ini penting bagi para pemasar karena ada kemungkinan seorang konsumen tidak puas jika harapannya tidak terpenuhi. Promosi yang terlalu menjanjikan, yang sebenarnya dapat diberikan oleh bauran pemasaran lain, akan membawa masalah dalam bidang ini.

Kepentingan

Menurut Sumarwan (2011:24), “kebutuhan yang dirasakan konsumen (*felt need*) bisa dimunculkan oleh faktor diri konsumen sendiri (fisiologis), misalnya lapar dan haus. Kebutuhan juga bisa dimunculkan oleh faktor luar konsumen, misalnya aroma makanan yang datang dari restoran sehingga terangsang ingin makan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat komparatif yaitu “penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda”(Sugiyono, 2009:54).

Objek penelitian ini adalah strategi *marketing mix* dengan konsep *lean six sigma* untuk membandingkan beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas berdasarkan pendekatan persepsi, harapan dan kepentingan, sedangkan tempat penelitian di wilayah Lumajang dengan pertimbangan pemilihan tempat sebagai berikut:

- a. Produk beras yang paling mendominasi di Lumajang adalah beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas.
- b. Objek penelitian ini adalah *marketing mix* dengan beberapa variabel yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan layanan pelanggan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan eksternal. Dimana data internal dalam penelitian ini berupa data tentang profil perusahaan penghasil produk dan data konsumen yang melakukan pembelian beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Sedangkan data eksternal dalam penelitian ini adalah data usaha sejenis yang merupakan data pesaing beras di Lumajang.

Jenis data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Yang dimaksud data primer adalah data yang secara langsung diambil dari responden pelanggan beras merk ikan paus dan pisang mas di Lumajang. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari literatur dan ilustrasi yang terkait dengan penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas yang berada di Lumajang. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas yang ada di Kabupaten Lumajang. “Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *probability sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *simple Random Sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. (Sugiyono, 2009:118).

Teknik Pengumpulan Data

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu konsumen produk beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas di Lumajang. Selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana didalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari tiap item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami.

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah “variabel mandiri yaitu variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”(Sugiyono, 2009:53).

Variabel mandiri dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Produk
- b. Harga
- c. Promosi
- d. Tempat/Saluran Distribusi
- e. Orang/Sumber Daya Manusia
- f. Proses
- g. Layanan Pelanggan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *lean six sigma*. “Pendekatan *lean six sigma* adalah segala aktivitas yang menyebabkan *critical-to-quality* pada konsumen dan hal-hal yang menyebabkan *waste delay* yang lama pada setiap proses merupakan peluang atau kesempatan yang sangat baik untuk melakukan perbaikan dan peningkatan dalam hal biaya, kualitas, modal, dan *lead time*” (George 2002 dalam Wahyuni, Sulistiyowati, and Khamim 2015:23).

Penelitian ini bersifat komparatif, oleh karena itu kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner dengan item pertanyaan yang sama dan disebarakan untuk menjangkau pendapat responden yang menggunakan beras merk ikan paus dan pisang mas. Kuesioner akan dijawab oleh

responden berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan mereka atas komponen *marketing mix* yang membuat mereka menggunakan beras merk Ikan Paus dan Pisang Mas.

Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Arikunto (2003:135) "bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat".

Pengujian Reliabilitas

"Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda" (Sugiyono, 2008:137).

Analisis Lean Six Sigma

a. Identifikasi Gap Tanpa Bobot

"Nilai gap diperoleh melalui selisih antara nilai harapan dengan nilai persepsi pelanggan. Pada penelitian, nilai gap yang dimaksud adalah nilai gap rata-rata yang diperoleh dari selisih nilai rata-rata harapan pelanggan dengan nilai rata-rata persepsi pelanggan" (Wahyuni et al. 2015:46).

b. Identifikasi Gap Terbobot

"Selanjutnya, akan dilakukan perhitungan gap terbobot. Bobot diperoleh dari rasio tingkat kepentingan masing-masing atribut terhadap terhadap jumlah total tingkat kepentingan" (Wahyuni et al. 2015:49)

c. Penentuan Prioritas Perbaikan Kelemahan *Marketing Mix* beras merk Ikan Paus dan *Marketing Mix* beras merk Pisang Mas.

"Kemudian disusun prioritas perbaikan. Dimana, prioritas perbaikan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terbesar sampai gap terbobot terkecil" (Wahyuni et al. 2015:52).

d. Penentuan Keunggulan *Marketing Mix*

Sebaliknya penentuan keunggulan *marketing mix* beras merk Ikan Paus dan *marketing mix* beras merk Pisang Mas dilakukan dengan didasarkan pada pengurutan nilai gap terbobot terkecil sampai gap terbobot terbesar. Gap terkecil itu merupakan keunggulan sistem pemasaran yang harus mendapatkan prioritas perbaikan.

e. Perbandingan Keunggulan dan Kelemahan *Marketing Mix* beras merk Ikan Paus dan *Marketing Mix* beras merk Pisang Mas.

Setelah dilakukan penentuan keunggulan *marketing mix* beras merk Ikan Paus dan Pisang Mas, maka selanjutnya akan membandingkan keunggulan dan kelemahan *marketing mix* masing-masing beras dilihat dari persepsi, harapan dan kepentingan para pengguna beras.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beras Merek Ikan Paus

Beras merk Ikan Paus adalah beras yang di produksi oleh CV. Gading Sari yang berada di Jl. Kalimas Suko no.43 Lumajang. CV. Gading Sari memproduksi beberapa jenis beras yaitu mulai dari beras ikan paus yang biasa hingga yang Kristal. Jenis beras tersebut jelasnya sangat berbeda mulai dari porsese, kualitas hingga harganya. Pemrosesan yang dilakukan yaitu mencari gabah yang sesuai dengan kualitas yang telah ditentukan setelah itu gabah dijemur hingga kering. Kemudian setelah gabah kering, gabah digiling atau diseleb sampai menjadi beras. Beras inilah yang disebut dengan beras ikan paus. Sedangkan pemrosesan untuk beras paus yang Krista yaitu tidak jauh berbeda dengan pemrosesan beras ikan paus yang biasa tetapi setelah beras tadi digiling dan beruba hingga menjadi beras, kemudian beras ini digiling lagi hingga menghasilkan kualitas beras yang lebih bagus lagi.

Beras Merek Pisang Mas

Beras merk Pisang Mas adalah beras yang di produksi oleh UD. Murni Jaya yang berada di Jl. Sumber Suko, Besuk, Tempeh Lumajang. UD. Murni Jaya memproduksi beras merk Pisang Mas dengan berbagai ukuran yaitu mulai ukuran 5 (lima)kg, 10 (sepuluh)kg dan 25(dua puluh lima)kg. Kemasan beras merk Pisang Mas ini bergambarkan pisang, karena Lumajang dengan ciri khasnya pisang dan banyak menghasilkan pisang maka beras tersebut di namakan beras Pisang Mas. Proses pengolahan beras yaitu pertama mencari gabah yang sesuai dengan kualitas yang telah ditentukan, setelah itu gabah dijemur sampai kering. Setelah gabah kering, gabah di giling hingga biji gabah terpisahkan dengan kulitnya. Biji gabah tersebut yang dinamakan beras. Beras yang sudah sesuai dengan standar atau kualitas yang di tentukan akan dikemas dengan ukuran yang berbeda mulai dari ukuran 5 (lima)kg, 10 (sepuluh)kg hingga 25(dua puluh lima)kg.

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Lumajang yang menjadi pelanggan beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang. Terdapat 35 responden pelanggan beras merek Ikan Paus dan 35 responden pelanggan beras merek Pisang Mas.

Pembahasan Hasil Penelitian

Keunggulan Bersaing dan Prioritas Perbaikan Beras Merek Ikan Paus

Berdasarkan hasil penelitian untuk menentukan keunggulan bersaing dengan menjangkir persepsi, harapan dan kepentingan pelanggan dari 35 responden ditemukan bahwa keunggulan bersaing untuk beras merek Ikan Paus adalah promosi yang dilakukan oleh penjual dapat membujuk saya untuk tertarik membeli produknya, variasi ukuran kemasan beras sesuai dengan selera konsumen, produk beras memiliki kemasan yang praktis dan menarik, toko pengecer menjual berbagai macam produk beras, dan produk beras mempunyai daya tahan yang tinggi.

Beras merek Ikan Paus dalam melakukan marketing mix kepada para pelanggan masih memiliki suatu kelemahan yang akan menjadi prioritas perbaikan. Ada beberapa prioritas perbaikan yang harus dilakukan beras merek Ikan Paus adalah potongan harga, produk yang rusak akan diganti, harga beras, kesiapan dalam merespon pembeli dan pelayanan yang memuaskan nampaknya merupakan menjadi pilihan pelanggan untuk dilakukan perbaikan.

Keunggulan Bersaing dan Prioritas Perbaikan Beras Merek Pisang Mas

Berdasarkan hasil penelitian untuk menentukan keunggulan bersaing dengan menjangkir persepsi, harapan dan kepentingan pelanggan dari 35 responden ditemukan bahwa keunggulan bersaing untuk beras merek Pisang Mas toko pengecer menjual berbagai macam produk beras, harga beras sesuai dengan konsumen, harga beras bersaing, permintaan produk beras selalu terpenuhi, dan kesiapan penjual merespon cepat.

Beras merek Pisang Mas dalam melakukan marketing mix kepada para pelanggan masih memiliki suatu kelemahan yang akan menjadi prioritas perbaikan. Ada beberapa prioritas perbaikan yang harus dilakukan beras merek Pisang Mas adalah potongan harga, produk yang rusak akan diganti, produk beras teruji kualitas dan keunggulan, produk beras mempunyai daya tahan yang tinggi, dan penjual produk memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan menjadi pilihan pelanggan untuk dilakukan perbaikan.

Perbandingan Beras Merek Ikan Paus dan Pisang Mas

Beras Ikan Paus memiliki keunggulan promosi yang dilakukan penjual dapat membujuk konsumen untuk membeli produknya, variasi ukuran beras sesuai dengan selera konsumen, produk beras memiliki kemasan yang praktis dan menarik, toko pengecer menjual berbagai macam produk beras dan produk beras mempunyai daya tahan yang tinggi. Berbanding terbalik dengan beras Pisang Mas yang memiliki keunggulan di toko pengecer menjual berbagai macam produk beras, harga beras yang sesuai dengan kemampuan konsumen, harga beras bisa bersaing dengan beras yang lain, permintaan beras selalu terpenuhi dan kesiapan penjual dalam merespon pembeli cepat. Dari beberapa keunggulan tersebut terdapat satu keunggulan yang sama yaitu dibidang tempat yaitu toko pengecer menjual berbagai macam produk beras. Beras Ikan Paus lebih unggul di daya tahan yang tinggi sedangkan beras Pisang Mas lebih unggul di harga beras yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

Dari hasil lean six sigma terdapat prioritas perbaikan dari masing-masing beras yang akan dibandingkan untuk mengetahui perbedaan dari prioritas perbaikan masing-masing beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan beras merek Ikan Paus adalah pembelian beras dalam jumlah besar akan mendapatkan potongan harga, produk beras yang rusak akan diganti oleh toko, harga beras sesuai dengan kemampuan beli konsumen, kesiapan penjual dalam merespon pembeli cepat dan penjual produk beras memberikan pelayanan yang memuaskan. Dibandingkan dengan beras merek Ikan Paus prioritas yang harus diperbaiki adalah pembelian beras dalam jumlah besar akan mendapatkan potongan harga, produk beras yang rusak akan diganti oleh toko, produk beras teruji kualitas dan keunggulannya dibandingkan produk beras pesaingnya, produk beras mempunyai daya tahan yang tinggi dan penjual produk beras memberikan pelayanan yang memuaskan. Dari prioritas diatas terdapat kesamaan yaitu beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas harus memperbaiki beberapa aspek yaitu beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas sama-sama harus memberikan potongan harga, produk beras yang rusak akan diganti oleh toko dan penjual produk beras memberikan pelayanan yang memuaskan. Dari persamaan tersebut terdapat perbedaan yaitu dibidang harga dan orang untuk untuk beras merek Ikan Paus yaitu harga beras sesuai dengan kemampuan beli saya dan kesiapan penjual dalam merespon pembeli beras cepat, sedangkan untuk beras merek Pisang Mas adalah produk beras teruji kualitas dan keunggulannya dibandingkan produk beras pesaingnya dan produk beras mempunyai daya tahan tinggi yang terletak dibidang produk.

Perbedaan yang dimiliki oleh beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas adalah di bidang harga, orang dan produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perbandingan beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas berdasarkan persepsi, harapan dan kepentingan konsumen. Perbandingan keunggulan masing-masing beras, beras merek Ikan Paus lebih unggul dalam promosi yang dilakukan penjual dapat membujuk konsumen, variasi ukuran kemasan, kemasan yang praktis dan menarik, dan daya tahan yang tinggi. Sedangkan beras merek Pisang Mas lebih unggul dalam harga beras sesuai dengan kemampuan konsumen, harga beras bisa bersaing dengan produk lain, produk beras selalu terpenuhi dan keisapan penjual dalam merespon cepat.

Perbandingan prioritas perbaikan beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas tidak terdapat perbedaan yang sangat besar karena sama-sama memiliki prioritas perbaikan yang sama yaitu pembelian beras dalam jumlah besar akan mendapatkan potongan harga, produk beras yang rusak akan diganti oleh toko, dan penjual produk beras memberikan pelayanan yang memuaskan.

Saran

Atas perbedaan masing-masing beras merek Ikan Paus dan Pisang Mas. Dalam beberapa perbedaan diatas supaya bisa saling menutupi segala kekurangan yang dimiliki dan saling bekerjasama dalam melakukan perbaikan untuk memberikan kenyamanan kepada para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, And E.Jerom. Mccarthy. 2008. *Pemasaran Dasar Pendektan Manajerial Global Buku 1*. 16th Ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Garpersz, Vincent And Avanti Fontana. 2015. *Lean Six Sigma Of Manufacturing And Sevice Industries*. Bogor: Vinchristo Publication.
- Heizer, Jay And Barry Render. 2016. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan*. 13th Ed. Jakarta: Sembala Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Tiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2008. *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, Catur Hana, Wiwik Sulistiyowati, and Muhammad Khamim. 2015. *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha ilmu.7.

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perangkat Desa Pada Pemerintah Desa di Kabupaten Lumajang

Moh. Hudi Setyobakti¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : hudisetobakti@gmail.com

Wahyuning Murniati²
STIE Widya Gama Lumajang
email: wahyuning123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perangkat desa pada pemerintahan desa. Terdapat dua faktor yang menjadi fokus dalam penelitian ini, antara lain; etos kerja dan disiplin kerja. Populasi dalam penelitian ini adalah perangkat desa di Kabupaten Lumajang dengan jumlah responden sebesar 63 yang digunakan sebagai sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dimana hasil analisisnya menunjukkan bahwa baik etos kerja maupun motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perangkat desa. Hal ini didukung dengan nilai koefisien determinasi sebesar 73,4% sehingga hanya bersisa 26,6% untuk variabel lain yang mempengaruhi kinerja. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia sehingga dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Kinerja, Etos Kerja, Disiplin

Abstract

The aim of this study is to analyze the factors that affect the performance of village apparatus in village government. There are two factors that become the focus in this research, among others; work ethic and work discipline. The population of this research is village apparatus in Lumajang Regency with 63 respondents who used as sample. The technique of data analysis using multiple linear regression analysis where the results showed that both work ethic and motivation significantly influence the performance of village apparatus. This is supported by the coefficient of determination of 73.4% so that only 26.6% remaining for other variables that affect performance. Furthermore, this research is expected to contribute in the development of management science studies, especially human resource management so that it can become the next research subject..

Keyword : Performance, Work Ethos, Discipline

PENDAHULUAN

Lahirnya Undang Undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa yang selanjutnya disingkat UU Desa, memberikan kedudukan penting bagi desa untuk dapat menjalankan perannya dalam pembangunan nasional. Wujud peran penting desa adalah adanya kewenangan lokal yang dimiliki oleh desa dalam mengatur rumah tangganya. Peran strategis ini yang kemudian diterjemahkan dalam wujud implementasi pembangunan desa mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan pertanggungjawaban kegiatan.

Desa sebagai satu kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul. Didalam menjalankan urusan tersebut, maka peran pemerintah desa sangat penting. Pemerintah Desa yang dalam hal ini dipimpin oleh Kepala Desa dan dibantu perangkat desa mempunyai peran dalam penyelenggaraan pemerintahan desa. Pemerintah desa diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat. Kinerja maksimal dari para perangkat desa inilah yang diharapkan dapat terwujud, sehingga tujuan penyelenggaraan pemerintahan dapat tercapai.

Kualitas kinerja merupakan ukuran dalam menentukan pencapaian tujuan suatu organisasi. Keberhasilan sebuah organisasi dalam meningkatkan kinerja sangat tergantung pada sumber daya manusia yang terlibat didalamnya. Terdapat beberapa faktor yang tentunya mempengaruhi terhadap kualitas kinerja para perangkat desa, khususnya di kabupaten Lumajang, sehingga hal inilah yang menarik perhatian peneliti, untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang, sehingga diharapkan menjadi kontribusi positif bagi pemerintah desa dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Adapun faktor faktor yang menjadi variabel yang akan diteliti adalah menyangkut tentang etos kerja dan disiplin kerja perangkat desa. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perangkat Desa Pada Pemerintah Desa Di Kabupaten Lumajang”

KAJIAN PUSTAKA

Etos Kerja

K. Bertens (2008:282) menyatakan “bahwa secara etimologis istilah etos berasal dari bahasa Yunani yang berarti “tempat hidup”. Mula mula tempat hidup di maknai sebagai adat istiadat atau kebiasaan.sejalan dengan waktu,kata etos berevolusi dan berubah makna menjadi semakin kompleks. Dari kata yang sama muncul pula istilah “ethikos” yang di pahami sebagai “teori kehidupan”, yang kemudian menjadi “etika”. Etos dalam bahasa Indonesia sering di sebut dengan sifat dasar,pemunculan atau disposisi (watak)”.

Webster Dictionary mendefinisikan etos kerja “*Guiding beliefs of a person, group or institution*”.Etos adalah keyakinan yang menentukan seseorang, kelompok atau suatu institusi. Sedangkan dalam *The American Heritage Dictionary of English language (Anora,2009)* menyatakan bahwa etos dapat di pahami dari dua makna yaitu :

- a. *The disposition, character, or attitude peculiar to a specific people, culture or a group that distinguishes it from other peoples or group, fundamental values or spirit, mores.* Disposisi, karakter atau sikap kusus orang, budaya atau kelompok lain, nilai atau jiwa yang mendasari, adat-istiadat,
- b. *The governing or central principles in a movement, work of art, mode of expression, or the like.* Prinsip utama atau pengendali dalam suatu pergerakan, pekerjaan seni, bentuk ekspresi, atau sejenisnya.

Anaroga (2009) menyatakan bahwa “etos kerja merupakan suatu pandangan dan sikap suatu bangsa atau umat terhadap kerja. Bila individu-individu dalam komunitas memandang kerja sebagai suatu hal yang luhur bagi eksistensi manusia, maka etos kerjanya akan cenderung tinggi. sebaliknya sikap dan pandangan terhadap kerja sebagai sesuatu yang bernilai tinggi bagi kehidupan, maka etos kerja dengan sendirinya akan rendah”.

Sinamo (2005) juga memandang bahwa etos kerja merupakan fondasi dari sukses yang sejati dan otentik.pandangan ini di pengaruhi oleh kajiannya terhadap studi-studi sosiologi sejak jaman Max Weber di awal abad ke-20 dan penulisan-penulisan manajemen dua puluh tahun belakangan ini yang semuanya bermuara pada kesimpulan utama bahwa keberhasilan di berbagai wilayah kehidupan di tentukan oleh perilaku manusia, terutama perilaku kerja. Kesimpulan penulis bahwa etos kerja merupakan seperangkat sikap atau pandangan mendasar yang di pegang pegawai untuk menilai bekerja sebagai suatu hal yang positif bagi peningkatan kualitas kehidupan,sehingga mempengaruhi perilaku kerjanya dalam organisasi, Doni Juni Priansa (2014:282)

Berdasarkan pengertian tersebut, maka etos merupakan seperangkat pemahaman dan keyakinan terhadap nilai-nilai yang secara mendasar mempengaruhi kehidupan, menjadi prinsip-prinsip pergerakan, dan cara berekspresi yang khas pada sekelompok orang dengan budaya serta keyakinan yang sama.

Kedisiplinan

“Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku”.

“Kedisiplinan merupakan fungsi operatif manajemen sumber daya manusia yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya” (Malayu S.P. Hasibuan 2008:193).

Berdasarkan pengertian tersebut maka disiplin kerja merupakan perilaku individu dalam sebuah organisasi yang mengacu pada standar yang ditetapkan oleh organisasi yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh setiap individu yang ada dalam organisasi tersebut

Kinerja

“Manajemen kinerja itu berasal dari kata performance yang berarti hasil pekerjaan atau prestasi kerja. Namun perlu pula di pahami bahwa kinerja itu bukan sekedar hasil pekerjaan atau prestasi kerja tetapi juga mencakup bagaimana proses pekerjaan itu berlangsung” (Wibowo, 2007:7).

Terdapat beberapa pandangan para pakar tentang pengertian kinerja, diantaranya: “Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi” (Armstrong dan Baron,1998 dalam Wibowo, 2007:7).

“Manajemen kinerja sebagai proses komunikasi yang dilakukan secara terus-menerus dalam kemitraan antara karyawan dengan atasan langsungnya” (Bacal, 1999:4).

Berdasarkan pengertian di atas maka kinerja sebagai sarana untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari organisasi, tim, dan individu dengan cara memahami dan mengelola kinerja dalam suatu kerangka tujuan, standar, dan persyaratan-persyaratan atribut yang disepakati.

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, antara lain;

- a. Safitri Indriani (2015) Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Padise Island Furniture”. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pelatihan kerja dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT. Paradise Island Furniture.
- b. Adeyeye, J.O (2015), melakukan penelitian dengan judul “*Effects of Workplace Ethics on Employees and Organisational Productivity in Nigeria*”. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara etika standar dan produktivitas organisasi, di Nigeria dan bahwa disiplin integritas cum memiliki dampak negatif pada peningkatan tingkat produktivitas organisasi, yang dapat dikaitkan dengan sifat kebajikan menjadi abstrak dan hanya dapat dilihat atau diamati lembur.
- c. Anwar Prabu Mangkunegara (2015), melakukan penelitian dengan judul “*Effect of Work Discipline, Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Organizational Commitment in the Company (Case Study in PT. Dada Indonesia)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan kepada mereka bahwa Disiplin Kerja berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi. Motivasi kerja berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi.
- d. Wawan Ridwan Mutaqin (2010), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Iklim Organisasi, Etos Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Efektifitas Kinerja Organisasi di Politeknik Kesehatan Surakarta”. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektifitas kinerja organisasi dipengaruhi oleh iklim organisasi, etos kerja dan disiplin kerja.
- e. Fenny Dwi Oktavia (2014), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kota Bengkulu”. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja pegawai, disiplin Kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja pegawai.
- f. Anisa Novita sari (2008) Melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Dengan Produktifitas Kerja Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Grobogan”. Adanya hubungan yang signifikan antara motivasi dan disiplin terhadap produktivitas kerja, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima secara signifikan.
- g. Ilham thaif (2015) melakukan penelitian dengan judul “*Effect of Training, Compensation and Work Discipline against Employee Job Performance (Studies in the Office of PT. PLN (Persero) Service Area and Network Malang)*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan Pelatihan, kompensasi dan disiplin kerja secara simultan dan parsial memiliki efek yang signifikan terhadap kinerja kerja karyawan di PT. PLN (Persero) Jasa Malang dan Jaringan Daerah. Seluruh efek dari variabel independen memiliki arah yang positif. Kontribusi terbesar datang dari variabel pelatihan.
- h. Stela Timbulang (2015) melakukan penelitian dengan judul “Etos Kerja, Disiplin Kerja, Dan Komitmen Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Hasjrat Abadi Cabang MANADO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan etos kerja, disiplin kerja dan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan sedangkan secara parsial etos kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan sebaliknya disiplin kerja dan komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
- i. Simon Yuarto (2014) Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Disiplin Dan Setres Kerja Terhadap Kinerja Perawat” hasil penelitian menunjukkan analisis regresi dan menyimpulkan bahwa disiplin stres dan bekerja secara simultan untuk mempengaruhi kinerja

perawat. Sementara itu, tidak stres variabel secara parsial berpengaruh pada kinerja perawat dan disiplin efek parsial pada kinerja perawat.

- j. Resti Lufitasari (2014) Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset D.I. Yogyakarta” hasil penelitian menunjukkan Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan.
- k. Roni dwi prasetyo (2016) Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kedisiplinan dan Motivasi kerja terhadap Kinerja Pegawai kantor Badan Narkotika Nasional Kabupaten Lumajang” hasil penelitian menunjukkan Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan Motivasi Kerja dan disiplin kerja terhadap Kinerja Pegawai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei (survei research) yaitu penelitian yang tidak melakukan perubahan atau tidak ada perlakuan khusus terhadap variabel-variabel yang diteliti (non experimental). Tujuan penelitian ini bersifat eksplanatori (*explanatory research*) dimana penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini dilakukan terhadap pemerintah desa yang ada di Kabupaten Lumajang sejumlah 198 desa. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut;

- a. Pemerintah desa yang ada di kabupaten Lumajang
- b. Keterwakilan 4 (empat) wilayah yang mencerminkan karakteristik desa yang berbeda yaitu wilayah Utara, Selatan, Barat dan Timur.
- c. Setiap keterwakilan wilayah akan diambil sampel 3 (tiga) Desa.
- d. Setiap desa diambil responden sebanyak 5 (lima) responden.

Dari seluruh kuesioner yang disebari pada populasi, didapat 64 responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Pada tahap awal dilakukan pengujian instrumen penelitian karena berupa kuesioner, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas data, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Tahap selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengujian instrumen penelitian memberikan hasil bahwa kuesioner valid dan reliabel menjangkau pendapat responden dalam penelitian sedangkan untuk pengujian asumsi klasik didapat hasil bahwa data berdistribusi normal, bebas multikolinearitas dan bebas heteroskedastisitas. Sedangkan untuk model persamaan regresi yang dapat ditulis dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,994 + 0,517X_1 + 0,346X_2$$

Dimana;

- | | | |
|-------|---|-------------------------|
| Y_1 | : | Variabel kinerja |
| X_1 | : | Variabel etos kerja |
| X_2 | : | Variabel disiplin kerja |

Pembahasan

a. Pembahasan Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa etos kerja perangkat desa berpengaruh signifikan terhadap kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etos kerja memang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pada perangkat desa di Kabupaten Lumajang. Hal ini terlihat pada hasil pengujian hipotesis secara parsial atau individu dimana nilai Sig. sebesar $0,000 < \alpha$ (5%).

Berdasarkan uraian item yang dinyatakan dalam kuesioner yang terdiri dari pernyataan (1) Saya bekerja sungguh-sungguh dalam melaksanakan pekerjaan saya, (2) Saya memanfaatkan waktu kerja untuk melaksanakan pekerjaan di lembaga ini, (3) Saya merasa puas jika dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang diberikan, (4) Saya selalu bekerja sesuai dengan peraturan yang telah ada di lembaga ini, (5) Saya bekerja dengan penuh tanggung jawab sehingga pekerjaan

selesai dengan optimal, (6) Saya selalu menjaga kesopansantunan selama berada di lembaga ini, (7) Saya tidak merasa terbebani dengan semua pekerjaan yang saya lakukan di lembaga ini, (8) Saya mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap tujuan pemerintah desa, (9) Saya selalu berusaha meningkatkan efisiensi dan produktifitas kerja, dan (10) Saya selalu berusaha meningkatkan kemampuan diri saya yang berkaitan dengan pekerjaan, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuannya pada setiap pernyataan. Hasil pada penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Stela Timbulang (2015), dimana secara parsial etos kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT Hasjrat Abadi di Cabang Manado.

Bisa disimpulkan bahwa perangkat desa di Kabupaten Lumajang memiliki etos kerja yang baik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan. Setiap individu berusaha untuk bekerja maksimal dan meningkatkan kualitas pekerjaan yang dilakukan dengan tidak mempedulikan segala hal yang dapat menghambat penyelesaian pekerjaan mereka. Mereka sepakat menginginkan tujuan yang sama yaitu bagaimana mereka bisa memberikan manfaat untuk melayani masyarakat di daerah perdesaan. Namun demikian berdasarkan hasil penelitian ini tetap disarankan untuk memperhatikan kesejahteraan dan kenyamanan petugas dalam menjalankan tugasnya sebagai pengelola kegiatan, karena bagaimanapun mereka adalah manusia yang pada akhirnya juga terbentur kepada kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dan membutuhkan motivasi yang besar untuk bisa tetap bertahan pada tugasnya. Jika kebutuhan pokok mereka tidak terpenuhi maka dikhawatirkan akan terjadi penyimpangan dalam pekerjaan atau pengelolaan dananya mengingat dana yang dikelola dalam program nasional ini bukan dana dalam jumlah yang sedikit. Jadi kesejahteraan mereka tetap harus diperhatikan.

b. Pembahasan Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa disiplin kerja perangkat desa berpengaruh signifikan terhadap kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin kerja memang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pada perangkat desa di Kabupaten Lumajang. Hal ini terlihat pada hasil pengujian hipotesis secara parsial atau individu dimana nilai Sig. sebesar $0,000 < \alpha (5\%)$.

Berdasarkan uraian item yang dinyatakan dalam kuesiner untuk variabel ini yang terdiri dari pernyataan sebagai berikut; (1) Saya berusaha melaksanakan semua peraturan yang berlaku selama bekerja, (2) Saya datang dan pulang tepat waktu sesuai dengan peraturan yang berlaku, (3) Saya memakai seragam selama jam kerja sesuai dengan peraturan yang berlaku, (4) Saya dapat menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan tepat waktu, (5) Saya membagi waktu kerja secara optimal dalam pekerjaan sehingga dapat selesai dengan maksimal, (6) Saya selalu mengikuti setiap pelatihan yang diselenggarakan pemerintah untuk peningkatan kualitas kerja, (7) Saya selalu berusaha untuk masuk kerja sesuai dengan aturan yang berlaku, (8) Dalam setiap pelaksanaan kerja, saya selalu memperhatikan prosedur kerja yang telah ditetapkan sebelumnya, (9) Saya memberi tahu terlebih dahulu (surat ijin) jika absen kerja, dan (10) Saya tidak pernah meninggalkan tempat kerja selama jam kerja berlangsung, diketahui bahwa tingkat persetujuan responden cukup tinggi yang diketahui dari mayoritas menjawab setuju untuk setiap item pernyataan dalam kuesioner terkait disiplin kerja. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan semua penelitian sebelumnya yang digunakan, dimana disiplin kerja memberikan pengaruh positif pada kinerja karyawan.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa perangkat desa di Kabupaten Lumajang memiliki disiplin kerja yang tinggi. Setiap individu berusaha mematuhi semua peraturan yang berlaku dengan semua konsekuensi yang ada. Dengan tingkat kedisiplinan yang tinggi maka pekerjaan yang dihasilkan akan maksimal dan dapat diselesaikan tepat waktu sesuai dengan tenggat waktu yang diberikan oleh pimpinan pemerintahan desa. Namun tentu saja terdapat hal lain yang mempengaruhi tingkat kedisiplinan perangkat desa, misalkan saja fasilitas dalam penyelesaian pekerjaan, perhatian pimpinan dan lain sebagainya. Hal ini harus tetap diperhatikan agar tercapai taraf disiplin yang sesuai sehingga akan meningkatkan kualitas kerja setiap pegawai

c. Pembahasan Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa etos kerja dan disiplin kerja perangkat desa berpengaruh secara simultan terhadap kinerja perangkat desa. Subbab ini memberikan pembahasan keduanya secara simultan atau bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel ini mempengaruhi kinerja perangkat desa secara simultan, yang artinya hipotesis ketiga ini diterima atau terbukti benar. Hal ini ditunjukkan pada nilai Sig. pada uji F dimana nilainya sebesar $0,000 < \alpha (5\%)$.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,734. Hal ini berarti 73,4% kinerja petugas unit pengelola kegiatan dapat dijelaskan oleh variabel etos dan disiplin kerja, sedangkan sisanya yaitu 26,6% kinerja dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- j. Etos kerja berpengaruh secara parsial pada kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang
- k. Disiplin kerja berpengaruh secara parsial pada kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang
- l. Etos dan Disiplin kerja mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja perangkat desa di Kabupaten Lumajang

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

- a. Bagi Pihak Pemerintahan Desa di Kabupaten Lumajang.
Pimpinan Pemerintahan Desa di Kabupaten Lumajang, agar tetap memperhatikan kebutuhan perangkat desa terkait dengan pelaksanaan tugas serta memperhatikan kesejahteraan perangkat desa. Hal ini sepenuhnya untuk menghindari penurunan kualitas etos kerja dan disiplin kerja perangkat desa.
- d. Bagi Perangkat Desa di Kabupaten Lumajang
Setiap tugas yang dilakukan dalam pemerintahan desa memiliki tugas yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu disarankan kepada setiap perangkat desa untuk selalu meningkatkan kemampuan diri dan selalu menjaga motivasi diri untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Menyesuaikan dan membuat lingkungan kerja menjadi nyaman dan menyenangkan akan membuat hal ini menjadi salah satu sumber kepuasan kerja yang dapat meningkatkan kinerja.
- e. Bagi Penelitian Selanjutnya
Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pada etos kerja dan disiplin kerja perangkat desa, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian yang meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja. Mengingat responden yang diteliti berbeda karakternya dengan sumber daya manusia maka akan sangat menarik jika sering dilakukan penelitian dengan obyek program pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA (Arial, 10, Bold)

- Atmaja, Lukas Setia. 2009. Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdullah, Ma'ruf. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Fahmi, Irham. 2013. Manajemen Kinerja Teori Dan Aplikasi . Penerbit ALFABETA, CV . No. 84 Bandung
- Handoko, T. Hani. 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2008. Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia. Edisi Kedua. BPF- Yogyakarta. Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P..2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indriani, Safitri. 2015. Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Padise Island Furniture. (online). (<http://e-journal:undip.ac.id>). diakses 19 Maret 2017.
- J.O, Adeyeye. 2015. Effects of Workplace Ethics on Employees and Organisational Productivity in Nigeria. (online). (<http://worldofjournal.com>). diakses 15 Maret 2017.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. Metode Kuantitatif. Unit Penerbit dan Percetakan. (UPP) STIM YKPN. Yogyakarta.
- Lufitasari , Resti. 2014. Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset D.I. Yogyakarta. (online). (<http://e-journal:undip.ac.id>). diakses 10 Februari 2017.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2015. Effect of Work Discipline, Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Organizational Commitment in the Company (Case Study in PT. Dada Indonesia). (online). (<http://e-journal:unpn-veteransby.ac.id>). diakses 10 Maret 2017.

- Mutaqin, Wawan Ridwan. 2010. Pengaruh Iklim Organisasi, Etos Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Efektifitas Kinerja Organisasi di Politeknik Kesehatan Surakarta. (online). (<http://e-journal:unsm.ac.id>). diakses 10 Maret 2017.
- Nugroho, Yohanes Anton. 2011. It's Easy Olah Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Oktavia, Fenny Dwi. 2014. Pengaruh Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kota Bengkulu. (online). (<http://e-journal:uny.ac.id>). diakses 14 Februari 2017.
- Priansa, Donni Juni. 2014. Perencanaan & Pengembangan Sumber Daya Manusia.
- Suwatno dan Donni Juni Priansa.2011. Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis.Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal. Dan Ella Jauvani Sagala.2011. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan.Dari Teori ke Praktik.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2012. Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Edisi Ketiga. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2012. Metodologi Penelitian. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sutrisno, Edy.2009. Manajemen Sumber Daya Manusia.Jakarta: Prenada Media Grup.
- Sari, Anisa Novita. 2008. Hubungan Motivasi Kerja Dan Dsiplin Kerja Dengan Produktifitas Kerja Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Grobogan. (online). (<http://e-journal:undip.ac.id>). diakses 10 Februari 2017.
- Sofyandi, Herman. 2008. Manajemen Sumberdaya Manusia. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2009. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sukanto Rekohadiprodo dan T. Hani Handoko. 2001. Organisasi Perusahaan. Edisi Kedua. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Teori Koesioner dan Analisis Data Sumberdaya Manusia. Cetakan Pertama. Center for Academic Publishing Servis. Yogyakarta.
- _____. 2012. Manajemen Sumberdaya Manusia. Cetakan Pertama. Center For Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Sutrisno, Edy. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Suwatno dan Doni Juni Priansa. 2011. Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Cetakan Kedua. CV. Alfabeta. Bandung.
- Thaif, Ilham. 2015. Effect of Training, Compensation and Work Discipline against Employee Job Performance (Studies in the Office of PT. PLN (Persero) Service Area and Network Malang). (online). (<http://e-journal:unisma.ac.id>). diakses 18 Februari 2017.
- Timbulang, Stela. 2015. Etos Kerja, Disiplin Kerja, Dan Komitmen Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Hasjrat Abadi Cabang MANADO. (online). (<http://e-journal:unhas.ac.id>). diakses 14 Februari 2017.
- Umar, Husein. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibisono, Dermawan. 2011. Manajemen Kinerja Korporasi dan Organisasi. Erlangga. Jakarta.
- Wibowo. 2012. Manajemen Kinerja. Edisi Ketiga. PT Raja Grafiindo Persada. Jakarta.
- Yani, M..2012. Manajemen Sumber Daya Manusia.Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yuarto, Simon. 2014. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Disiplin Dan Setres Kerja Terhadap Kinerja Perawat. (online). (<http://e-journal:unnes.ac.id>). diakses 14 Februari 2017.

Kepuasan Sebagai Pemediiasi Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang)

Dodik Prayitno¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : dodikprayetno@yahoo.com

Mokhammad Taufik²
STIE Widya Gama Lumajang
email: mtaufikwiga@gmail.com

Ainun Jariah³
STIE Widya Gama Lumajang
email: anjar040820@gmail.com

Abstrak

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. kualitas pelayanan sangat berguna bagi perusahaan untuk memberikan dorongan kepada pelanggan sehingga perusahaan mampu memahami harapan dan kebutuhan pelanggan yang nantinya berdampak positif pada kesehatan perusahaan. Selain kualitas pelayanan ada juga faktor lain yang membuat konsumen menjadi loyal yaitu harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai pemediiasi dalam studi pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang, dengan menggunakan analisis jalur, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan, sedangkan harga tidak berpengaruh. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh baik terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Tetapi kepuasan pelanggan bukanlah merupakan variabel pemediiasi pada hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

Competition in the increasingly stringent business world makes entrepreneurs looking for the right strategy to market their products. quality of service is very useful for the company to provide encouragement to customers so that the company is able to understand the expectations and needs of customers who will have a positive impact on corporate health. In addition to service quality there are also other factors that make consumers become loyal the price. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and price on customer loyalty with satisfaction as a mediator in the study on Sinar Bahagia Motor Store in Lumajang, using path analysis, the results showed that partially the quality of service affect loyalty and satisfaction, while the price no effect. Simultaneously the quality of service and price have a good effect to customer satisfaction and loyalty. But customer satisfaction is not a mediating variable on the relationship between service quality and price to customer loyalty at Sinar Bahagia Motor Parts Store in Lumajang.

Keyword : Service Quality, Price, Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Kemajuan dibidang perekonomian kini telah banyak membawa perkembangan yang sangat pesat dibidang usaha. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang ingin sekali dapat memenuhi kebutuhan para konsumen sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus mengorientasikan keinginan konsumen sebagai tujuan utama. Banyak aspek yang harus di pertimbangkan dengan baik

agar tetap dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada serta dapat menjaring konsumen baru yang banyak berfungsi untuk membuat usahanya semakin berkembang dengan baik. Sejalan dengan itu, banyak perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran dalam bentuk toko-toko suku cadang, pasar loak yang kusus bergerak dibidang jual beli barang setengah pakai dan juga dealer. Agar setiap perusahaan dapat memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan dibidang pemasaran.

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan di dalam di dunia bisnis, kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal. Secara harfiah loyal berarti setia, sedangkan loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Dengan demikian perusahaan perlu mencari informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana caranya pelanggan merasa puas sehingga terciptalah loyalitas dari pelanggan tersebut.

Dalam hal ini, kualitas pelayanan sangat berguna bagi perusahaan untuk memberikan dorongan kepada pelanggan sehingga perusahaan mampu memahami harapan dan kebutuhan pelanggan yang nantinya berdampak positif pada kesehatan perusahaan. Jadi menurut pandangan ini, perusahaan harus menciptakan hubungan baik dengan pelanggan dimana pelanggan merasakan komunikasi dua arah sehingga pelanggan merasa mendapat perlakuan khusus.

Selain kualitas pelayanan ada juga faktor lain yang membuat konsumen menjadi loyal yaitu harga. Mengingat disepanjang sejarah penetapan harga terjadi bukan dari penjual saja namun dari negosiasi antara pembeli dan penjual sehingga dapat menimbulkan kekecewaan atau bahkan konsumen bisa merasa tertipu jika disuatu hari ada pembeli lain dengan harga yang lebih murah. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga yang tinggi sehingga perusahaan akan mendapat keuntungan yang besar. Penetapan harga bukan hanya terfokus pada kualitas produk saja akan tetapi dapat dilihat dari aspek produksi dan biaya bahan baku. Sedangkan harga untuk suatu jasa dapat dinilai dari kualitas layanan dan kepuasan konsumen atas jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep dalam wacana bisnis dan manajemen. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa setiap perusahaan harus melakukan pelayanan terbaiknya untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan loyal terhadap perusahaan. Para pemasar juga harus mengetahui sikap dari setiap konsumen, dimana sikap konsumen seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan. Kepuasan konsumen juga termasuk salah satu dari sifat senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan suatu produk atau jasa yang diharapkan. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai produk atau jasa yang diberikan maka sangat besar kemungkinan seseorang menjadi pelanggan yang sangat lama. Oleh karena itu sikap cenderung lebih tahan lama dibandingkan dengan kepercayaan. Dalam hal ini kepuasan berarti merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk menjaring konsumen dalam melakukan pembelian ulang suatu produk.

Lebih lanjut diuraikan bahwa kepuasan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan jika konsumen tidak merasa puas maka akan menimbulkan kekecewaan yang akan menghentikan pengulangan pembelian. Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi kepuasan pelanggan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Berdasarkan keterangan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen Toko onderdil Sinar Bahagia Motor Yosowilangun dengan judul "Kepuasan Sebagai Pemeditasi Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang)".

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kasmir (2017:47) mengungkapkan bahwa "pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan". "kualitas merupakan barang atau jasa yang memenuhi spesifikasi atau persyaratan pelanggan", (Crosby dalam Wahyuni dkk 2015:3).

Dalam riset selanjutnya Parasuraman dkk (dalam Tjiptono dan Chandra 2011:198) menjelaskan kualitas pelayanan menjadi lima dimensi utama yaitu:

- a. Reliabilitas (*Reliability*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. 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 cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*) yakni kemampuan karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*) bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*) berkenaan dengan daya tarik, bukti fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Harga

Menurut Sudaryono (2017:216) "harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seorang atau kelompok pada waktu tertentu". "harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan" (Kotler dan Keller 2008:67).

Amirullah & Hardjanto (2015:146) menjelaskan bahwa ada beberapa tujuan ditetapkannya harga pada sebuah produk adalah untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

- a. Mendapatkan posisi pasar. Seperti contoh penggunaan harga rendah untuk mendapatkan penjualan dan pangsa pasar.
- b. Mencapai kinerja keuangan. Harga-harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan seperti kontribusi laba dan arus kas. Harga yang terlalu tinggi mungkin tidak dapat diterima oleh para pembeli.
- c. Penentuan posisi produk. Harga dapat digunakan untuk meningkatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lain.
- d. Mempengaruhi persaingan. Manajemen mungkin ingin menghambat para pesaing yang sekarang untuk tidak dapat masuk ke pasar atau untuk tidak melakukan pemotongan harga

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dan Chandra (2011:292) menjelaskan bahwa "kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai". "Kepuasan konsumen tergantung pada sikap seorang individu yang mewakili standar pribadi tentang baik dan buruk, benar dan salah, dan seterusnya" (Sudaryono 2017:68).

Menurut Tjiptono dan Diana (2015:31-33) ada tiga teknik dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Studi komplain dan keluhan pelanggan
Komplain atau keluhan pelanggan yang disampaikan lewat kartu saran atau keluhan, saluran telepon bebas pulsa, website, email, *blog*, *fax*, *newsletter*, dan seterusnya. Manfaat pokok mendengarkan suara pelanggan semacam ini bisa bermacam-macam. Setiap masalah yang muncul bisa diatasi dengan cepat, sebelum merambat kemana-mana.
- b. *Ghost shopping (mystery shopping)*
Penelitian yang dilakukan layaknya konsumen biasa tanpa menyebutkan identitas dan maksud sebagaimana pelanggan. Seorang *ghost shopper* akan berinteraksi dengan staf perusahaan yang diteliti layaknya pelanggan biasa.
- c. Mengukur kepuasan pelanggan
Cara ini dilakukan dengan survei baik dengan cara tatap muka langsung, melalui pos, telepon, email, *websites*, maupun cara lainnya.

Loyalitas Pelanggan

Doyle (2011:307) mengungkapkan bahwa "Loyalitas (*Loyalty*) keyakinan pada *brand* atau perusahaan tertentu dan diikuti dengan pembelian berulang". "Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan kombinasi antara kemungkinan pelanggan untuk membeli ulang dari pemasok yang sama dikemudian hari dan kemungkinan untuk membeli produk atau jasa perusahaan pada berbagai tingkat harga (toleransi harga)" (Tjiptono dan Diana 2015:30).

Hingga saat ini konseptualisasi dan operasionalisasi loyalitas merek dan loyalitas pelanggan masih banyak diperdebatkan. Banyak model yang telah dikembangkan untuk memahami fenomena loyalitas pelanggan dalam beberapa konteks.

Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut: (Tjiptono dan Diana, 2015:223-228).

a. Model Kontributor dan Detraktor Loyalitas Merek

Menurut Sheth dkk, contributor bagi terbentuknya loyalitas merek meliputi persepsi terhadap kesesuaian kinerja merek (*perceived brand-performance fit*), identifikasi social dan emosional dengan merek serta kebiasaan dan sejarah pemakaian merek. Persepsi terhadap kesesuaian kinerja merek ditentukan oleh kualitas kinerja, baik kinerja secara keseluruhan maupun kinerja pada dimensi spesifik.

b. Model Integratif Loyalitas Merek

Model integratif loyalitas pelanggan dikembangkan untuk memahami secara lebih komprehensif anteseden kognitif, afektif, dan konatif serta konsekuensi loyalitas pelanggan. Model ini mengkonseptualisasikan loyalitas pelanggan sebagai relasi antara sikap relatif terhadap sebuah entitas (merek, jasa atau layanan ataupun toko).

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2012:56) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)".

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan (Z) sebagai variabel pemediasi, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji analisis jalur, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, simultan dan dominan serta adanya pemediasi antara variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel dependen variabel (Y) Loyalitas Pelanggan (Y) melalui variabel mediasi (Z).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen pada Toko Sinar Bahagia Motor Yosowilangun Lumajang periode Bulan Maret sampai Mei 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 2 (dua) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil 10×4 variabel = 40 anggota sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuisisioner yang diisi oleh responden atau pelanggan Toko Sinar Bahagia Motor Yosowilangun dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuisisioner sudah disediakan alternatif jawaban dari setiap item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami. Adapun bentuk skala likert menurut Sunyoto (2013:132), sebagai berikut:

- | | |
|---|-----|
| 1. Sangat setuju/(SS) diberi skor | = 5 |
| 2. Setuju/(ST) diberi skor | = 4 |
| 3. Ragu – ragu/Netral (RG) diberi se | = 3 |
| 4. Tidak setuju/(TS) diberi skor | = 2 |
| 5. Sagat tidak setuju/(STS) diberi skor | = 1 |

Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelanggan Toko Onderdil Sinar Bahagia Yosowilangun Lumajang.

Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati objek penelitian terkait dengan kualitas pelayanan, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Toko Sinar Bahagia Motor Yosowilangun.

Dokumentasi

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen – dokumen yang ada dilokasi penelitian serta dengan membaca literatur – literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

Teknik Analisis Data

Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian ini dilakukan dengan menguji validitas yaitu untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menguji reliabilitas yaitu untuk mengukur sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus rumus rumus *Cronbach's Alpha*.

Pengujian Asumsi Klasik

Penelitian harus mengenali asumsi – asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (bias).

Pengujian Normalitas Data

Pengujian ini adalah untuk mengetahui sebesar mana pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal dan dapat dipakai dalam statistik dan jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.

Pengujian Multikolinieritas

“Untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10 ($VIF < 10$) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas” (Santoso,2012;92).

Mendeteksi Pengaruh Mediasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tidak langsung dari X ke Y melalui Z dengan menggunakan rumus:

$$Sab = \sqrt{b^2 sa + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan menggunakan model analisis jalur dengan menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengujian langsung untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian tidak langsung yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel penjelas secara bersama-sama dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinan (R^2) yaitu untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 40 responden yaitu konsumen pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor Yosowilangun Lumajang. Rincian kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data dan selanjutnya dianalisis dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 16.0*.

Hasil Pengujian Instrumen

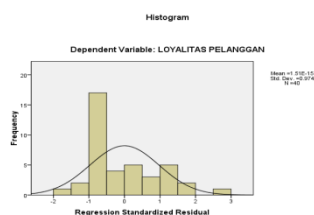
Hasil pengujian validitas variabel kualitas pelayanan, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena memenuhi nilai diatas 0,3.

Hasil pengujian reliabilitas dengan rumus *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,748, variabel harga sebesar 0,637, variabel kepuasan sebesar 0,813 dan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,775. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang baik.

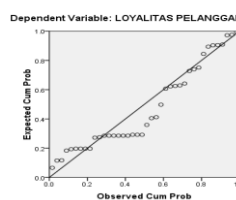
Hasil Pengujian Asumsi Klasik

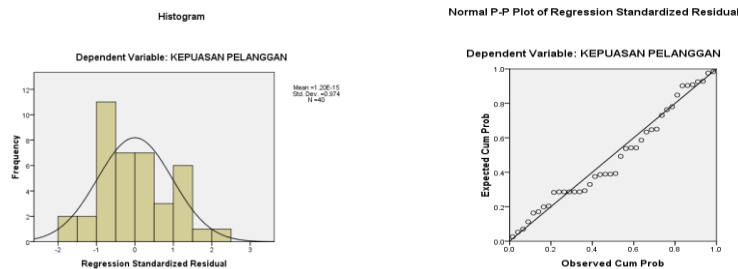
Uji Normalitas Data

Dalam penelitian ini pengujian dilakukan sebanyak dua kali dengan hasil sebagai berikut:



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Gambar: 1 Hasil Pengujian Normalitas Data
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 2018

Pengujian Multikolinieritas

Tabel 1. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.593	3.966		2.671	.011					
	KUALITAS PELAYANAN	.525	.133	.551	3.938	.000	.554	.543	.539	.955	1.047
	HARGA	-.015	.189	-.011	-.078	.938	-.127	-.013	-.011	.955	1.047

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Coefficients^a

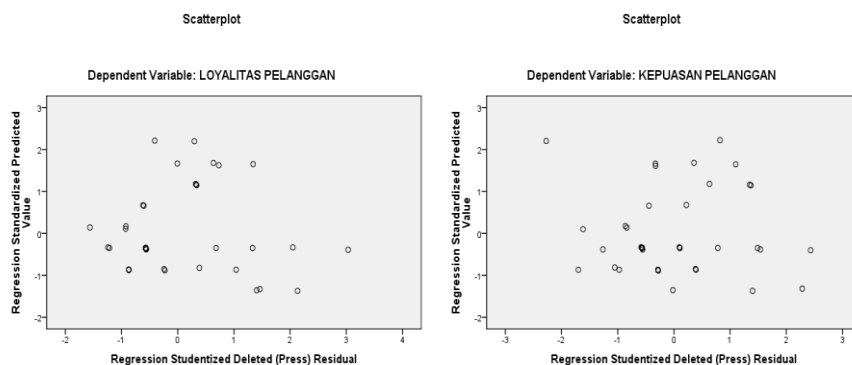
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.861	3.689		2.402	.021					
	KUALITAS PELAYANAN	.408	.124	.484	3.292	.002	.486	.476	.473	.955	1.047
	HARGA	-.015	.175	-.012	-.084	.934	-.114	-.014	-.012	.955	1.047

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 2018

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil yaitu dibawah 10 dan lebih besar dari nilai toleransi 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas, maka semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

Hasil Pengujian Heterokedastisitas



Gambar2: Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Analisa Data Dengan SPSS Tahun 2018

Hasil Pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari semua titik-titik, maka dalam pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala

heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Pengujian Substruktur Pertama

Pengujian substruktur yang pertama dilakukan dengan menguji pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan (Z). Dari hasil pengujian ini memperoleh hasil $\epsilon = 1 - R \text{ square} = 0,763$ dengan model persamaan substruktur $Z = 0,484 X_1 - 0,012 X_2 + 0,763$.

Hasil Pengujian Substruktur Kedua

Pengujian substruktur kedua dilakukan dengan menguji pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dari hasil pengujian ini memperoleh hasil $\epsilon_2 = 1 - R \text{ square} = 0,639$ dengan model persamaan $Y = 0,551X_1 - 0,011X_2 + 0,700Z + 0,693$.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian Parsial

Dari perhitungan kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan (Z) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,292 dengan tingkat signifikan 0,002 berarti $t_{hitung} (3,292) > t_{tabel} (2,024)$ dan $sig (0,002) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Dari perhitungan harga (X_2) terhadap kepuasan (Z) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,084 dengan tingkat signifikan 0,934 berarti $-t_{hitung} (-0,084) < t_{tabel} (2,024)$ dan $sig (0,934) > \alpha (0,05)$ maka hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan.

Dari hasil perhitungan kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,938 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti $t_{hitung} (3,938) > t_{tabel} (2,024)$ dan $sig (0,000) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari perhitungan harga (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,078 dengan tingkat signifikan 0,938 berarti $-t_{hitung} (-0,078) < t_{tabel} (2,024)$ dan $sig (0,938) > \alpha (0,05)$ maka hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Dari perhitungan kepuasan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,409 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti $t_{hitung} (4,409) > t_{tabel} (2,024)$ dan $sig (0,000) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian Simultan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,735 dengan tingkat signifikan 0,007 berarti $F_{hitung} (5,735) > F_{tabel} (3,25)$ dan $sig (0,007) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,186 dengan tingkat signifikan 0,001 berarti $F_{hitung} (8,186) > (3,25) F_{tabel}$ dan $sig (0,001) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,186 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti $F_{hitung} (8,186) > (3,25) F_{tabel}$ dan $sig (0,000) < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian Mediasi

Untuk membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan menjadi pemediasi menggunakan uji sobel (Ghozali, 2013) dengan rumus sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2 sa + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

$$\begin{aligned} Sab \text{ pelayanan} &= \sqrt{(0.637)^2 (0.120)^2 + (0.410)^2 (0.142)^2 + (0.120)^2 (0.142)^2} \\ &= \sqrt{0.0058430736 + 0.0033895684 + 0.0002903616} \\ &= \sqrt{0.0095230036} \\ &= 0.097586 \end{aligned}$$

$$ab = 0.410 \times 0.120 = 0.0492$$

$$t_{hitung} = 0.0492 / 0.097586 = 0.5042$$

Dimana nilai $t_{tabel} (2.024)$, maka nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ini berarti variabel kepuasan pelanggan bukan pemediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang.

$$\begin{aligned}
 Sab\ harga &= \sqrt{(0.784)^2 (0.192)^2 + (0.137)^2 (0.133)^2 + (0.192)^2 (0.133)^2} \\
 &= \sqrt{0.022656867878 + 0.00033200484 + 0.00065208729} \\
 &= \sqrt{0,02364277091} \\
 &= 0,153762
 \end{aligned}$$

$$ab = -0,137 \times 0,192 = -0,026364$$

$$t_{hitung} = -0,026364 / 0,153762 = -0,01715$$

Dimana nilai t_{tabel} (2.024), maka nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ini berarti variabel kepuasan pelanggan bukan pemediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang.

Hasil Uji Analisis Jalur

Tabel 2. Pengujian Langsung dan Tidak Langsung

No.	Pengaruh Variabel	Terhadap Variabel	Simbul	Besarnya pengaruh
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	Kepuasan (Z)	$b_1 Z X_1$	0,484
2.	Harga (X_2)	Kepuasan (Z)	$b_2 Z X_2$	-0,012
3.	Kualitas Pelayanan (X_1)	Loyalitas Pelanggan (Y)	$b_1 Y X_1$	0,551
4.	Harga (X_2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	$b_2 Y X_2$	-0,011
5.	Kepuasan (Z)	Loyalitas Pelanggan (Y)	$b_1 Y Z$	0,700

No.	Pengaruh variabel	Terhadap variabel	Melalui variabel	Simbul	Hasil
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan (Z)	$X_1 Z Y$	$0,484 \times 0,700 = 0,3388$
2.	Harga (X_2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan (Z)	$X_2 Z Y$	$-0,012 \times 0,700 = -0,0084$

Berdasarkan hasil uji analisis jalur (*path analysis*) I bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,3388 lebih kecil jika dibandingkan dengan pengaruh langsung yaitu sebesar 0,551 dan uji analisis jalur (*path analysis*) II bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar -0,0084 lebih kecil jika dibandingkan dengan pengaruh langsung yaitu sebesar -0,011. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan bukan menjadi mediasi dari variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinan

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 ^a	.237	.195	1.49529

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.512	1.31345

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Tahun 2018

Hasil analisis SPSS *model summary* ini menunjukkan bahwa besarnya *R Square* adalah 0,550 atau 55%. Variabel kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga sebesar 55% dan 45% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

KESIMPULAN DAN SARAN

- a. Berdasarkan hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan, sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.
- b. Berdasarkan hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kedua variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Berdasarkan hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Berdasarkan hipotesis keempat menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kedua variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- e. Berdasarkan hipotesis kelima menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hanya saja kepuasan mempunyai pengaruh lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan kualitas pelayanan. Sedangkan harga tidak terdapat pengaruh secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- f. Berdasarkan hipotesis keenam menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga dan juga kepuasan mempunyai pengaruh secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- g. Berdasarkan hipotesis ketujuh menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepuasan menjadi mediasi hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor di Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan bukan mediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan harga dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh maka saran dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk membuat pelanggan melakukan pembelian ulang. Maka dari itu, Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor diharapkan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para pelanggan untuk lebih meningkatkan kepuasan dan loyalitas para pelanggan.
Penetapan harga untuk produk yang dijualnya juga wajib diperhatikan oleh perusahaan, karena meskipun secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tetapi jika dikolaborasikan dengan kualitas pelayanan ternyata berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apalagi jika menghadapi persaingan saat ini.
- b. Bagi Peneliti Lain
Dapat mengembangkan penelitian selanjutnya dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Toko Onderdil Sinar Bahagia Motor dengan menambah ukuran sampel sehingga memperoleh data yang lebih relevan.
- c. Bagi Peneliti
Diharapkan peneliti dapat mengadakan penelitian lebih mendalam tentang kualitas pelayanan, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Hardjanto. (2015). *Pengantar Manajemen Fungsi Proses Pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Doyle, Charles. (2013). *Kamus Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta Barat.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Exellent; Teori dan Praktik*. Cetakan Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandi dan Anastasia Diana.(2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, Hana Catur. dkk. (2015). *Pengendalian Kualitas; Aplikasi Pada Industri Jasa dan Manufaktur Dengan Lean Six Sigma dan Serqual*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Identifikasi Preferensi Pengunjung Terhadap Destinasi Wisata

Putri Intan Prameswari¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : putriintan091996@gmail.com

Nawangsih²
STIE Widya Gama Lumajang
email: lovinawang@gmail.com

Riza Bahtiar Sulistyan³
STIE Widya Gama Lumajang
email: rizabahtiars@gmail.com

Abstrak

Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan penting kaitannya dengan kepuasan pengunjung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur seberapa puas pengunjung wisata Hutan Bambu di Lumajang dengan adanya fasilitas wisata dan kualitas pelayanan. Menggunakan 80 pengunjung wisata sebagai responden dalam penelitian ini. Pendekatan yang digunakan berupa regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dari kajian teoritis dan empiris. Dari tiga hipotesis yang diajukan, satu hipotesis ditolak, yakni tidak ada peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat peran penting dari fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Namun tidak terdapat peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung akan terbentuk dari adanya fasilitas wisata dan kualitas pelayanan sebesar 26,3%, selebihnya kepuasan pengunjung dibentuk oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan temuan ini, maka untuk meningkatkan kepuasan pengunjung harus bisa meningkatkan fasilitas yang ada.

Kata kunci Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung

Abstract

Tourism facilities and services quality are important in relation to visitor satisfaction. The purpose of this study is to measure how satisfaction Hutan Bambu Lumajang with the presence of tourism facility and service quality. Using 80 tourist visitors as respondents in this study. The approach used is multiple linear regression to test hypotheses developed from theoretical and empirical studies. Of the three hypotheses proposed, one hypothesis is rejected, there is no important role of service quality in increasing visitor satisfaction. The results of the study indicate that there is an important role of tourism facilities in increasing end-user satisfaction. But there is no important role of service quality in increasing visitor satisfaction. Visitor satisfaction will be formed from the presence of tourism facilities and service quality of 26.3%, the rest of visitor satisfaction formed by other factors. Based on these findings, then to increase visitor satisfaction should be able to improve existing facilities.

Keyword : Facilities, Service Quality, Visitor Satisfaction

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial ekonomi, hal ini telah diakui oleh seluruh masyarakat, Analisis Pasar Jawa Timur (2011:1). Kegiatan pariwisata agar dapat sukses dalam persaingan dapat dilakukan dengan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kegiatan pariwisata berawal dari aktifitas beberapa kelompok di beberapa negara maju yang pada akhirnya menjadi kebutuhan dari semua orang dan berkembang di seluruh negara di dunia. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Lumajang selama tahun 2015 s/d 2017,

menjelaskan bahwa pada tahun 2015 terdapat kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 1.790.936 pengunjung dan pada kunjungan wisatawan mancanegara hanya terdapat 4.910 pengunjung. Tahun 2016 terjadi penurunan jumlah wisatawan, wisatawan nusantara menjadi 933.514 pengunjung dan wisatawan mancanegara menjadi 2.367 pengunjung. Tahun 2017 kembali mengalami kenaikan untuk jumlah wisatawan nusantara meskipun tidak sebanyak tahun 2015, yaitu sebanyak 1.054.118 pengunjung, akan tetapi untuk jumlah wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sebesar 5.818 pengunjung. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan berfluktuatif sesuai dengan kegiatan pariwisata yang ada di kabupaten Lumajang.

Kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan baik apabila ditunjang dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan agar wisatawan merasa nyaman berada di lokasi wisata tersebut. Fasilitas wisata menurut Utama, (2017:137), “adalah prasarana semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan dan sarana pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung”.

Fasilitas yang baik akan meningkatkan kepuasan pengunjung. Didukung dari hasil kajian sebelumnya yang menyatakan bahwa fasilitas wisata mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya bahwa ketika fasilitas wisata ditingkatkan maka akan meningkat pula kepuasan pengunjungnya. (Wulandari, 2017)

Faktor penunjang lainnya bagi keberhasilan kegiatan pariwisata adalah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler (2012), “kualitas sebagai *achieving the customer and stakeholder satisfactions while adhering to business ethics, human values and the statutory, legal and regulatory requirement* (mencapai kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan sementara mengikuti etika bisnis, nilai-nilai kemanusiaan dan persyaratan hukum, hukum dan peraturan)”.

Pariwisata dapat dikatakan berhasil apabila wisatawan yang berkunjung merasa puas ketika berkunjung. Kepuasan wisatawan menurut Utama (2017:200) “penilaian evaluatif konsumen setelah melakukan pembelian atau purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Salah satu tujuan penting bagi aktivitas bisnis. Kepuasan wisatawan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang”. Hasil kajian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepuasan. Setiap adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan meningkat pula kepuasan pengunjung. (Manoppo, 2013; Tran 2013; Martaleni, 2014; Purwoko, 2015; Sulistyan, 2017; Wulandari, 2017)

Seperti wisata pada umumnya di Indonesia, terdapat keunikan tersendiri pada wisata alam Hutan Bambu di Desa Sumber Mujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Wisata Hutan Bambu di era 2018 menjadi wisata yang menarik wisatawan dikarenakan ada fasilitas baru yaitu kolam renang yang asri. Hutan Bambu memiliki nilai keistimewaan lain dibandingkan dengan obyek wisata lainnya, misalnya : merupakan wisata edukasi yaitu wisata yang mengandung unsur tingkatan, wisata konservasi yaitu wisata yang mengandung unsur perlindungan, wisata budaya yaitu wisata yang mengandung unsur kebudayaan, menjadi daya tarik unggulan kawasan wisata tersebut sekaligus bagi wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas wisata meliputi sarana dan prasarana yang tersedia membantu dalam memberikan suasana yang nyaman, dengan beragam fasilitas yang tersedia misalnya, fasilitas toilet, warung makan, tempat parkir sepeda, loket pembayaran. Beberapa wisatawan memberikan respon yang baik terhadap fasilitas yang ada, namun beberapa justru tidak. Dimungkinkan wisatawan kurang puas terhadap fasilitas karena memang masih dalam proses pengembangan. Pengembangan tidak hanya dalam bentuk fasilitas, namun juga pengembangan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang diberikan cukup bagus meskipun dengan kondisi yang cukup sederhana. Kualitas pelayanan yang diberikan belum bisa memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Beberapa wisatawan memberikan respon yang baik terhadap kualitas pelayanan dan beberapa wisatawan memberikan respon yang kurang baik. Hal ini memerlukan pembuktian ulang antara fasilitas dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung wisatawan Hutan Bambu Desa Penanggal Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini secara khusus bertujuan membahas peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Sehingga, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

KAJIAN PUSTAKA

Fasilitas Wisata dan Kepuasan Pengunjung

Fasilitas wisata menurut Octavia, (2015:35-36) adalah seluruh fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran, dan berbagai jenis tempat makan

lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat pebukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

Menurut Kotler (2012:25), fasilitas merupakan alat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Jika fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan harapan atau keinginan pengunjung, maka pengunjung akan merasa puas. Penelitian yang dilakukan Yusuf (2016), dan Wulandari (2017) memberikan kesimpulan bahwa fasilitas wisata mempunyai pengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa terdapat peran penting dari fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1 = Terdapat peran penting dari fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

Menurut *American Society for Quality Control* dalam Ratnasari dan Aksa, (2011:103-104) "Kualitas adalah sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasi keseluruhannya ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat lain, dan dengan kata lain suatu produk atau jasa.

Kepuasan pengunjung mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:268), bahwa pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pengunjung. Sehingga dapat dikatakan bahwa apabila pelayanan yang diberikan mampu untuk memenuhi kebutuhan atau melampaui harapan pengunjung, maka pengunjung tersebut akan merasa puas. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Mengandung arti bahwa terdapat peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan. Martaleni (2012), Manoppo (2013), Tran (2013), Hau (2014), Purwoko (2015), Sulistyan (2017), dan Wulandari (2017). Berdasarkan uraian tersebut hipotesis kedua disimpulkan sebagai berikut:

H2 = Terdapat peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kepuasan Pengunjung

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik memadai dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*" *the act of fulfilling a need or desire*" dan "*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc.*"

Sedangkan menurut Tze dan Wang (2012) dalam Tjiptono, (2017:203), kepuasan pelanggan atau wisatawan adalah multi dimensi dan konsep yang terdiri dari banyak faktor yang saling terkait". Salah satu faktor yang membuat wisatawan puas, mungkin faktor lainnya tidak mampu memuaskan wisatawan. Aspek destinasi yang terdiri atraksi, amenitas, dan aksesibilitasnya mungkin memiliki kesamaan antara destinasi namun, untuk aspek ensilari dalam hal ini jasa yang bersifat tak berwujud sangat dinamis dan cenderung menuntut kualitas yang semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Terdapat penelitian yang menghubungkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan sama-sama mempunyai peran penting dalam meningkatkan kepuasan. Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan (Purwoko, 2015). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yaitu:

H3 = Terdapat peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung wisata Hutan Bambu. Sebanyak 80 pengunjung digunakan sebagai sampel dengan menggunakan *random sampling*. Variabel independen terdiri dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan pengunjung.

Pendekatan yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan beberapa pengujian. Pengujian pertama yaitu uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian kedua yaitu uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian terakhir yaitu uji hipotesis meliputi uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan landasan teoritis dan empiris, yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung antara lain fasilitas wisata dan kualitas pelayanan. Atas dasar pemikiran tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Ketiga hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini merupakan sintesa dari beberapa landasan teoritis dan empiris sebagaimana telah dibahas sebelumnya.

Penilaian terhadap keseluruhan indikator fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung wisata Hutan Bambu di Lumajang memiliki persepsi yang tinggi. Namun demikian, deskripsi atas indikator dari variabel yang diteliti hanya memberikan informasi tentang seberapa tinggi rendahnya pengunjung menilai atas apa yang dirasakan. Informasi tersebut belum menjawab permasalahan yang dikaji dan memberikan penjelasan tentang hubungan terstruktur yang dibangun antara tiga variabel yang dianalisis. Permasalahan dalam penelitian ini dijawab oleh hasil analisis dengan menggunakan program SPSS.

Tabel berikut ini menyajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	51	63,75%
Perempuan	29	36,25%
Usia		
< 16 tahun	7	8,75%
17 – 20 tahun	41	51,25%
21 – 25 tahun	20	25,00%
26 – 30 tahun	4	5,00%
> 31 tahun	8	10,00%
Tingkat Pendidikan		
SD	4	5,00%
SLTP/Sederajat	14	17,50%
SLTA/Sederajat	53	66,25%
Diploma	1	1,25%
Sarjana	8	10,00%

Sumber Data: Data diolah 2018

Tabel di atas menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 51 orang atau 63,75 persen. Berdasarkan usia didominasi 17 sampai 20 tahun yaitu sebanyak 41 orang atau 51,25 persen. Tingkat pendidikan responden terbanyak adalah SLTA atau sederajat yaitu sebesar 53 orang atau 66,25 persen.

Pengujian validitas dan reliabilitas masing-masing variabel dan indikator disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

	r_{hitung}	<i>Cronbach's Alpha</i>
Fasilitas Wisata		
FW1	0,785	0,568
FW2	0,890	
Kualitas Pelayanan		
KPL1	0,612	0,777
KPL2	0,739	
KPL3	0,816	
KPL4	0,778	
KPL5	0,698	
Kepuasan Pengunjung		
KP1	0,697	0,694
KP2	0,689	
KP3	0,756	
KP4	0,794	

Sumber Data: Data diolah 2018

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian validitas dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,3. Jadi dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator variabel adalah valid. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dari variabel fasilitas wisata sebesar 0,568 yang berarti cukup

reliabel, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung masing-masing 0,777 dan 0,694 yang berarti reliabel.

Hipotesis diuji dengan analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

	t	F	Sig.	Keterangan
Fasilitas Wisata -> Kepuasan Pengunjung	3,692		0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengunjung	1,597		0,114	Tidak Signifikan
Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengunjung		13,718	0,000	Signifikan

Sumber Data: Data diolah 2018

Tabel 3 menunjukkan bahwa fasilitas wisata mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil tersebut berarti hipotesis pertama diterima yaitu terdapat peran penting dari fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Sedangkan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, jadi hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ditolak. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung diterima.

Peran Fasilitas Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima yaitu terdapat peran penting dari fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini mendukung dari hasil kajian teori menurut Kotler (2012:25) yang menyebutkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Jika fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan harapan atau keinginan pengunjung, maka pengunjung akan merasa puas.

Selain itu juga mendukung dari hasil penelitian sebelumnya (Abdulhaji, 2016 dan Wulandari, 2017) yang menyimpulkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketika fasilitas wisata ditingkatkan maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap fasilitas wisata yang ada di Hutan Bambu di Lumajang ternyata sebagian besar memiliki persepsi yang tinggi. Terdapat prioritas utama dalam fasilitas wisata yaitu akses jalan menuju wisata Hutan Bambu mudah dilewati para pengunjung. Hal ini dapat mendorong tingkat kepuasan wisatawan dimana akses jalan adalah yang utama untuk menuju lokasi tersebut. Kondisi jalan saat ini untuk menuju wisata Hutan Bambu adalah cukup bagus dan mempunyai dua jalur untuk menuju wisata Hutan Bambu yaitu melalui jalur Provinsi dan Kabupaten.

Prioritas yang selanjutnya adalah tempat parkir yang sangat luas untuk para pengunjung. Tempat parkir di wisata Hutan Bambu ini memiliki dua tempat untuk parkir yaitu khusus roda dua dan roda empat. Tempat parkir yang ada di wisata Hutan Bambu sangat mendukung dalam sisi keamanan dan kenyamanan. Dalam hal ini, tempat parkir juga menunjang dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Kedua prioritas tersebut yaitu akses jalan yang mudah dan tempat parkir yang luas dapat mendorong tingkat kepuasan pengunjung wisata Hutan Bambu di Lumajang.

Dari hasil deskripsi responden menunjukkan bahwa penilaian fasilitas wisata didominasi laki-laki. Persepsi dari laki-laki mampu menunjukkan tingkat kepuasan secara terbuka tentang seberapa puas terhadap fasilitas yang ada disana. Pada tingkat pendidikan mayoritas pengunjung lulusan SLTA dan sudah dapat menilai atau mempersepsikan fasilitas wisata. Dari segi umur mayoritas 17-20 tahun, dimana pada masa-masa ini mempunyai emosional tinggi, biasanya bisa mengutarakan puas dan tidak puas terhadap fasilitas wisata, kemudian pada umur 21-25 tahun juga tingkat emosionalnya yang juga semakin tinggi sehingga bisa menentukan rasa puas dan tidak puasnya terhadap fasilitas wisata.

Hasil penelitian yang telah dilakukan hasil penelitian terdahulu Wulandari (2017) dengan judul Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis antara variabel fasilitas, pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kenjeran Park Surabaya.

Akses jalan menuju wisata Hutan Bambu mudah dilewati para pengunjung, Akses bagus akan memperlancar dan mempersingkat waktu perjalanan ke lokasi wisata. Memberi kenyamanan wisatawan selama perjalanan ke lokasi wisata Hutan Bambu. Saran saya sehingga kondisi akses jalan diupayakan selalu terjaga biar tidak terganggu kelancaran wisatawan selama perjalanan.

Tempat parkir sangat luas untuk para pengunjung, keberadaan tempat parkir membuat para pengunjung nyaman di lokasi dan menghindari hal hal yang tidak diinginkan. Saran saya sehingga penambahan jumlah petugas parkir untuk meminimalisir terjadinya kejahatan. Penambahan tempat parkir yang lebih representatif atau memadai.

Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung

Pembahasan ini berkaitan dengan pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak terdapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hutan Bambu di Lumajang. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat peran penting dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ditolak.

Hasil pengujian tersebut tidak mendukung teori dari Tjiptono (2014:268), yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pengunjung. Sehingga dapat dikatakan bahwa apabila pelayanan yang diberikan mampu untuk memenuhi kebutuhan atau melampaui harapan pengunjung, maka pengunjung tersebut akan merasa puas. Selain itu juga tidak mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Martaleni (2012), Manoppo (2013), Trung (2013), Hau dan Omar (2014), Purwoko (2015), Sulistyan (2017), dan Wulandari (2017).

Berdasarkan penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang ada di Hutan Bambu di Lumajang ternyata sebagian besar memiliki persepsi yang tinggi. Terdapat prioritas utama dalam fasilitas kualitas pelayanan yaitu Petugas Hutan Bambu selalu menghormati semua pengunjung Hutan Bambu. Namun hal ini tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Prioritas yang kedua adalah Lokasi Hutan Bambu mudah dijangkau dengan transportasi umum. Disusul ketiga dari fasilitas wisata yang menyebutkan bahwa petugas Hutan Bambu memberi informasi yang akurat untuk para pengunjung dan kemampuan petugas Hutan Bambu menjadikan jaminan citra baik bagi pengunjung Hutan Bambu.

Wisata Hutan Bambu menyediakan loket pelayanan, wisata Hutan Bambu loket pelayanannya kurang memadai. Petugas yang bertugas di wisata Hutan Bambu memberikan informasi yang akurat untuk para pengunjung, petugas yang bertugas di wisata Hutan Bambu masih kurang jelas memberikan informasi sehingga para pengunjung Hutan Bambu tidak mengerti. Petugas merespon keluhan pengunjung, pengunjung Hutan Bambu tidak merasa puas merespon keluhan pengunjung. Pelayanan administrasi yang diberikan petugas bisa membuat para pengunjung merasa puas, Petugas mungkin kurang puas memberikan pelayanan administrasi sehingga pengunjung wisata Hutan Bambu kurang puas. Setiap petugas ramah terhadap pengunjung, petugas mungkin kurang ramah terhadap pengunjung sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Hutan Bambu.

Hasil penelitian yang telah dilakukan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yusuf (2016) yang berjudul "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Terante". Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan citra objek wisata Danau Tolire Besar dalam kategori baik, dan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap objek wisata Tolire Besar.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena bukti fisiknya misal fasilitas wisatanya disana lengkap tempatnya bagus tetapi pengunjung merasa tidak puas karena sinyal jaringannya jelek dan tidak bagus dan tempat wisata Hutan Bambu tempat nya kurang bersih sehingga pengunjung tidak merasa nyaman. Keandalan Hutan Bambu salah satu keunggulannya adalah bambu nya keberadaan bambu disini menjadi daya tarik apabila satu sisi dapat merugikan apabila di gunakan berlebihan. Bambu itu bisa menjadi rusak apabila sumber mata airnya disalahgunakan. Ada juga daya tanggap itu mungkin harapan orang langsung ditanggapi, tetapi ada kalanya tanggapan yang diberikan tidak memuaskan itu bisa menyebabkan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, ada juga bilangannya segera ditanggapi tetapi kenyataannya tidak segera dilaksanakan. Jaminan itu apa yang bisa membuat pengunjung tidak khawatir, jaminannya pengunjung merasa nyaman disana, apabila sumber mata air nya kering mungkin pengunjung tidak mau kembali kesana lagi, jadi jaminannya harus bisa bikin nyaman pengunjung. Empati adalah kepedulian misal pengunjung ingin berenang tetapi terganggu dengan gangguan monyet.

Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hutan Bambu di Lumajang. Hasil ini berarti hipotesis ketiga diterima yaitu terdapat peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena fasilitas nya lengkap, pengunjung Hutan Bambu ingin sholat bisa mudah karena disana ada mushola. Pengunjung juga bisa sepuasnya membeli makanan tidak perlu antri karena disana terdapat 12 warung yang berbeda beda menu makanannya. Kualitas pelayanannya juga berpengaruh simultan signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena kualitas pelayanan di sana di Hutan Bambu sudah baik.

Fasilitas wisata bagus dan Kualitas Pelayanan bagus maka wisatawan yang pernah berkunjung kesana akan merekomendasikan ke orang lain sehingga berdampak akan meningkatnya jumlah wisatawan. Fasilitas wisata dan Kualitas Pelayanan membuat wisatawan tertarik dan membuat wisatawan mempunyai pengalaman dan pengetahuan tentang bambu, monyet, wisata konservasi.

Pengunjung tertarik untuk datang ke Hutan Bambu selain ketertarikan atau keunikan yang dimiliki mereka merasa tertarik karena fasilitas yang tersedia dan kualitas pelayanannya yang baik dari obyek wisata Hutan Bambu. Saran saya tetap mempertahankan atau meningkatkan sarana fasilitas yang ada lebih memadai, lengkap mampu mengakomodir kebutuhan pengunjung dan memberikan kualitas pelayanan semaksimal mungkin sehingga pengunjung merasa nyaman ketika berkunjung ke wisata Hutan Bambu. Penelitian terdahulu yang mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwoko (2015) dan Wulandari (2017) yang berjudul Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis antara variabel fasilitas, pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kenjeran Park Surabaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran penting dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat peran penting fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Namun kualitas pelayanan tidak berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Terdapat keutamaan dari penelitian ini yaitu secara bersama-sama fasilitas dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Saran yang dapat diberikan bagi kalangan akademik yaitu penelitian ini dapat memberikan referensi pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata. Bagi pengelola objek wisata yaitu digunakan sebagai acuan agar kedepannya pengunjung wisata akan bertambah ramai lagi. Bagi peneliti lain agar dikembangkan kembali dengan melakukan pengembangan variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Anpas Jatim. (2011). *Analisis Pasar Jawa Timur 2011*. Jawa Timur.
- Hau, T. C. (2014). *The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination*. Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(23), 1827–1832. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p1827>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Manoppo, F. (2013). *Kualitas Pelayanan, dan Servicecape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Martaleni. (2014). *Pengaruh Motivasi, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Wisatawan terhadap Image Daerah Tujuan Wisata*. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, (80), 201–218.
- Octavia, Suryadana, M. L., & Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Purwoko, B. (2015). *Indonesia, Influence of Service Quality and Customer Satisfaction and Loyalty Trust Foreign Tourists Visit the Attractions in East Java*, 7(19), 75–84.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). *Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa*. Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 7, September 2017, Hal 77-87.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tran, Thi Trung. (2013). *Effect of Tourism Service Quality and Hotel Quality on Tourist Satisfaction in Danang City Vietnam*. Agustus Jurnal Nasional Pariwisata, 5(2), 75–82.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wulandari. Vonny. (2017). *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan*.

Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 3.

Yusuf, S. A. I. S. H. (2016). *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate*. 7 (2).

**Pendampingan Updating Data Indonesia Tourism Exchange (Itx)
Guna Memasarkan Produk Wisata Pokdarwis Arseda
Desa Ranu bedali Kecamatan Ranuyoso
Kabupaten Lumajang**

Fauziah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:zfauzya@gmail.com

Abstrak

Pariwisata menjadi daya tarik tersendiri dalam pengembangannya di Indonesia. Bahkan berbagai daerah telah berupaya meningkatkan destinasi wisatanya untuk menarik calon wisatawan. Tak terkecuali Kabupaten Lumajang yang merupakan salah satu destinasi wisata di Provinsi Jawa Timur memiliki berbagai potensi wisata, khususnya wisata alam. Merujuk kepada program Kementerian Pariwisata "20 juta Wisatawan Asing", berbagai giat mereka lakukan, diantaranya program "Mempersiapkan Desa Wisata untuk *Go Digital*". Program ini dilaksanakan dalam rangka memfasilitasi Desa Wisata di seluruh pelosok nusantara untuk dapat memasarkan produk wisatanya melalui sebuah platform digital marketing bernama Indonesia Tourism Exchange (ITX). Setelah dilaksanakan pelatihan pembuatan akun hingga kontrak kerjasama sudah berjalan, dalam kurun waktu satu tahun terakhir belum ada proses updating data yang dilakukan, sehingga membutuhkan komitmen dari Pokdarwis untuk tetap mengelola konten dengan baik dan mengemasnya supaya menarik. Dalam hal ini Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. Dalam kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini, penulis menggunakan metode pendampingan secara intensif kepada beberapa orang anggota Pokdarwis Arseda Divisi pemasaran sebagai sasaran dalam kegiatan ini, untuk melakukan updating data yang sudah ada dan menambahkan produk-produk wisata yang relative baru sesuai dengan kebutuhan pasar terkini. Selain itu penulis juga mengajak diskusi dengan para peserta dalam hal teknis cara pengambilan gambar yang baik, penataan bahasa yang efektif sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk memutuskan berkunjung dan membeli produk wisata yang ditawarkan mereka. Hasil dari kegiatan ini adalah dilakukannya pembaharuan data produk wisata Pokdarwis Arseda Desa Ranu bedali sesuai dengan kondisi terkini dan tersusunnya jadwal rutin untuk melakukan updating data tersebut secara berkala.

Kata Kunci :Pendampingan, Updating data, Indonesia Tourism Exchange

Abstract

Tourism becomes its main attraction in its development in Indonesia. Even the various regions have tried to increase tourist destinations to attract potential tourists. No exception Lumajang Regency which is one of the tourist destinations in East Java Province has various tourism potential, especially nature tourism. Referring to the Ministry of Tourism program "20 million Foreign Tourists", a variety of activities they do, including the program "Preparing Tourism Village to Go Digital". This program is implemented in order to facilitate Desa Wisata in all corners of the archipelago to be able to market its tourism products through a digital marketing platform called Indonesia Tourism Exchange (ITX). After the training of account creation until the contract has been running, within the last one year there has been no updating data process done, thus requiring the commitment of Pokdarwis to keep managing the content well and pack it to be interesting. In this case Pokdarwis Arseda Ranubedali Village District Ranuyoso Lumajang District. In this dedication to the community, the writer uses intensive facilitation method to some Pokdarwis Arseda members Marketing division as target in this activity, to update existing data and add new tourism products in accordance with current market needs. In addition, the authors also invited discussions with the participants in terms of technical ways of shooting good, effective language structuring so as to attract tourists to decide to visit and buy their offered tourism products. The result of this activity is the updating of tourism product data Pokdarwis Arseda Ranubedali Village in accordance with the current condition and the compilation of regular schedule to update the data periodically.

Keyword :Assistance, Updating data, Indonesia Tourism Exchange

PENDAHULUAN

Pariwisata, satu kata yang mempunyai daya tarik tersendiri karena di sana dapat ditemukan keindahan, kebersihan, keamanan, keramah-tamahan yang beraneka ragam dan mempunyai ciri khas tersendiri di masing-masing daerah. Pariwisata dapat dimaknai sebagai proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya.

Berbagai motivasi dalam bepergian di antaranya kepentingan politik, ekonomi, sosial, kebudayaan, agama, kesehatan, maupun hal-hal lain seperti karena ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Tak jarang dari kalangan masyarakat menengah ke atas menjadikan pariwisata atau perjalanan wisata sebagai gaya hidup mereka. Fenomena ini didasari oleh sebuah data yang menyebutkan bahwa terdapat 5 (lima) sektor kebutuhan prioritas Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dalam sektor jasa, diantaranya adalah Pariwisata yang menduduki peringkat pertama, diikuti dengan kesehatan, jasa penerbangan, E-Asean dan logistik. Indonesia dengan segala eksotika alamnya seharusnya mampu menarik minat kunjungan wisatawan asing dengan menciptakan destinasi-destinasi wisata unggulan yang tersebar di seluruh pelosok nusantara. Melalui Pariwisata diharapkan Indonesia mampu meningkatkan ekonomi masyarakatnya terutama yang berada di pelosok daerah, karena kunjungan wisatawan asing secara ekonomi sangat berdampak bagi pendapatan masyarakat yang berada di sekitar destinasi wisata.

Terkait dengan program Pemerintah Pusat melalui Kementerian Pariwisata “20 Juta Wisatawan Mancanegara di tahun 2019”, Presiden Joko Widodo menanggapi bahwa untuk mencapai angka 20 juta itu tidaklah sulit ketika sektor promosi ditingkatkan, keputusan wilayah yang menjadi unggulan difasilitasi sebaik-baiknya oleh Pemerintah dan perbaikan produk wisata itu sendiri yang harus dimaksimalkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

Dari ketiga hal tersebut, yang akan menjadi pokok pembahasan dan sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sektor promosi. Mengingat program 20 juta adalah angka kunjungan wisatawan asing, maka strategi pemasaran online menjadi hal yang sangat penting untuk disiapkan, baik dari segi teknis pengelolaannya hingga menyusun konsep pemasaran melalui penciptaan produk wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan asing tersebut.

Mungkin dua puluh tahun yang lalu, potensi pariwisata belum dipromosikan sedemikian rupa seperti halnya sekarang, seperti yang disampaikan Prof. Dr. H.Suwatno dalam bukunya Komunikasi Pemasaran Kontekstual, bahwa sebelumnya, jasa (*services*) tidak memiliki nilai ekonomi atau bisnis. Tetapi kenyataannya sekarang bisnis di bidang jasa pariwisata sangatlah digandrungi oleh masyarakat, sebuah danau yang ada di pelosok desa, awalnya biasa saja, kini mempunyai daya tarik wisata ketika sudah dipublish di masyarakat tentang keindahannya dan dikemas sedemikian rupa, sehingga mempunyai nilai dan layak untuk dijual.

Kementerian Pariwisata telah menyiapkan sebuah platform digital market b2b yang menghubungkan demand dan supply, salah satunya adalah Indonesia Tourism Exchange (ITX). Dengan Slogan “Mempersiapkan Desa Wisata untuk *Go Digital*”, Kementerian Pariwisata mempersiapkan platform ini secara gratis untuk dapat dimanfaatkan oleh seluruh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di seluruh nusantara untuk memasarkan produk wisata yang mereka miliki secara online. Platform digital ini mengakomodir beberapa subsistem pemasaran seperti *booking system*, *payment system*, *servers*, dan *lainnya*.

ITX sudah diluncurkan oleh Kementerian Pariwisata di awal tahun 2017, dua bentuk produk yang dapat ditawarkan di sini adalah akomodasi dan aktivitas. Akomodasi diantaranya adalah homestay, dan aktivitas di sini adalah kegiatan festival ataupun atraksi belanja di pusat oleh-oleh, dan persewaan mobil.

Ini sejalan dengan yang disampaikan Nyoman Suartha dalam bukunya Industri Pariwisata Bali, bahwa komunikasi dalam kegiatan promosi dapat dibagi dalam tiga bagian penting, yaitu : harus ada komunikator yang bertindak sebagai *sender*, harus ada *receiver* yang akan menerima berita dari komunikator dan harus ada alat untuk menyampaikan *message* berupa *channel* yang bertindak sebagai media saluran berita. Dalam hal ini komunikator nya adalah Kementerian Pariwisata yang diwakili oleh Pokdarwis sebagai *user channel* ITX, kemudian calon wisatawan adalah sebagai *receiver* yang membaca pesan Pokdarwis berupa informasi berupa foto/gambar produk wisata, harga dan deskripsi tentang produk tersebut dan terakhir adalah Indonesia Tourism Exchange (ITX) sebagai *channel* atau media yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya.

Untuk mempersiapkan data di dalam ITX, Kementerian Pariwisata melaksanakan pelatihan kepada seluruh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) termasuk Kabupaten Lumajang yang telah diselenggarakan pada Bulan Juli 2017 di Hotel Gajah Mada Lumajang selama 2 (dua) hari.

Masing-masing Pokdarwis sudah membuat akun kemudian melengkapi data-data seperti foto Homestay, entry harga homestay hingga mencantumkan nomor rekening Pokdarwis.

Dalam perjalanan kurun waktu satu tahun setelah diadakannya pelatihan tersebut, belum sekali pun Pokdarwis melakukan updating data di dalam akun ITX itu sendiri, sehingga memerlukan aktivasi ulang dari pusat untuk mengaktifkan kembali akun Pokdarwis yang dari awal sudah terbentuk.

Pemasaran merupakan proses sebuah organisasi atau perusahaan dalam menciptakan sebuah hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen atau pelanggan. Pemasaran juga merupakan gabungan dari seni dan ilmu yang diformulasikan dalam membentuk hubungan yang baik antara konsumen atau pelanggan dengan tujuan organisasi atau perusahaan. (Kotler dan Armstrong, 2008; Kotler dan Keller, 2009).

Mengacu pendapat ahli tersebut, maka pengelolaan akun ITX diperlukan kontinuitas petugas administrator Pokdarwis sehingga data yang ada di dalamnya elalu update dengan kondisi terkini.

KAJIAN PUSTAKA

Revolusi teknologi informasi telah mengubah lanskap dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini sudah terintegrasi dalam dunia digital. Ini merupakan fenomena pergeseran ruang (*spaceshift*) dari ruang *offline* keruang *online*, dari *real-space* menuju *cyber-space*, yang juga diikuti pergeseran paradigma (*paradigmshift*) para anggota dan penggunaannya. Tanpa perubahan para digma atau cara berpikir para penggunaannya, komunikasi pemasaran digital (digital marketing) tidak mungkin berjalan efektif. (Suwatno, 99 : 2017)

METODE PELAKSANAAN

Permasalahan mitra dalam hal ini Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang terutama yang menyangkut promosi melalui Indonesia Tourism Exchange (ITX). Oleh karena itu ketua pengusul melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang memilih metode pemecahan masalah yang dianggap tepat yaitu berupa model pendampingan secara intensif, diskusi dan praktek. Peserta pendampingan yaitu anggota Pokdarwis Arseda divisi pemasaran.

Adanya keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dari peserta pendampingan ini yang merupakan anggota Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang sebagai pengelola Desa Wisata Ranubedali dapat teratasi. Hal ini dikarenakan adanya dukungan, kesediaan dan semangat dari peserta untuk memajukan Desa Wisata Ranubedali. Melalui program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ketua pengusul menawarkan berbagai solusi untuk mengatasi kendala tersebut di atas. Solusi tersebut yaitu dilakukannya pendampingan intensif, diskusi dan praktek yang mampu meningkatkan kapasitas peserta dalam hal ini anggota Pokdarwis Arseda Divisi Pemasaran, yaitu:

- a. Pendampingan Updating data Indonesia Tourism Exchange diikuti oleh 7 (tujuh) anggota Pokdarwis Arseda dan 2 (dua) diantaranya telah mengikuti pelatihan yang telah diselenggarakan Kementerian Pariwisata.
Adapun materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah:
 - 1) Aktivasi halaman administrator berupa rezobx yang dikirim oleh pihak Kementerian di email akun ITX.
 - 2) Diskusi antara admin dengan para pemilik jasa homestay, terkait dengan harga, foto homestay, foto kamar terkini sebagai bahan atau data yang perlu diupdate.
 - 3) Diskusi sesama anggota Pokdarwis terkait dengan produk-produk baru yang akan ditambahkan di ITX.
- b. Sesi diskusi penyusunan produk wisata baru yang akan ditambahkan di ITX, dalam sesi ini peserta melakukan diskusi tentang potensi apa yang belum tersentuh kemudian dikemas menjadi sebuah daya tarik wisata berupa atraksi budaya ataupun atraksi lainnya. Adapun materi yang disampaikan berupa:
 - 1) Membuat deskripsi yang baik dari sebuah produk wisata
 - 2) Mempraktikkan cara mengambil angle foto homestay yang baik
 - 4) Menambahkan data-data baru tersebut di dalam halaman administrator akun ITX.

Gambar 1
Kegiatan Pendampingan Updating Data ITX



HASIL DAN PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan mitra dalam hal ini Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang, maka ketua pengusul kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang telah melaksanakan program kegiatan yang telah disusun. Adapun kegiatan tersebut sebagai berikut :

1. Pendampingan updating data Indonesia Tourism Exchange (ITX) Desa Wisata Ranubedali Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang.

Sebelum melakukan pendampingan, ada beberapa tahapan yaitu melakukan koordinasi dengan ketua Pokdarwis Arseda yaitu Bapak Yoyon yang dilaksanakan tanggal 14 April 2018 pukul 11.00-12.00 WIB. Bertempat di Balai Desa Ranubedali. Tahap selanjutnya penandatanganan kontrak dengan mitra yaitu ketua Pokdarwis Arseda, dilaksanakan tanggal 16 April 2018 pukul 09.00 WIB bertempat di Balai Desa Ranubedali.

Pendampingan dilakukan dua tahapan sebagai berikut:

- a. Pelatihan pertama dilaksanakan tanggal 20 April 2018 bertempat di Balai Desa Ranubedali. Dimulai pukul 09.00 sampai 12.00 WIB. Peserta berjumlah 6 orang. Materi yang disampaikan berupa petunjuk teknis aktivasi Rezobx yang sudah dikirim oleh petugas Kementerian Pariwisata ke email akun Indonesia Tourism Exchange (ITX).
- b. Pelatihan kedua dilaksanakan tanggal 21 April 2018 bertempat di Balai Desa Ranubedali. Dimulai pukul 09.00 sampai 12.00 WIB. Peserta berjumlah 6 orang. Materi yang disampaikan berupa updating data lama dan posting produk-produk baru.

Metode evaluasi terkait dengan konten produk baru yang berupa foto homestay, kesesuaian deskripsi produk serta tata bahas yang digunakan dilakukan secara bergantian dari keenam peserta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang bersama mitra yaitu Pokdarwis Arseda Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang di bagi menjadi tiga kegiatan, yaitu:

- a. Kegiatan diskusi tentang rancangan produk wisata yang baru berdasarkan potensi yang ada dan belum tersentuh kemudian dikemas menjadi produk baru dan ditambahkan dalam daftar produk wisata Pokdarwis Arseda Ranubedali.
- b. Kegiatan updating data produk lama terkait dengan ketentuan harga, waktu ketersediaan produk dan editing deskripsi produk dari segi tata bahasanya sudah berjalan lancar. Kemudian dalam memasukkan ke dalam daftar produk juga berjalan lancar.
- c. Penyusunan jadwal updating data produk secara rutin (setiap bulan).

Adapun saran yang dapat kami sampaikan adalah :

1. Kepada pihak Ketua Pemerintah Desa agar dapat terus memacu semangat Pokdarwis dalam mengembangkan pemasaran objek Wisata Ranu Bedali, khususnya pemasaran secara digital.
2. Kepada Pokdarwis agar selalu meningkatkan profesionalisme dalam mengembangkan system pemasaran secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi 12.Jilid 1.*Jakarta :PenerbitErlangga.
- Kotler, Philip.,dan Keller, Kevin Lane. 2016. *ManajemenPemasaran. Edisi 13.Jilid 1.*Jakarta :PenerbitErlangga.
- Suartha, Nyoman.,dan I GustiGedePurwaSudartha. 2016. *IndustriPariwisata Bali.* Jakarta :Rajawali Pers.
- Suwatno, H., 2017. *KomunikasiPemasaranKontekstual.* Bandung :SimbiosisRekatama Media.

Pengungkapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Kinerja Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Fitrah Annisa Aghnia¹
STIE Widya Gama Lumajang
email :fitrah.Aghnia@Gmail.Com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²
STIE Widya Gama Lumajang
email: pradnyataj@Gmail.Com

Muchamad Taufiq³
STIE Widya Gama Lumajang
email: muchamadtaufiqmh@Gmail.Com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap kinerja saham pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian ini adalah sektor manufaktur dari tahun 2011 - 2015. Metodologi penelitian yang di gunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan menganalisis variabel independent (X) pengungkapan akuntansi lingkungan yang di ukur menggunakan proper dalam memepengaruhi dependen (Y) kinerja saham yang di ukur menggunakan *return* saham. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan akuntansi lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja saham.

Kata Kunci: Pengungkapan akuntansi lingkungan, Kinerja saham.

Abstract

This study aims to determine the effect of disclosure of environmental accounting on stock performance at companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample of this research is the manufacturing sector from 2011 to 2015. The research methodology used is a simple linear regression analysis by analyzing the independent variables (X) of environmental accounting disclosure which is measured using the proper in influencing the dependent (Y) stock performance measured using return stock. The results of this study showed that the disclosure of environmental accounting has a positive effect on stock performance.

Keywords: Disclosure of environmental accounting, Stock performance

PENDAHULUAN

Ketika perusahaan sudah menjalankan bisnisnya, maka kemungkinan perusahaan tersebut berpotensi besar dapat mengeluarkan dampak positif dan negatif. Pada faktanya dampak yang timbul dalam perusahaan terdapat dua bagian yaitu dampak bio-fisika-kimia dan dampak sosial. Peneliti mengambil contoh dari dampak bio-fisika-kimia misalnya pencemaran air, pencemaran udara, kerusakan keaneka ragaman hayati, atau pengurangan cadangan air tanah.

Kompas.com menyatakan bahwa ada empat perusahaan yang menjadi tersangka mencemari sungai citarum, empat perusahaan itu di duga membuang limbah pabriknya langsung ke anak sungai citarum motifnya perusahaan itu membuang limbahnya ke sungai karena tidak memiliki instalasi pengolahan air limbah (IPAL), akibat ulah jail dari sumber daya manusia itu banyak warga yang tinggal disekitaran sungai citarum diresahkan karena airnya berubah warna dan tidak bisa dikonsumsi dalam sehari hari seperti nyuci dan lain-lain. Dari kasus di atas bisa disimpulkan bahwa perusahaan wajib memperhatikan dampak negatif yang di keluarkan, dampak lingkungan merupakan beban terhadap lingkungan dari pengoperasian bisnis perusahaan atau kegiatan manusia lainnya yang secara potensial.

Pengungkapan di bagi menjadi dua karakter yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. pengungkapan akuntansi lingkungan ini masih bersifat sukarela, karena masih belum di atur secara khusus dalam standar akuntansi. Menurut Nursasi (2017:25) Di jelaskan dalam PSAK N0. 1 tahun 2009, paragraf sembilan (9) yang menyatakan perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (Value added statement) khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan

penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel independent yang berkaitan yaitu kinerja saham.

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam karya ilmiah berbentuk Skripsi dengan judul: "Pengungkapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Kinerja Saham Pada Perusahaan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia".

Berdasarkan latar belakang di atas masalah yang dapat di rumuskan sebagai berikut:apakah Pengungkapan akuntansi lingkungan berpengaruh pada kinerja saham (*return* saham).

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Ikhsan (2008:15) mengatakan bahwa akuntansi lingkungan merupakan biaya yang secara langsung berdampak pada perusahaan secara menyeluruh (dalam hal ini disebut dengan istilah "*biaya pribadi*").Kedua, akuntansi lingkungan juga meliputi biaya-biaya individu, masyarakat maupun lingkungan suatu perusahaan yang tidak dapat dipertanggung jawaban.

(Ikhsan,2009:15) dalam Stick et al.(1997) "membuat perbedaan yang jelas di antara akuntansi lingkungan dan konsep klasik dari sumber dasar akuntansi bersama dengan perpektif ekonomi makro. Akutansi lingkungan di definisikan sebagai suatu subjek tentang bagaimana isu-isu lingkungan memengaruhi sub disiplin akuntansi tradisional". Banyak para pakar yang mendefinisikan teori akuntansi lingkungan.

Peneliti menyimpulkan bahwa akuntansi lingkungan merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan atau pemerintah dan biaya tersebut di dapatkan perusahaan atau pemerintah dalam melakukan konservasi lingkungan,kemudian biaya itu di kelompokkan jadi satu kedalam pos-pos lingkungan.

Menurut Ikhsan (2008:134)dalam Chairil dan Ghozali (200) "menjelaskan mengenai keputusan apa yang akan diungkapkan harus didasarkan pada tujuan dasar pelaporan keuangan". Jika tekanannya pada para investor, maka salah satu tujuannya adalah penyajian informasi yang memadai agar dapat dilakukan perbandingan mengenai hasil-hasil yang diharapkan.

Menurut Ikhsan (2008:134) "perbandingan dapat diterapkan dengan dua cara yang berbeda.Pertama adalah untuk memberikan pengungkapan yang cukup mengenai bagaimana angka-angka akuntansi itu di ukur dan dihitung. Cara yang kedua adalah memberi peluang kepada para investor untuk membuat rangkin dari beberapa input ke dalam model keputusan". Masalah yang berkaitan dengan seberapa banyak informasi perlu disajikan dalam laporan keuangan sangat dipengaruhi oleh tujuan pelaporan keuangan (*financial reporting*) tidak terbatas pada isi dari laporan keuangan (*financial statetmenst*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat di artikan secara universal metode kuantitatif dapat diartikan penelitian yang beracuan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Obyek penelitian ini adalah Pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap kinerja saham.Perusahaan yang di gunakan meliputi perusahaan sektor manufaktur yang memiliki proper dari kementerian lingkungan hidup dan kehutanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

Penelitian ini sumber datanya menggunakan data eksternal karena data yang akan diteliti merupakan data yang sudah di publikasikan.

Jenis data yang digunakan adalah jenis data sekunder, yang secara tidak langsung diperoleh peneliti dari media perantara.Data yang di ambil berupa perusahaan Manufaktur yang tercatat di bursa efek indonesia beserta kodenya, dan juga mengambil berupa catatan laporan tahunan yang di didalamnya terdapat *return* saham, dan kedua juga mengambil catatan laporan tahunan yang didalamnya terdapat informasi mengenai catatan rangking proper.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan – perusahaan pada Sektor Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011– 2015 sebanyak 144 perusahaan. Metode dalam pengambilan sampel yang digunakan peneliti ialah *Porpositive Sampling atau Sampling Purpositive* ialah penentuan sampel dengan melalui beberapa pertimbangan tertentu. Dan pertimbangan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor Manufaktur yang memiliki proper dari kementerian lingkungan hidup dan kehutanan.
2. Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara kontinue selama periode penelitian.

Dengan kriteria diatas yang dapat diambil untuk dijadikan sampel yaitu sebanyak 26 perusahaan dari 144 perusahaan, 118 perusahaan dinyatakan tidak masuk dalam kriteria karena tidak memiliki proper dan tidak menerbitkan laporan tahunan secara kontinyu.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*Independence Variable*), variabel bebas yang biasanya di notasikan (X) variabel bebasnya yaitu pengungkapan akuntansi lingkungan yang di ukur menggunakan (proper). Variabel Terikat (*Dependent Variabel*), variabel terikat yang biasanya di notasikan (Y)), pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu kinerja saham yang di hitung menggunakan *return* saham.

Adapun langkah-langkah teknik analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengumpulan data dari Bursa Efek Indonesia. Mengambil data laporan tahunan perusahaan sektor Manufaktur, di dalam laporan tahunan mencari proper dari kementerian lingkungan hidup kehutanan dari tahun 2011-2015, dan mengambil data laporan tahunan perusahaan sektor manufaktur, di dalam laporan tahunan mencari *return* saham dari tahun 2011-2015.
2. Memilah rangking perusahaan sektor manufaktur dari tahun 2011-2015, Selanjutnya membuat tabel peringkat proper dari tahun 2011-2015.
3. Memilah *return* saham perusahaan sektor manufaktur dari tahun 2011 - 2015, Selanjutnya membuat tabel data *return* saham dari tahun 2011-2015.
4. Setelah data terkumpul semua, maka menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, menurut Sanusi (2011:131) regresi linear sederhana terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat / tergantung diberi simbol Y dan variabel kedua yang berupa variabel bebas di beri simbol X. dalam praktiknya peneliti jarang sekali melakukan analisis atau perhitungan dan pengujian koefisien secara manual, di sini peneliti menggunakan program aplikasi statistik yaitu SPSS. Bentuk umum persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika yaitu,:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana

Y = Nilai prediksi dari variabel Y berdasarkan nilai Variabel X

a = Titik potong Y; merupakan nilai bagi Y ketika X = 0.

b = Kemiringan atau slope atau perubahan rata-rata dalam y untuk setiap perubahan dari satu unit X, baik berupa peningkatan maupun penurunan.

X = Nilai Variabel X yang dipilih S.

e = eror

5. Pengujian hipotesis untuk menentukan apakah diterima atau ditolak dan menarik hipotesis. Untuk mendapatkan pengujian hipotesis pengaruh Pengungkapan akuntansi lingkungan di ukur menggunakan (proper) terhadap *return* saham maka dilihat pada tabel Regresi linear sederhana, Menurut sugiyono (356:2015) jika uji t pada variabel pengungkapan akuntansi lingkungan kurang dari 0,05 maka hipotesis pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap *Return* saham diterima atau signifikan atau sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek didalam penelitian ini terdiri dari variabel *independence* atau variabel bebas yaitu pengungkapan akuntansi lingkungan dan variabel *dependent* atau variabel terikatnya ialah *return* saham. Pengungkapan akuntansi lingkungan merupakan jenis pengungkapan sukarela dan pada bahasan ini yang di ambil merupakan pengungkapan informasi data akuntansi lingkungan dari sudut pandang fungsi internal akuntansi lingkungan itu sendiri.

Return saham bisa dilihat di dalam laporan tahunan dan bisa di ukur dengan cara di lihat harga sahamnya. Jika harga investasi sekarang lebih tinggi dari harga investasi periode lalu ini berarti terjadi keuntungan modal (*capital gain*) sebaliknya terjadi kerugian modal (*capital loss*).

Pengungkapan akuntansi lingkungan di ukur menggunakan rangking proper, proper ialah program dari kementerian lingkungan hidup dan kehutanan yang bisa dilihat dan diperoleh melalui data laporan tahunan perusahaan, jadi perusahaan yang mengikuti proper ini akan mendapat apresiasi atau rangking hitam, merah, biru, hijau, dan emas. Rangking perusahaan yang paling bagus mendapat emas sedangkan perusahaan yang paling tidak bagus perilakunya terhadap lingkungan akan mendapatkan rangking hitam. ,sedangkan pada perusahaan yang peneliti teliti ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 26 perusahaan. Berikut adalah nama nama perusahaan manufaktur: 1. INTP, 2. SMCB, 3. SMGR, 4. AMFG, 5. CTBN, 6. GDST, 7. JPRS, 8. KRAS, 9. NIKL, 10. TPIA, 11. UNIC, 12. JAPFA, 13. FASW, 14. INKP, 15. INRU, 16. ASII, 17. AUTO, 18. ULTJ, 19. UNVR, 20. IKBI, 21. KBLI, 22. PTSN, 23. ICBP, 24. INDF, 25. KAEF, 26. KLBF.

Berdasarkan hasil data di pada variabel (X) pengungkapan akuntansi lingkungan yang di ukur menggunakan Ranking Proper menghasilkan data peringkat proper yang paling konsisten

memperoleh proper dari tahun 2011-2015 dengan rata rata 3,43 yaitu pada perusahaan Holcim Indonesia Tbk (SMCB). Dan juga terjadi pada perusahaan yang memperoleh ranking proper tidak kosnsisten seperti halnya di tahun 2011 perusahaan itu meperoleh peringkat yang cukup bagus, tetapi 3 tahun kemudian perusahaan tersebut mengalami penurunan pada rangking proper , pada sampel penelitian ini dari data di perusahaan manufaktur yang memperoleh peringkat tidak konsisten atau buruk perusahaan Unggul Indah Cahaya Tbk (UNIC). Pada variabel (Y) *return* saham yang memperoleh nilai *return* saham tertinggi pada sampel perusahaan manufaktur dari tahun 2011-2015 dengan nilai rata-rata 4,26 ialah perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Perusahaan yang memperoleh hasil return terendah ialah perusahaan Sat Nusa Persada Tbk. (PTSN).

Uji normalitas merupakan syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujiannya menggunakan uji *Kolmogrof – simirnov* (analisis *Explore*) bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Hasil analisis pada penelitian ini, menyatakan bahwa tabel kolmogrov- simirnov pada variabel Independent (X) pengungkapan akuntansi lingkungan yang di ukur menggunakan ranking proper memiliki nilai signifikan 0,425 , Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Metode analisis data dalam penlitian ini menggunakan model analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan dari data hasil anlisis regresi antara variabel independent(X) pengungkapan akuntansi lingkungan dan variabel dependent (Y) kinerja saham di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	B
1 (Constant)	0,594
X	0,546

Sumber : Hasil data yang di olah pada tabel Coeficien

$$Y = 0,594 + 0,546 X + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana diatas, maka-maka masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta a = 0,594 artinya apabila proper nilainya adalah 0, maka return saham nilainya positif sebesar 0,54.
2. Koefisien b = 0,546 artinya apabila proper ditingkatkan, maka return saham akan meningkat sebesar 0,546.

Hipotesis penelitian variabel independent akuntansi lingkungan menggunakan

Model	T	Sig
1 (Constant)	1.807	0,73
X	5.820	0,00

ini menduga bahwa pengungkapan yang di ukur rangking proper

berpengaruh signifikan terhadap kinerja saham yang di ukur menggunakan *return* saham pada tabel berikut:

Tabel 2. Pengujian Hipotesis

Sumber: Hasil data di olah pada tabel coeficient.

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yangterdapat pada tabel 4.7 diatasdiperoleh, $t_{signifikan}, 0,00 > 0,05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($5.820 < 1.65666$). Berdasarkan uji di atas maka dinyatakan bahwa pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap kinerja saham berpengaruh signifikan.

Analisis determinasi dalam regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independet secara serentak terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil analisis data analisis koefisien determinasi pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Tabel Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.457 ^a	.209

Sumber:hasil data di olah pada tabel summary

Berdasarkan data diatas diperoleh angka R^2 sebesar 0,209 (20,9%) hal ini menyatakan bahwa hasil persentase data di atas berkontribusi pengaruh pengungkapan akuntansi lingkungan (rangking proper) terhadap kinerja saham (*return* saham) 20,9% . sedangkan sisanya sebesar 79,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berjudul “Pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap kinerja saham pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang diteliti pada penelitian ini perusahaan sektor pertambangan tahun 2011-2015 sebanyak 26 perusahaan yang menjadi sampel. Pengungkapan akuntansi lingkungan merupakan variabel independent (X) yang di ukur menggunakan rangking proper sedangkan kinerja saham yaitu variabel Dependent (Y). Dan berdasarkan hasil analisis data yang di olah pada aplikasi SPSS Versi 16 dapat disimpulkan sebagai berikut: Jika perusahaan terdaftar mengikuti program ini maka nantinya perusahaan tersebut mendapatkan peringkat proper, ada lima peringkat proper (hitam, merah, biru, hijau dan emas.) yang artinya perusahaan yang mendapatkan peringkat proper hitam berarti perusahaan itu dalam mengatasi pos pos akuntansi lingkungannya sangat jelek. Dan jika perusahaan tersebut mendapatkan nilai emas, maka perusahaan tersebut sudah sangat peduli terhadap mengatasi pos-pos lingkungannya. Sedangkan *return* saham yang disimpulkan peneliti ialah tingkat pengembalian hasil atau hasil yang di diperoleh dalam melakukan transaksi pemeblian saham yang bersifat jangka pendek.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini memebrikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya mencantumkan informasi rangking proper yang diperoleh dari kementerian lingkungan hidup dan kehutanan di dalam laporan tahunan, agar masyarakat mengetahui, bahwa ketika perusahaan mencantumkan rangking proper masyarakat aan berpikir bahwa seberapa besar perusahaan ini telah peduli terhadap biaya-biaya pos lngkungan hidupnya, dan juga ketika rangking proper tersebut dicantumkan di dalam laporan tahunan maka akan menjadi nilai tambah sendiri, dana kemungkinan akan berpengaruh terhadap kenaikan saham perusahaan itu sendiri.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya memasukkan variabel-variabel lain sebagai variabel independent yang bertujuan agar penelitian ini berkembang dan mungking lebih berpengaruh terhadap *return* saham.
3. Penelitian selanjutnya hendaknya mengambil sampel perusahaan yang lebih banyak, tujuannya agar data penelitian selanjutnya menghasilkan data yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana, S., dan Wijayanto, Dwi. 007. *Pengaruh enviromental performance dan enviromental disclosure terhadap economic performance, accounting converce*. Prosedding: Depok.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen keuangan perusahaan dan pasar modal*. Edisi pertama. Jakarta: Mitra wacana media.
- Gumanti. Tatang Ary. 2011. *Manajemen investasi konsep, teori, dan aplikasi*. Edisis asli. Jakarta : Mitra wacana media.
- Hartono, Jogiyanto. 2015. *Teori portofolio dan analisis investasi*. Edisi kesepuluh. Yogyakarta : BPFE.
- Hadi, Nor. 2015. *Pasar modal*. Edisis 2. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Haholongan, Rutinias. 2016. *Kinerja lingkungan dan kinerja keonomi perusahaan manufaktur go public*. Jurnal ekonomi dan bisnis. Volume XIX No. 3 desember 2016.
- Ikhsan, Arfan. 2008. *Akuntansi lingkungan dan pengungkapannya*. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha ilmu.
- .2009. *Akuntansi manajemen lingkungan*. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha ilmu
- Nursasi, Enggar. 2017. *Analisis pengungkapan akuntansi lingkungan terhadap kinerja keuangan dan saham studi kasus pada sektor pertambangan*. Jurnal dinamika dotcom .Vol 8 No.1 januari 2017.
- Subagyo, Pangestu.2010. *Statistika terapan untuk mahasiswa ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: ANDI dan BPFE
- Sugiyono.2015. *Metode penelitian manajemen*. Edisis ke empat. Bandung: Alfabeta.
- .2015. *Metodologi penelitian kombinasi*. Edisi ke tujuh. Bandung: Alfabeta.
- .2015. *Statistik Non Parametris Untuk penelitian*. Edisi ke satu. Bandung: Alfabeta
- Soemohadiwidjojo, Arini. 2017. *KPI key performance indicator perusahaan industri*. Edisi satu. Jakarta: Swadaya grup.
- Taufiq , Muchammad. 2017. *Aspek hukum dalam ekonomi*. Edisi ke satu. Malang: Media nusa creative.

Utami, Rizky. 2008. *Pengaruh pengungkapan lingkungan terhadap kinerja keuangan dan kinerja saham, program studi akuntansi*. Skripsi. Tidak diterbitkan di UIN Syarif Hidayatullah : Jakarta.

Utami, Wiwik. 2007. *Kajian empiris hubungan kinerja lingkungan, kinerja keuangan, kinerja pasar*. *Accounting conference faculti of economic universitas indonesi* :Depok

[.kompas.com/read/2018/02/01/14551461/cemari-sungai-citarum-4-perusahaan-tekstil-di-jabar-ditutup- sementara](http://www.kompas.com/read/2018/02/01/14551461/cemari-sungai-citarum-4-perusahaan-tekstil-di-jabar-ditutup- sementara).

<http://www.idx.co.id/>.

**Pengaruh *Nopat* Dan *Goodwill* Terhadap Nilai Tambah Ekonomis (*EVA*)
Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016**

Muhammad Fadhil Ibrahim¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: fadhilbrahim288@gmail.com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²
STIE Widya Gama Lumajang
email: pradnyataj@gmail.com

Muchamad Taufiq³
STIE Widya Gama Lumajang
email: muchamadtaufiqmh@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh goodwill terhadap nilai tambah ekonomis (*EVA*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *NOPAT* dan *goodwill* terhadap nilai tambah ekonomis (*EVA*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *sampling purposive* dengan kriteria-kriteria tertentu. Sampel terpilih yaitu 14 perusahaan manufaktur dengan populasi 147 perusahaan manufaktur. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *NOPAT* berpengaruh signifikan terhadap *EVA* sedangkan goodwill tidak berpengaruh terhadap *EVA*. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh *NOPAT* dan *goodwill* terhadap nilai tambah ekonomi (*EVA*). Sedangkan variabel lain yang memengaruhi nilai tambah ekonomi (*EVA*) dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata kunci: *NOPAT, goodwill, EVA*

ABSTRACT

This research is based on the different of previous research result about the influence of goodwill on economic value added (EVA). This study aims to analyze the effect of NOPAT and goodwill on economic value added (EVA) in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2014-2016. Method of sampling this research use purposive sampling with certain criterion. Selected samples are 14 manufacturing companies with a population of 147 manufacturing companies. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. The results showed that NOPAT had significant effect on EVA while goodwill had no effect on EVA. The limitation of this study is to examine the effect of NOPAT and goodwill on economic value added (EVA). While other variables that influence economic value added (EVA) can be examined by further researchers.

Keywords: *NOPAT, goodwill, EVA*

PENDAHULUAN

Ekonomi yang semakin berkembang saat ini banyak bermunculan berbagai perusahaan baru yang bergerak pada bermacam-macam sektor, sehingga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Tanggung jawab perusahaan bukan hanya kepada pihak pemilik saja, melainkan kepada semua pihak yang mempunyai kepentingan. Segala kebijakan yang ada di perusahaan harus mempertimbangkan dampaknya kepada stakeholder. Pada saat ini, memaksimalkan laba sudah tidak relevan lagi, memaksimalkan nilai suatu perusahaan adalah tujuan yang sangat relevan dalam era persaingan yang sangat ketat ini, terutama perusahaan-perusahaan yang sudah go public. Maka manajemen perusahaan harus mampu bersaing dan menunjukkan kemampuan kinerja yang baik, agar bisa menarik para penanam modal untuk berinvestasi kepada perusahaan. Analisis keuangan bergantung pada informasi yang diberikan oleh laporan keuangan perusahaan.

Pengukuran kinerja tersebut dilakukan untuk tolak ukur keberhasilan perusahaan dan juga untuk mengevaluasi kelemahan perusahaan. Pengukuran kinerja tergantung pada aspek apa yang akan diukur. Pengukuran kinerja harus mencerminkan apa yang akan diukur, jangan sampai mengukur

sesuatu menggunakan tolak ukur yang bukan merupakan tolak ukur sebenarnya. Untuk mengukur kinerja perusahaan, dapat dilakukan dengan metode analisis rasio keuangan yang terdiri dari rasio profitabilitas, *leverage*, aktivitas, dan likuiditas.

Karena tujuan keputusan keuangan bagi perusahaan yang terdaftar di pasar modal adalah untuk meningkatkan harga saham atau nilai perusahaan, maka perlu menghubungkan informasi tersebut dengan harga saham. Para analisis keuangan mengembangkan dua indikator kinerja, yaitu *Market Value Added (MVA)* dan *Economic Value Added (EVA)*.

Pengukuran kinerja berhubungan dengan nilai tambah adalah pengukuran kinerja berdasarkan nilai tambah ekonomis (*economic value added*) yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja berdasarkan *Economic Value Added (EVA)* akan memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil kebijakan dan strategi yang dapat menciptakan nilai tambah secara ekonomis. Bagi manajemen dapat dikatakan berhasil jika dapat menciptakan nilai tambah secara ekonomis.

Chan (2001:5), yang menyatakan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara goodwill impairment loss yang dilaporkan terhadap nilai pasar, bahwa goodwill impairment loss ini dirasakan oleh investor secara andal untuk mengukur dalam penilaian perusahaan mereka. Hal ini juga didapatkan oleh penelitian Febriaty (2012:85) menyatakan bahwa goodwill impairment loss berpengaruh negatif signifikan terhadap EVA perusahaan.

Penelitian Harit & Youssef (2017) menunjukkan bahwa goodwill tingkat tinggi memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan besar. Tingkat goodwill yang tinggi diterjemahkan ke dalam tingkat kinerja yang tinggi. Namun, di perusahaan kecil, goodwill tidak terbukti berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Hasil yang sama juga didapatkan pada penelitian McLaren (2005:23) bahwa MVA berkaitan dengan EVA, dapat dianggap sebagai nilai pasar dari perusahaan, dan secara alternatif, MVA adalah nilai sekarang pada EVA di masa akan datang yang dikurangkan dengan biaya modal rata-rata tertimbang dan MVA berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Berdasarkan perbedaan tersebut, perlu adanya menguji kembali apakah benar *goodwill* dan *NOPAT* berpengaruh atau justru tidak memberikan pengaruh pada nilai tambah ekonomis perusahaan yang menjadi salah satu acuan pihak penyedia dana menilai kinerja keuangan sebuah perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *NOPAT* dan *goodwill*. Berdasarkan uraian latar belakang ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "Pengaruh *NOPAT* dan *Goodwill* Terhadap Nilai Tambah Ekonomis (*EVA*) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2014-2016".

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Nilai Tambah Ekonomi (*EVA*)

Husnan (2015:72) menyatakan bahwa *EVA* menunjukkan ukuran yang baik sejauh mana perusahaan telah memberikan tambahan nilai kepada pemilik perusahaan. Dengan kata lain, apabila manajemen memusatkan diri pada *EVA*, maka mereka akan mengambil keputusan-keputusan keuangan yang akan memberikan tambahan nilai bagi pemilik perusahaan. Wijoyo (2017:75) menuliskan metode *EVA* adalah pendekatan baru dalam menilai kinerja perusahaan secara adil yang memperhatikan sepenuhnya para penyandang dana dalam hal kepentingan, harapan dan derajat keadilan, yang diukur dengan mempergunakan ukuran tertimbang struktur modal.

Pengertian tersebut dapat diketahui bahwa salah satu kriteria perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki *EVA* bernilai positif dan tinggi. *EVA* positif menunjukkan bahwa perusahaan itu memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai (keuntungan) dalam kegiatan operasinya, dan hal ini seharusnya dijadikan tolak ukur untuk menentukan bagaimana sebenarnya kinerja perusahaan itu oleh investor.

EVA dan *MVA*

Husnan (2015:70) menyatakan bahwa tujuan utama dari keputusan-keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang terdaftar di bursa, harga saham bisa dipergunakan sebagai acuan. Kemakmuran pemegang saham dapat dimaksimalkan dengan memaksimalkan perbedaan antara nilai pasar ekuitas dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh pemegang saham. Perbedaan ini disebut *Market Value Added (MVA)*.

Economic Value Added atau *Market Value Added* digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajerial sebagai bagian dari program kompensasi intensif, *EVA* adalah ukuran yang umum digunakan. Alasan pertama, *EVA* menunjukkan nilai tambah yang terjadi selama suatu tahun tertentu, sedangkan *MVA* mencerminkan kinerja perusahaan sepanjang hidupnya, bahkan mungkin termasuk masa-masa sebelum manajer yang ada sekarang dilahirkan. Kedua, *EVA* dapat diterapkan pada

masing-masing divisi atau unit-unit yang lain dari sebuah perusahaan besar, sedangkan *MVA* harus diterapkan untuk perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Wijoyo & Hadri (2017:78) untuk melihat apakah dalam perusahaan telah terjadi *EVA* atau tidak, dapat ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Nilai *EVA* > 0 atau *EVA* bernilai positif.
Pada posisi ini telah terjadi nilai tambah ekonomis pada perusahaan, sehingga semakin tinggi *EVA* yang diciptakan maka harapan para penyandang dana dapat terpenuhi dengan baik, yaitu mendapatkan pengembalian investasi yang sama atau lebih dari yang diinvestasikan dan kreditor mendapatkan bunga. Keadaan ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil menciptakan nilai tambah ekonomis bagi perusahaan sehingga menunjukkan bahwa kinerja keuangannya baik.
- 2) Nilai *EVA* = 0
Posisi ini memiliki makna bahwa manajemen perusahaan berada pada titik impas karena semua keuntungan telah dipakai untuk membayar kewajiban kepada penyandang dana baik kreditor dan pemegang saham.
- 3) Nilai *EVA* < 0 atau *EVA* bernilai negatif.
Pada nilai ini berarti tidak terjadi proses pertambahan nilai ekonomis bagi perusahaan. Karena keuntungan yang dihasilkan tidak dapat mencukupi harapan para penyandang dana terutama pemegang saham yaitu tidak memperoleh pengembalian yang sesuai dengan investasi yang telah diinvestasikan dan kreditor tetap mendapatkan bunga.

Economic Value Added menyediakan suatu pengukuran tahunan dari kinerja penciptaan nilai (*valuecreation*), oleh karena itu setiap perusahaan tentu mengharapkan *EVA* naik, karena *EVA* adalah tolak ukur fundamental dari tingkat pengembalian modal. Ada tiga cara untuk menaikkan nilai perusahaan, yaitu:

- 1) Tingkatan keuntungan tanpa menggunakan tambahan modal sudah merupakan metode yang sangat populer.
- 2) Melakukan terobosan dan inovasi yang dapat mengurangi biaya tanpa mengurangi kualitas
- 3) Melakukan investasi pada proyek dengan tingkat pengembalian tinggi.

Net operating profit after tax (NOPAT)

Net operating profit after tax adalah laba operasional setelah dikurangi pajak dan merupakan imbal hasil atau return dari total modal yang diinvestasikan (Suripto, 2015:63). *NOPAT* adalah cara terbaik untuk mengukur unit penghasil kas (*cash generated*). *NOPAT* bisa diketahui dari selisih antara pendapatan dengan depresiasi dan biaya operasional yang di dalamnya termasuk biaya pajak (Febriaty 2014:30).

Goodwill

Febriaty (2014:30) menuliskan dalam jurnal bahwa *goodwill* adalah angka residu, nilai dari seluruh sinergi dari suatu usaha yang berjalan yang tidak dapat diidentifikasi secara spesifik dengan faktor tak berwujud lainnya, diakui hanya ketika ia dibeli sebagai bagian dari akuisisi perusahaan lain. *Goodwill* adalah salah satu unsur dari perusahaan, termasuk dalam kelompok benda bergerak tak bertubuh atau benda yang bersifat immaterial. *Goodwill* adalah pengertian tentang kemajuan perusahaan dan bukan kemunduran perusahaan (Taufiq 2017:35). Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *Goodwill* timbul dari selisih nilai yang dibayarkan dalam akuisisi dengan nilai pasar perusahaan yang diakuisisi dan diklasifikasikan sebagai bagian dari *intangible asset*.

Penelitian Terdahulu

Hasil pengujian dari beberapa para penelitian terdahulu bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Harit Satt, Youssef Chetioui (2017)	<i>Does Goodwill Improve Firm Performance ? Evidence from The Mena Region</i>	Variabel dependen: <i>Economic Value Added</i> Variabel independen: <i>goodwill, size, leverage, PoR, dan Volatility</i>	<i>Goodwill</i> berpegaruh positif dan signifikan pada <i>EVA</i> tetapi hanya pada perusahaan besar, sedangkan pada perusahaan kecil bernilai negatif terhadap <i>EVA</i> .
2.	Ninis Megawati	Pengaruh <i>Goodwill</i> dan	Variabel dependen: Nilai Perusahaan	<i>Goodwill</i> tidak berpengaruh

	(2016)	<i>Intellectual capital</i> terhadap nilai perusahaan	Variabel independen: <i>goodwill</i> dan <i>Intellectual capital</i>	terhadap nilai perusahaan. <i>Intellectual capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	Artha Febriaty (2014)	Pengaruh NOPAT, Biaya Modal, dan <i>Goodwill Impairment Loss</i> Terhadap Nilai Tambah Ekonomis Perusahaan yang Terdaftar di BEI	Variabel dependen: <i>Economic Value Added</i> Variabel independen: NOPAT, biaya modal, dan <i>goodwill impairment loss</i>	NOPAT dan biaya modal memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan dengan nilai tambah perusahaan. Sedangkan <i>goodwill impairment loss</i> menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap nilai tambah ekonomis perusahaan.
4.	Naser M. Abu Ghazaleh, Osama M. Al-Hares, Ayman E. Haddad (2012)	<i>The Value Relevance of Goodwill Impairments: UK Evidence</i>	Variabel dependen: <i>Market value of equity</i> Variabel independen: <i>book value of equity, pretax profit carrying value of goodwill, dan goodwill impairment loss</i>	<i>Book value, pretax profit, dan carrying value of goodwill</i> memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh secara signifikan dengan <i>market value</i> . Sementara itu, <i>goodwill impairment loss</i> menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap <i>market value of equity</i>
5.	Nunung Nuryani, Ilham Samsudiono (2014)	Pelaporan Kerugian Penurunan Nilai <i>Goodwill</i> serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependen: pelaporan kerugian penurunan nilai <i>goodwill</i> dan nilai saham Variabel independen: <i>leverage, pemerataan laba, dan perubahan penjualan</i>	Kerugian penurunan nilai <i>goodwill</i> menunjukkan nilai negatif terhadap nilai perusahaan.

6.	Suripto (2011)	<i>Model Penciptaan Nilai Tambah Ekonomi dan Nilai Perusahaan</i>	Variabel dependen: nilai perusahaan dan nilai tambah ekonomi Variabel independen: biaya modal, struktur modal, ekonomi makro, karakteristik perusahaan.	Struktur modal, biaya modal, dan ekonomi makro berpengaruh positif terhadap nilai tambah ekonomi dan nilai perusahaan.
----	----------------	---	--	--

Sumber: Penulis, 2018

Pengajuan Hepotesis

Dari penjelasan berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian dan hubungan antar variabel maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *NOPAT* berpengaruh signifikan terhadap *EVA*

H2 : *Goodwill* tidak berpengaruh terhadap *EVA*

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi pada penelitian ini ialah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 -2016. Jumlah populasi penelitian ini adalah 148 perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penelitian tentukan, oleh karena itu peneliti memakai teknik *purposive sampling* dengan menentukan kriteria-kriteria khusus yang perlu dipenuhi untuk sampel - sampel yang harus dipenuhi untuk sampel-sampel yang digunakan.

Kriteria dalam pengambilan sampel ditentukan sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan lengkap selama periode pengamatan
2. Perusahaan mengalami laba selama periode pengamatan
3. Perusahaan yang memiliki *goodwill* di neraca dalam laporan keuangannya selama periode pengamatan

Tabel 2. Teknik Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016	147
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan lengkap selama periode pengamatan	(15)
3.	Perusahaan mengalami rugi pada periode pengamatan	(56)
4.	Perusahaan yang tidak memiliki <i>goodwill</i> di neraca dalam laporan keuangannya.	(62)
Sampel Terpilih		14

Sumber: Penulis, 2018

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dokumentasi, yaitu dengan cara pencatatan sistematis terhadap perilaku subjek tanpa adanya komunikasi dengan subjek yang bersangkutan. Data diperoleh dari dokumen laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terkumpul di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016.

Definisi Operasional Variabel

1. *EVA* (Y)

Nilai *EVA* bisa didapat dengan mengurangi *return on invested capital* dengan biaya modal rata-rata tertimbangnya, kemudian dikali dengan *invested capital* perusahaan.

Rumusnya yaitu:

$$EVA = (ROIC - WACC) \times IC$$

Dimana

EVA	= Nilai tambah ekonomis
ROIC	= <i>Return on invested capital</i>
WACC	= Biaya modal rata-rata tertimbang
IC	= <i>Invested Capital</i>

Biaya modal rata-rata tertimbang dapat dihitung dengan cara :

$$WACC = (1 - t_c) R_d \frac{D}{(D + E_L)} + R_e \frac{E_L}{(D + E_L)}$$

Dimana :

R_d	: Biaya Hutang
t_c	: Tarif pajak perusahaan
D	: Total Hutang
E_L	: Total Ekuitas
R_e	: Biaya Ekuitas
WACC	: Weighted Average Capital Cost

Invested capital adalah total hutang dan ekuitas dikurangi dengan kewajiban lancar. Yang dirumuskan sebagai berikut:

Total Hutang	xxx
Ekuitas	xxx
Kewajiban lancar	(xxx)
Invested Capital	xxx

2. NOPAT (X1)

Net operating profit after tax (NOPAT) adalah laba operasional setelah dikurangi pajak dan merupakan imbal hasil atau return dari total modal yang diinvestasikan. NOPAT adalah cara terbaik untuk mengukur unit penghasil kas (cash generated). NOPAT dihitung dengan menggunakan rumus penentuan EVA oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

$$NOPAT = \text{Laba Usaha sebelum Bunga dan Pajak} \times (1 - \text{tax rate})$$

3. Goodwill (X2)

Goodwill timbul dari selisih nilai yang dibayarkan dalam akuisisi dengan nilai pasar perusahaan yang diakuisisi dan diklasifikasikan sebagai bagian dari *intangible asset*.

$$Goodwill = \text{Jumlah goodwill tercatat}$$

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode-metode statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum, dan standar deviasi. Statistik deskriptif juga menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang mudah dipahami.

Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier regresi linier berganda. Analisis statistik yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS dan *Microsoft Excel*. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= Nilai Tambah Ekonomis (<i>EVA</i>)
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Variabel X_1, X_2
X_1	= <i>NOPAT</i>
X_2	= <i>Goodwill</i>
e	= <i>Error</i>

Sebelum data tersebut di analisis, model regresi diatas harus memenuhi syarat asumsi klasik yaitu

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas merupakan data yang harus berdistribusi normal untuk variabel *NOPAT* dan *goodwill* maka penelitian ini menggunakan uji kolmogorov terhadap model yang diuji dengan ketentuan:

1. Apabila signifikansi > 0.05 data dikatakan bahwa *NOPAT* dan *goodwill* berdistribusi normal

2. Apabila signifikansi < 0.05 data dikatakan NOPAT dan *goodwill* tidak berdistribusi normal
2. Uji Heteroskedastisitas
Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode glejser dengan cara menyusun regresi anantara lain absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
3. Uji Autokorelasi
Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson* (d).hasil perhitungan *Durbin-Watson* (d) dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k.
4. Uji Multikolinieritas
Pendektesian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance-Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi.Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.

Uji koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (multiple coefficient of determination) dari persamaan regresi yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) nilai tambah ekonomi (EVA) yang dijelaskan oleh variabel bebas (X) NOPAT dan goodwill. Koefisien kolerasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear diantara dua variabel (NOPAT dan goodwill), nilainya dapat negative atau positif. Sementara itu, R adalah koefisien kolerasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) nilai tambah ekonomi (EVA) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R²) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (NOPAT dan goodwill).

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan mengasumsikan variabel lain adalah konstan. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t yaitu melihat tabel yang terdapat pada SPSS dengan standar signifikansi $\alpha = 5\%$ sehingga dapat ditarik kesimpulan:

1. Jika signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
EVA	42	20.39	28.93	25.0598
NOPAT	42	24.68	30.78	27.7638
Goodwill	42	0	29.01	24.7095
Valid N (listwise)	42			

Sumber : *Output SPSS 16* (Data diolah penulis, 2018)

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai rata-rata EVA adalah 25,0598. Nilai maksimum dari EVA sebesar 28,93 dan nilai minimum sebesar 20,39. Nilai rata-rata variabel NOPAT adalah 27,7638. Nilai maksimum dari NOPAT sebesar 30,78 dan nilai minimum sebesar 24,68. Nilai rata-rata dari variabel goodwill adalah 24,7095. Nilai maksimum dari goodwill sebesar 29,01 dan nilai minimum sebesar 0.00.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

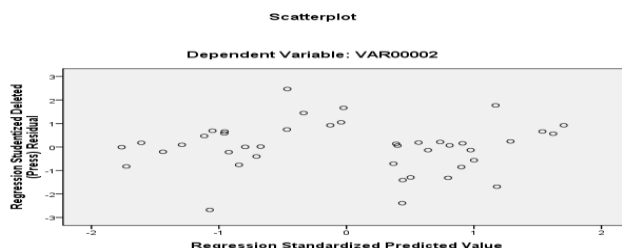
	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	.513	Berdistribusi normal

Sumber : *Output SPSS 16* (Data diolah penulis, 2018)

Pada tabel tersebut dapat dinyatakan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,513. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data variabel yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal karena nilai nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar tersebut dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model



regresi karena titik-titik gambar menyebar dan tidak membentuk suatu pola.
 Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.775

Sumber : Output SPSS 16 (Data diolah penulis, 2018)

Tabel Durbin-Watson dengan $\alpha = 0,05$ dan variabel independen 2, menghasilkan nilai dL sebesar 1,4073 dan dU sebesar 1,6061. Sehingga nilai uji berada di $1,6061 < 1,775 < 2,225$. Hal ini menunjukkan bahwa pada persamaan regresi tidak terdapat autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

	VIF	Keterangan
NOPAT	1.148	Tidak Multikolinearitas
Goodwill	1.148	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Output SPSS 16 (Data diolah penulis, 2018)

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai nilai VIF dari variabel independen yaitu NOPAT sebesar 1,148 dan goodwill sebesar 1,148 menunjukkan nilai kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

	Adjusted R Square	Keterangan
1	.583	58,3%

Sumber : Output SPSS 16 (Data diolah penulis, 2018)

Berdasarkan hasil tabel di atas menjelaskan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,583 yang berarti variabel NOPAT dan goodwill berpengaruh terhadap EVA sebesar 58,3% sedangkan sisanya sebesar 41,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.589	3.084	
NOPAT	.804	.119	.732
Goodwill	.046	.047	.106

Sumber : Output SPSS 16 (Data diolah penulis, 2018)

Tabel di atas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = 1,589 + 0,732 (X1) + 0,106 (X2) + e$$

Koefisien regresi X1 sebesar 0,732 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1%, NOPAT akan meningkatkan EVA sebesar 73,2%. Dan sebaliknya, jika NOPAT turun sebesar 1%, maka EVA akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 73,2% dengan anggapan X2 tetap.

Koefisien regresi X2 sebesar 0,106 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1%, goodwill akan meningkatkan EVA sebesar 10,6%. Dan sebaliknya, jika goodwill turun

sebesar 1%, maka EVA akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 10,6% dengan anggapan X1 tetap.

Uji Hipotesis (Uji Parsial)

**Tabel 9. Uji Hipotesis (Uji Parsial)
Coefficients^a**

Model	T	Sig.	Keterangan
NOPAT	6.771	.000	Signifikan
Goodwill	.984	.331	Tidak signifikan

Sumber : Output SPSS 16 (Data diolah penulis, 2018)

Tabel hasil uji-t di atas menunjukkan bahwa nilai t dari NOPAT sebesar 6,771 dengan signifikansi 0,00 dan berada lebih kecil dari 0,05, maka H1 diterima, hal ini berarti bahwa NOPAT mempengaruhi EVA secara signifikan. Sementara itu, goodwill memiliki nilai t sebesar 0,984 dengan signifikansi 0,331 dan berada lebih besar dari 0,05, maka H2 ditolak, hal ini berarti bahwa goodwill tidak berpengaruh signifikan terhadap EVA.

Pembahasan

Pengaruh NOPAT terhadap Nilai Tambah Ekonomis (EVA)

Nilai tambah tercipta apabila perusahaan memperoleh keuntungan lebih tinggi daripada biaya modal perusahaan. Keuntungan berhubungan dengan besaran pendapatan perusahaan. Namun, perusahaan yang memiliki pendapatan tinggi belum tentu menghasilkan EVA yang tinggi pula karena terdapat perusahaan dengan pendapatan tinggi menghasilkan EVA negatif. *Net operating profit after tax (NOPAT)* adalah laba operasional setelah dikurangi pajak dan merupakan imbal hasil atau return dari total modal yang diinvestasikan. *NOPAT* adalah cara terbaik untuk mengukur unit penghasil kas (*cash generated*). Dalam uji t didapatkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00. Maka dapat disimpulkan bahwa NOPAT berpengaruh signifikan terhadap EVA. Hasil pengujian ini dapat membuktikan pengajuan hipotesis yang menunjukkan NOPAT berpengaruh terhadap EVA. Maka, jika suatu perusahaan memiliki nilai NOPAT yang tinggi maka semakin tinggi pula EVA perusahaan, sedangkan jika perusahaan memiliki nilai NOPAT rendah maka akan rendah pula nilai EVA perusahaan. Dalam penelitian juga didapatkan hasil prediksi setiap penambahan 1% NOPAT akan meningkatkan EVA sebesar 73,2%. Dan sebaliknya, jika NOPAT turun sebesar 1%, maka EVA akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 73,2% . Hal ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk manajemen perusahaan dalam menghasilkan nilai EVA perusahaan sehingga akan mudah untuk menarik investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Febriaty (2014) yang menyatakan bahwa NOPAT berpengaruh terhadap EVA.

Pengaruh Goodwill terhadap Nilai Tambah Ekonomis (EVA)

Goodwill timbul dari selisih nilai yang dibayarkan dalam akuisisi dengan nilai pasar perusahaan yang diakuisisi dan diklasifikasikan sebagai bagian dari *intangible asset*. *Goodwill* merupakan bukan beban yang mempengaruhi kas, tidak mempengaruhi pajak, dan bukan item operasional perusahaan, maka *goodwill* dianggap tidak relevan dengan EVA, yang pada hakikatnya berfungsi sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai. Dalam hasil penelitian ini, uji t didapatkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,331. Maka dapat disimpulkan bahwa goodwill tidak berpengaruh signifikan terhadap EVA. Hasil pengujian ini dapat membuktikan pengajuan hipotesis yang menunjukkan goodwill tidak berpengaruh terhadap EVA. Maka, jika suatu perusahaan memiliki nilai goodwill yang tinggi maka belum tentu nilai EVA perusahaan tinggi. Hal ini disebabkan bahwa goodwill tidak dapat mempengaruhi atas perubahan laba bersih, pajak, dan bukan beban operasional. Karena goodwill nilai residu yang terjadi saat akuisisi perusahaan. Sehingga goodwill tidak berpengaruh pada perubahan nilai EVA perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Febriaty (2014), Chan (2001), dan Ghazaleh (2012) yang menyatakan bahwa goodwill tidak berpengaruh terhadap EVA.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan 42 sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk meneliti pengaruh NOPAT dan goodwill terhadap nilai tambah ekonomis (EVA) perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. NOPAT berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah ekonomis (EVA) perusahaan.
2. Goodwill tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah ekonomis (EVA) perusahaan.

Saran

Penelitian ini memiliki permasalahan dalam pemilihan sampel yang kemungkinan kurang tepat, variabel yang kurang tepat, serta periode pengamatan yang dilakukan dalam penelitian. Oleh karena itu, diharapkan agar penelitian selanjutnya :

1. Obyek pengamatan selanjutnya tidak hanya dalam kategori perusahaan manufaktur tetapi dapat menamabah perusahaan non manufaktur sehingga jumlah sampel semakin luas.
2. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan periode waktu pengamatan serta menambah variabel yang mungkin berpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, Anastasia dan Lilis Setiwati. 2017. *Akuntansi Keuangan Menengah Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Terbaru*. Erlangga: Jakarta.
- Febriaty, Artha. 2014. *"Pengaruh NOPAT, Biaya Modal Dan Goodwill Impairment Loss Terhadap Nilai Tambah Ekonomis Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI"*. Skripsi. Medan: Universitas Sumetra Utara.
- Ghazaleh, Naser M. et al, 2012. *"The Value Relevance of Goodwill Impairments: UK Evidence"*. International Journal of Economics and Finance, Volume 4 Nomor 4, hal 206-216.
- Giri, Efraim Ferdinan. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah: Prepektif IFRS*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Halim, Abdul. 2015. *Manajemen Keuangan Bisnis: Konsep dan Aplikasinya*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Harisson, Walter T. dkk. 2011. *Akuntasni Keuangan: Internasional Financila Reporting Standar-IFRS Edisi Delapan Jilid Satu*. Erlangga: Jakarta.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Megawati, Ninis. 2016. *"Pengaruh Goodwill Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nuryani, Nunung. dkk. 2014. *"Pelaporan Kerugian Penurunan Nilai Goodwill Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusaha"*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, hal, 508-524.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 1*. STIE Widya Gama: Lumajang.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, dkk. 2018. *Cultural CSR IN Perceptions of Cultural Preservation Osing*. Jurnal. Sinergi Vol. 8 No.1, March 2018.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 20/POJK.04/2016 Tentang Perizinan Perusahaan Yang Melakukan Kegiatan Usaha Sebagai Penjamin Emisi Efek Dan Perantara Perdagangan Efek.
- Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan (PSAK) No.22 Tentang Pencatatan Goodwill.
- Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan (PSAK) No.48 Tentang Penurunan Nilai Asset.
- Rahmawati. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Satt, H., Chetoui, Y. 2017. *"Does Goodwill Improve Firm Performance? Evidence From The Mena Region"*. Jurnal.Risk governance & control: financial markets & institutions, 7(2), 108-115.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sunjoyo.dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta: Bandung.
- Suripto. 2011. *"Model penciptaan Nilai Tambha Ekonomi Dan Nilai Perusahaan"*.Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.15, No.3 Sochib. 2016. *Good Corporate Governance: Manajemen Laba & Kinerja Keuangan*. CV Budi Utama: Yogyakarta.
- Suripto. 2015. *Manajemen Keuangan Strategi: Penciptaan Nilai Perusahaan Melalui Pendekatan EVA*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Taufiq, Muchamad. 2012. *Urgensi Pengawasan Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Di Era Otonomi Daerah*. Junal Wiga Vol.2 No.2, September 2012 ISSN NO 2088-0994.
- Taufiq, Muchamad. 2017. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi*. Media Nusa Creative: Malang.
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Pasar Modal.
- Wijoyo, Gendro dan Hadri Kusuma.2017. *Manajemen Keuangan Lanjutan Berbasis Corporate Value Creation*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta. September 2011, hlm.392-404.
- www.idx.co.id. diakses pada 22 Februari 2018.

Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016)

Merlin Mayang Sari¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: merlinmayangsari3130@gmail.com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²
STIE Widya Gama Lumajang
email: pradnyataj@gmail.com

Muchamad Taufiq³
STIE Widya Gama Lumajang
email: muchamadtaufiqmh@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penentuan sampel menerapkan metode *purposive sampling* sehingga memperoleh sampel terpilih sebesar 51 perusahaan dari 144 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 sampai 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda melalui SPSS 16 dan *path analysis* yang menganalisis variabel independen berupa *leverage*, profitabilitas dan variabel intervening yaitu *voluntary disclosure* dalam mempengaruhi variabel dependen yakni *earnings response coefficient* (ERC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *voluntary disclosure* (b) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) (c) *voluntary disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) (d) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *voluntary disclosure* (e) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) (f) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) melalui *voluntary disclosure* (g) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) melalui *voluntary disclosure*.

Keywords : *Leverage, Profitabilitas, Voluntary Disclosure, Earnings Response Coefficient*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of leverage, profitability and voluntary disclosure to earnings response coefficient (ERC) in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Determination of sample applying purposive sampling method so as to get the selected sample of 51 companies from 144 manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange 2014 to 2016. The research method used is multiple linear regression analysis through SPSS 16 and path analysis that analyze independent variables such as leverage, profitability and intervening variable is voluntary disclosure in influencing the dependent variable that is earnings response coefficient (ERC). The results showed that (a) leverage had significant effect on voluntary disclosure (b) leverage had significant effect to earnings response coefficient (c) voluntary disclosure did not significantly influence earnings response coefficient (d) profitability had no significant effect on voluntary disclosure (e) profitability has no significant effect on earnings response coefficient (ERC) (f) leverage significantly influence earnings response coefficient (ERC) through voluntary disclosure (g) profitability has a significant effect on earnings response coefficient (ERC) through voluntary disclosure.

Keywords : *Leverage, Profitability, Voluntary Disclosure, Earnings Response Coefficient*

PENDAHULUAN

Pada era *information age* saat ini, pasar modal termasuk dalam *alternative* sumber perolehan dana yang semakin hari semakin dipandang oleh para investor, hal ini berkesinambungan dengan dampak gejolak ekonomi global yang mempengaruhi dunia pasar modal tersebut. Pasar modal yang merupakan wadah bagi pihak perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya, dan

tempat berinvestasi jangka panjang oleh pihak investor. Peran investor dalam bertransaksi di lingkup pasar modal menjadi akibat dari maraknya perkembangan dunia pasar modal. Dengan demikian perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas informasi yang diperoleh seiring dengan perkembangan pasar modal yang sangat melejit tersebut, hal ini dikarenakan para investor memerlukan informasi untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan serta lebih selektif berinvestasi di dalam dunia pasar modal. Dengan adanya informasi yang relevan, maka hal ini dapat berimbas pada perubahan harga sekuritas di dalamnya. Salah satu produk informasi yang diharapkan berkualitas oleh investor yakni laporan keuangan, dimana laporan keuangan ini dapat memberikan informasi yang mencerminkan kondisi keuangan dan kinerja suatu perusahaan pada periode tertentu. Melihat betapa pentingnya peranan dari laporan keuangan, maka pihak manajemen wajib untuk melaporkan laporan *financial* sebagai sarana pertanggungjawaban kepada pihak yang diluar perusahaan yang ingin mengetahui bagaimana kondisi keuangan perusahaan.

Laporan laba rugi menjadi salah satu bagian laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan dan menjadi sumber informasi yang sangat dibutuhkan bagi pihak investor, hal ini dikarenakan kandungan informasi tentang hasil kinerja perusahaan selama periode tertentu berada dalam laporan laba rugi. Indikator keberhasilan atau kegagalan perusahaan menjalankan operasinya ini tercermin dari kandungan informasi laba yang dapat diketahui dari laporan laba rugi tersebut, sehingga sering sekali laporan laba rugi dijadikan dasar bagi investor guna mengambil keputusan. (Jumingan, 2014:4) berpendapat bahwa laporan laba rugi menjelaskan hasil yang didapatkan dari kegiatan transaksi penjualan jasa atau barang maupun biaya-biaya yang disebabkan guna mencapai hasil yang ditargetkan, di lain sisi laporan ini dapat memberikan informasi mengenai kerugian neto atau pendapatan neto yang dihasilkan dalam periode tertentu. Laporan laba rugi dapat dijadikan sumber yang diandalkan bagi investor jika laba yang dihasilkan berkualitas bagus. Pada umumnya, guna meninjau seberapa besar kualitas laba yang dilaporkan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan metode koefisien respon laba. Koefisien respon laba dapat menunjukkan bahwa kualitas laba yang tinggi akan menghasilkan reaksi pasar yang kuat, sebaliknya jika kualitas laba yang didapatkan perusahaan rendah maka reaksi pasar yang ditimbulkan menjadi lemah. Sehingga reaksi pasar mencerminkan kualitas laba yang didapatkan perusahaan.

Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai *earnings response coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di BEI, namun masih terdapat hasil yang berbeda disetiap penelitian (*research gap*), hal ini dapat disebabkan karena perbedaan sifat variabel independen dan variabel dependen maupun variabel intervening yang diteliti sampai perbedaan periode pengamatan dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti mencoba melakukan perbedaan dengan penelitin-penelitian sebelumnya dengan memperluas penelitian dengan menganalisis data selama tiga periode untuk menguji apakah variabel – variabel berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dalam waktu yang berbeda, perbedaan selanjutnya terletak pada variabel independen yakni *leverage*, profitabilitas, dan variabel dependen yaitu *earnings response coefficient* (ERC), sedangkan yang menjadi variabel intervening adalah *voluntary disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti ingin kembali meneliti koefisien respon laba dengan judul : “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan *Voluntary Disclosure* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016)”

KAJIAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

(Heri, 2015:4) berpendapat bahwa laporan keuangan (*financial statements*) sebagai produk terakhir dari pengikhtisaran data transaksi dan serangkaian tahap pencatatan yang dijalankan oleh seorang akuntan dengan harapan dapat melaporkan setiap data keuangan sehingga terbentuklah laporan keuangan yang telah dihasilkan oleh sebuah entitas. Dengan kata lain, laporan keuangan merupakan sebuah produk yang menyajikan beberapa informasi keuangan atau akuntansi yang dibutuhkan oleh pengguna laporan keuangan untuk dijadikan sumber informasi dan dasar dari penentuan keputusan bagi pemakainya.

Earnings Response Coefficient (ERC)

Earnings response coefficient (ERC) merupakan koefisien yang didapatkan dari *unexpected earnings* dengan *abnormal returns*. Jadi tinggi rendahnya kualitas informasi laba yang direspon oleh pasar dapat digambarkan oleh *earnings response coefficient* (ERC), dengan kata lain semakin bagus kandungan informasi maka semakin tinggi pula nilai koefisien respon laba. Seperti yang dijelaskan oleh (Paramita, 2012) “Kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar, dengan kata lain laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*), kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *earnings response coefficients* (ERC), menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas”.

Leverage

(Halim, 2015:89) berpendapat bahwa *leverage* adalah dimana keadaan perusahaan diwajibkan menanggung beban tetap seperti bunga maupun penyusutan yang disebabkan dari pengolahan dana atau aset perusahaan. Menurut (Riyanto, 1993:293) *leverage* merupakan pemakaian dana untuk pemakaian tersebut setiap entitas wajib membayar biaya tetap dengan menutupinya. Dengan kata lain, rasio *leverage* merupakan rasio yang dipergunakan untuk menilai seberapa banyak biaya liabilitas yang harus dipertanggungjawabkan perusahaan guna memenuhi aset yang dibutuhkan. Rasio *leverage* dapat menunjukkan bagaimana perusahaan mampu mengatasi total utangnya guna mendapatkan laba maupun melunasi utang yang dimiliki perusahaan.

Profitabilitas

(Kasmir, 2016:196) menyatakan pendapatnya mengenai rasio profitabilitas merupakan rasio yang diperuntukan untuk mengetahui seberapa banyak perusahaan mampu memperoleh laba, tingkat efektivitas manajemen atau efisiensi perusahaan dapat dilihat dengan rasio profitabilitas yang bisa dibuktikan dari laba yang diperoleh dalam penjualan dan investasi. Tidak jauh berbeda dengan definisi sebelumnya, (Fahmi, 2012:80) menjelaskan rasio profitabilitas sebagai rasio yang mampu menilai seberapa besar atau kecil tingkat keuntungan yang didapatkan dalam hubungannya penjualan atau investasi sehingga dapat memberikan hasil mengenai efektivitas manajemen. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio ini merupakan rasio yang memperlihatkan tingkat efektivitas manajemen guna mengukur seberapa kuat perusahaan mampu memperoleh laba yang diharapkan di periode tertentu. Jadi jika tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan tinggi, hal ini akan mempengaruhi pihak investor untuk berinvestasi guna memperluas usahanya. Sebaliknya, jika tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan rendah, maka menyebabkan pihak investor menarik sahamnya.

Voluntary Disclosure

Penelitian (Herdirinandasari & Asyik, 2016) menjelaskan *voluntary disclosure* sebagai pengungkapan atau *voluntary* tambahan yang melebihi pengungkapan wajib yang telah ditetapkan karena dianggap sejalan dengan apa yang diinginkan para pemakai atau pengguna laporan keuangan. Sedangkan (Suwardjono, 2008:583) mendefinisikan pengungkapan tambahan atau sukarela yaitu pengungkapan yang diterbitkan entitas di luar batas yang diwajibkan oleh BAPEPAM. Dari beberapa definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa *voluntary disclosure* merupakan pengungkapan tambahan oleh entitas melebihi kewajiban yang harus diungkapkan guna memberikan informasi tambahan kepada para pihak pemakai laporan tahunan dalam membuat keputusan. Perusahaan yang melakukan *voluntary disclosure* lebih banyak dipandang mampu memberikan informasi tambahan yang akan digunakan sebagai bahan penilaian dan pertimbangan sehingga mendapatkan respon investor.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini memakai rancangan penelitian kuantitatif, yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif secara garis besar merupakan penelitian yang beracuan terhadap sampel atau populasi yang ditentukan sebelumnya, pengelompokan data memakai alat penelitian, analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik, dengan target yang ingin dicapai menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data yang didapatkan dari perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016.

Populasi

Paramita (2015:45) mendefinisikan "Populasi sebagai gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian." Dengan demikian, populasi penelitian yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling method*. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 dengan pertimbangan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian.
2. Perusahaan manufaktur yang selama periode pengamatan mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut
3. Perusahaan manufaktur yang mempunyai laba per lembar saham positif selama periode penelitian.

4. Perusahaan manufaktur selama periode penelitian yang memiliki data yang lengkap.

Tabel 1. Proses Penarikan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian	144
2.	Tidak mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut dalam periode penelitian	(4)
3.	Mengalami kerugian pada saat periode penelitian	(62)
4.	Data untuk variabel penelitian tidak lengkap	(27)
Sampel terpilih		51

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan kriteria diatas, didapatkan sampel yang sesuai sejumlah 51 perusahaan manufaktur. Jadi jumlah sampel penelitian (n) selama tiga tahun yaitu $51 \times 3 = 153$.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan teknik dokumentasi. Dalam pengumpulan data ini data diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website (www.idx.co.id). Data yang dipakai berupa laporan keuangan yang diambil total hutang, total ekuitas, total laba bersih, total aset, dan laporan tahunan perusahaan yang mengungkapkan pengungkapan sukarela sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, selanjutnya berupa pengambilan data laporan kinerja perusahaan dengan cara mendownload data-data yang sesuai dengan penelitian seperti data harga saham 5 hari sebelum dan sesudah pengumuman (*closing prices*), data IHSIG dari situs dunia investasi serta data *earnings per share* (EPS) yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Kemudian data yang diperoleh akan dilakukan proses evaluasi dengan cara *time series analysis* yaitu dengan cara membandingkan laba per lembar saham perusahaan pada setiap periode yang ditentukan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Earnings Response Coefficient (ERC)

Perhitungan *Earnings Response Coefficient* (ERC) dilakukan dengan beberapa tahap :

- 1) Menghitung variabel CAR (*Cummulative Abnormal Return*) dengan rumus:

$$CAR_{i(-5,+5)} = \sum_{t=5} +5 AR_{it}$$

Keterangan :

$CAR_{i(-5,+5)}$ = *abnormal return* kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan kurang lebih 5 hari dari tanggal publikasi laporan keuangan. (5 hari sebelum tanggal publikasi dan 5 hari setelah tanggal publikasi laporan keuangan)

AR_{it} = *abnormal return* perusahaan i pada hari t

- 2) *Unexpected Earnings* sebagai variabel dependen yang dihitung dengan cara model random walk. *Unexpected Earnings* (UE) dapat diartikan sebagai selisih antaralaba akuntansi yang direalisasikan dengan laba dengan laba ekspektasi pasar. *Unexpected Earnings* (UE) diukur sesuai dengan penelitian Noviyanti (2008) dalam Ratna (2013) :

$$UE_{it} = (EPS_{it} - EPS_{it-1}) / P_{it-1}$$

Keterangan :

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_{it} = *Earnings Per Share* perusahaan i pada periode t

EPS_{it-1} = *Earnings Per Share* perusahaan i pada periode t-1

P_{it-1} = Harga saham sebelumnya

Harga saham perusahaan :

$$SP_{it} = \frac{(SP_{it} - SP_{it-1})}{(SP_{it} - 1)}$$

Keterangan :

SP_{it} : harga saham perusahaan i pada periode t

SP_{it-1} : harga saham perusahaan i pada periode sebelum t

- 3) *Earnings Response Coefficient* (ERC) akan dihitung dari hubungan CAR dan UE setelah dikendalikan *Return* tahunan.

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{it} + \alpha_2 UE_{it} SP_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan :
 CARit = abnormal return kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan ± 5 hari dari publikasi laporan keuangan.
 UEit = *Unexpected Earnings*
 SPit = harga saham perusahaan

$$Rit = (Pit - Pit - 1) / Pit - 1$$

Dalam hal ini :
 Rit = *returns* saham perusahaan i pada hari t
 Pit = harga penutupan saham i pada hari t
 Pit - 1 = harga penutupan saham i pada hari t-1
 Returns pasar harian dihitung sebagai berikut :

$$Rmt = (IHSgt - IHSgt-1) / IHSgt-1$$

Keterangan :
 Rmt = *returns* pasar harian
 IHSgt = indeks harga saham gabungan pada hari t
 IHSgt = indeks harga saham gabungan pada hari t-

Variabel Independen
 Leverage

Pengukuran *leverage* dapat menggunakan rumus perhitungan rasio utang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*). *Debt to equity* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Adapun rumus *debt to equity ratio* adalah :

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{total\ utang\ (debt)}{ekuitas(equity)}$$

Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas dapat menggunakan rumus perhitungan rasio hasil pengembalian atas aset (*Return on Assets*). Rasio ini menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Berikut rumus perhitungan rasio ROA (*Return On Assets*) yaitu:

$$Return\ on\ Assets = \frac{laba\ bersih}{total\ aset}$$

Variabel Intervening

Variabel intervening dalam penelitian ini menggunakan *voluntary disclosure*. Pengukuran *voluntary disclosure* dapat dihitung melalui indeks pengungkapan (IDX) dengan cara membagi skor total pengungkapan dengan skor pengungkapan maksimum.

$$IDX = \frac{Skor\ total\ pengungkapan}{Skor\ pengungkapan\ maksimum}$$

Daftar item yang dikembangkan digunakan untuk mengukur skor pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan dengan cara :

1. Memberikan skor untuk setiap pengungkapan, yaitu skor 1 bagi perusahaan yang mengungkapkan secara umum, skor 2 untuk perusahaan yang mengungkapkan informasi lebih terinci, dan skor 3 bagi perusahaan yang mengungkapkan informasi dengan penjelasan data kuantitatif yang mendukung.
2. Skor yang didapatkan setiap perusahaan dijumlah guna memperoleh skor total pengungkapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik
 Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Data

Model 1	Model 2
Y = VD	Y = ERC
0.065	0.603

Sumber : Hasil output SPSS

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui dari uji *kolmogrof – simirnov* bahwa kedua model tersebut menunjukkan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel		Model 1 Y = VD		Model 2 Y = ERC
	VIF	Kesimpulan	VIF	Kesimpulan
Leverage	1.066	Tidak Terjadi Multikolinearitas	1.020	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Profitabilitas	1.066	Tidak Terjadi Multikolinearitas	1.021	Tidak Terjadi Multikolinearitas
VD			2.021	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber :Hasil output SPSS

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 pada kedua model regresi. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel		Model 1 Y = VD		Model 2 Y = ERC
	Sig	Kesimpulan	Sig	Kesimpulan
Leverage	1.000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas	1.000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Profitabilitas	1.000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas	1.000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
VD			1.000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber :Hasil output SPSS

Tabel 4 menunjukkan bahwa model regresi 1 dengan variabel independen *leverage* dan profitabilitas terhadap variabel dependen absolut residualnya tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikan masing-masing lebih besar dari 0,05. Model regresi 2 dengan variabel independen *leverage*, profitabilitas dan *voluntary disclosure* terhadap variabel dependen absolut residualnya tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikan masing-masing lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan ke dua model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

	Durbin-Watson	Kesimpulan
Model 1	1,780	Tidak Terjadi Autokorelasi
Model 2	1,836	Tidak Terjadi Autokorelasi as

Sumber :Hasil output SPSS

Pada tabel 5 model 1 memiliki *Durbin Watson* 1,780 nilai tersebut lebih tinggi dari batas (du) dan lebih rendah dari 4 – batas atas yaitu $1,7622 < 1,780 < 2.2378$. Sedangkan model 2 memiliki *Durbin Watson* 1,836 nilai tersebut lebih tinggi dari batas (du) dan lebih rendah dari 4 – batas atas yaitu $1,7758 < 1,836 < 2.8842$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model 1 maupun model 2 yang akan digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah akurat diantara data dan penelitian untuk setiap tahunnya tidak saling berkorelasi.

Analisis Jalur

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Jalur

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	t.	
Model 1			
(constant)	0.608	48.773	0.000
Leverage	-0.037	-2.139	0.034
Profitabilitas	0.033	0.793	0.429
Model 2			
(constant)	-0.053	-1.901	0.059
Leverage	0.019	4.778	0.000
Profitabilitas	0.039	1.706	0.090
VD	0.027	0.600	0.549

Sumber :Hasil output SPSS

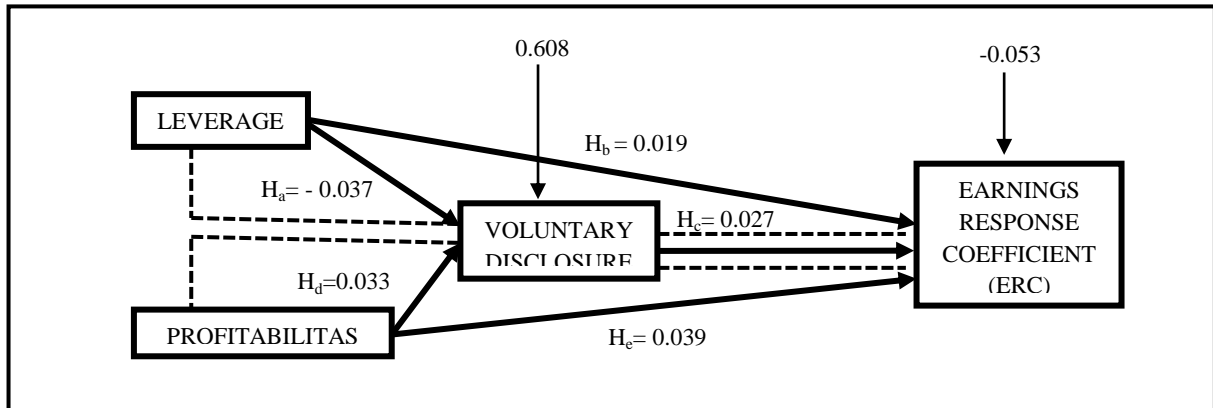
Berdasarkan tabel 6 dapat dibentuk persamaan structural sebagai berikut:

$$(Model 1) VD = 0.608 + (-0.037) LVRG + 0.033 PRFT$$

$$(Model 2) ERC = -0.053 + 0.019 LVRG + 0.039 PRFT + 0.027 VD$$

Berdasarkan tabel 6 dapat dikemukakan diagram jalur sebagai berikut :

Gambar 1. Analisis Jalur



1. Pengaruh tidak langsung *leverage* terhadap *earningsresponse coefficient* melalui *voluntary disclosure*
 $VD (H_a \times H_c = -0.037 \times 0.027 = 0.000999)$
2. Pengaruh tidak langsung *profitabilitas* terhadap *earningsresponse coefficient* melalui *voluntary disclosure*
 $VD (H_d \times H_c = 0.033 \times 0.027 = 0.001287)$
 Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien dapat diketahui signifikasinya dengan diuji menggunakan *sobel test* sebagai berikut (Ghozali, 2013) :
 - a. Pengaruh tidak langsung *leverage* terhadap *earningsresponse coefficient* melalui *voluntary disclosure* (SHaHc)

$$SHaHc = \sqrt{Hc^2 SHa^2 + Ha^2 SHc^2 + SHa^2 SHc^2}$$

$$= \sqrt{0.027^2 0.017^2 + -0.037^2 0.045^2 + 0.017^2 0.045^2}$$

$$= 0.0000021 + 0.0000277 + 0.000005852$$

$$= 0.0000035652$$

Menghitung nilai t statistik atau t hitung pengaruh mediasi dengan rumus berikut ini,

$$t = \frac{HaHc}{SHaHc} = \frac{0.000999}{0.0000035652} = 280.209$$

- b. Pengaruh tidak langsung *profitabilitas* terhadap *earningsresponse coefficient* melalui *voluntary disclosure* (SHdHc)

$$SHdHc = \sqrt{Hc^2 SHd^2 + Hd^2 SHc^2 + SHd^2 SHc^2}$$

$$= \sqrt{0.027^2 0.042^2 + 0.033^2 0.045^2 + 0.042^2 0.045^2}$$

$$= 0.000001286 + 0.000002205 + 0.000003572$$

$$= 0.000007063$$

Menghitung nilai t statistik atau t hitung pengaruh mediasi dengan rumus berikut ini,

$$t = \frac{HdHc}{SHdHc} = \frac{0.001287}{0.000007063} = 182.217$$

Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	t.	
Model 1			
(constant)	0.608	48.773	0.000
Leverage	-0.037	-2.139	0.034
Profitabilitas	0.033	0.793	0.429
Model 2			
(constant)	-0.053	-1.901	0.059

Leverage	0.019	4.778	0.000
Profitabilitas	0.039	1.706	0.090
VD	0.027	0.600	0.549

Sumber :Hasil output SPSS

- Hipotesis 1 menunjukkan nilai sebesar 0.034 (lebih kecil dari 0.05) menjelaskan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap *voluntary disclosure* sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- Hipotesis 2 menunjukkan nilai sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) menjelaskan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient* (ERC) sehingga dapat disimpulkan H_2 diterima dan H_0 ditolak.
- Hipotesis 3 menunjukkan nilai sebesar 0.549 (lebih besar dari 0.05) menjelaskan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) sehingga dapat disimpulkan H_3 ditolak dan H_0 diterima
- Hipotesis 4 menunjukkan nilai sebesar 0.429 (lebih besar dari 0.05) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *voluntary disclosure* sehingga dapat disimpulkan H_4 ditolak dan H_0 diterima.
- Hipotesis 5 menunjukkan nilai sebesar 0.090 (lebih besar dari 0.05) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) sehingga dapat disimpulkan H_5 ditolak dan H_0 diterima.
- Hipotesis 6 menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dengan *voluntary disclosure* sebagai variabel intervening, berdasarkan *sobel test* sebelumnya dapat dijelaskan bahwa pengujian menunjukkan nilai 280.209. nilai tersebut lebih besar dari t tabel dengan nilai sig $\alpha = 0.05$ atau sebesar 1.96 yang menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dengan *voluntary disclosure* sebagai variabel intervening, sehingga dapat disimpulkan H_6 diterima dan H_0 ditolak.
- Hipotesis 7 menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dengan *voluntary disclosure* sebagai variabel intervening, berdasarkan *sobel test* sebelumnya dapat dijelaskan bahwa pengujian menunjukkan nilai 182.217. nilai tersebut lebih besar dari t tabel dengan nilai sig $\alpha = 0.05$ atau sebesar 1.96 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dengan *voluntary disclosure* sebagai variabel intervening, sehingga dapat disimpulkan H_7 diterima dan H_0 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Langsung

Pengaruh *leverage* terhadap *voluntary disclosure*

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *voluntary disclosure* .hal ini mengartikan bahwa *leverage* dapat mengakibatkan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan dan terciptanya proses pengambilan keputusan yang baik bagi perusahaan sehingga memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan informasi rinci layaknya pengungkapan sukarela. Peneliti berasumsi bahwa besar kecilnya total liabilitas yang dimiliki suatu perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan luas sukarelanya, semakin kecil hutang suatu perusahaan maka berdampak pada luas pengungkapan sukarelanya yang semakin rinci mengungkapkannya, sebaliknya semakin besar total liabilitas akan mengakibatkan semakin sedikit atau sekilas dalam mengungkapkan pengungkapan sukarela. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Murwaningsari, 2008) dengan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *voluntary disclosure*.

Pengaruh *leverage* terhadap *earnings response coefficient* (ERC)

Leverage yang diukur memakai *debt to equity ratio* terhadap *earnings response coefficient* (ERC) yang didapatkan dari regresi antara CAR dan UE menghasilkan data bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan kata lain H_a terdapat pengaruh signifikan antara *leverage* dengan *earnings response coefficient* (ERC). Temuan ini menjelaskan bahwa besar kecilnya total liabilitas yang dimiliki suatu perusahaan dapat mempengaruhi kualitas laba yang dihasilkan. Selain itu, apabila perusahaan memiliki total hutang yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut akan menghasilkan kualitas laba yang buruk dan dapat mempengaruhi respon pasar yang lemah. Sehingga dapat disimpulkan besar kecilnya total hutang yang dimiliki perusahaan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya *earnings response coefficient* (ERC). Penelitian sebelumnya yang menghasilkan hasil sama dengan penelitian yang dilakukan ini yakni karya Koriani (2017) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh antara *leverage* terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Namun penelitian ini tidak sama hasilnya dengan penelitian yang dilakukan Paramita (2012) yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Pengaruh *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC)

Voluntary disclosure yang diukur menggunakan indeks pengungkapan terhadap *earnings response coefficient* (ERC) yang diperoleh dari regresi antara CAR dan UE menghasilkan temuan tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan antara *voluntary disclosure* dengan koefisien respon laba. Temuan ini menjelaskan seberapa banyak perusahaan mengungkapkan yang melebihi diwajibkan tidak mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Namun penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya seperti Widiastuti (2004) yang menjelaskan bahwa *voluntary disclosure* berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba, atau bisa dikatakan bahwa pelaku pasar merespon adanya pengungkapan sukarela yang diungkapkan di laporan tahunan guna menjalankan dunia bisnis di pasar modal.

Pengaruh profitabilitas terhadap *voluntary disclosure*

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *voluntary disclosure*, hal ini diartikan bahwa profitabilitas tidak menjadi satu-satunya kunci investor dalam berinvestasi maka peneliti berpendapat ketika perusahaan mendapatkan profit yang tinggi maka tidak menjamin memperinci luas pengungkapan sukarela sebaliknya, jika profit yang didapatkan perusahaan bernilai rendah tidak menjamin akan mengungkapkan luas pengungkapan sukarela dengan sekilas. Hasil penelitian ini tidak mendukung Firdaus (2017) *leverage* memiliki pengaruh terhadap *voluntary disclosure*.

Pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* (ERC)

Temuan dalam penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa profitabilitas menjadi daya tarik bagi investor dalam berinvestasi, tidak signifikannya variabel ini dapat diindikasikan bahwa respon investor tidak mencerminkan dengan laba yang dihasilkan perusahaan, dengan kata lain profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak menjadi patokan dalam berinvestasi, respon pasar kurang memandang profitabilitas yang diukur dengan ROA karena di ukuran ini hanya menjelaskan seberapa besar tingkat pengembalian aset terhadap pelaku pasar, dalam hal ini para pelaku pasar lebih memfokuskan disisi lain dalam berinvestasi seperti tingkat pengembalian dalam investasi itu sendiri, dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut mengakibatkan nilai profitabilitas yang dihasilkan dari perhitungan ROA tidak mempengaruhi koefisien respon pasar. Penelitian ini mempunyai hasil sama dengan penelitian yang dilakukan Fitri (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh *leverage* melalui *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) melalui *voluntary disclosure* yang memiliki pengaruh tidak langsung, artinya *leverage* turut mempengaruhi keputusan pihak calon investor yang akan menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut dengan meninjau kualitas laba yang dihasilkan perusahaan, sehingga dengan dua poin tersebut dapat menjadi penunjang kerincian pengungkapan sukarela yang diungkapkan perusahaan. Dengan kata lain, pengaruh *leverage* terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dipengaruhi oleh tingkat keluasan pengungkapan sukarela yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat hutang rendah akan mendapatkan respon dari investor jika didukung dengan kerincian pengungkapan sukarela perusahaan. Hasil berbeda dari penelitian yang dilakukan Paramita (2012) yang menemukan bahwa *leverage* melalui *voluntary disclosure* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Pengaruh profitabilitas melalui *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC)

Terhadap pengujian hipotesis pengaruh profitabilitas melalui *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* (ERC) diperoleh hasil yang signifikan, dalam artian profitabilitas turut mempengaruhi tingkat kepercayaan calon investor yang akan menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut dengan meninjau kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Selain itu pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* (ERC) dipengaruhi oleh tingkat keluasan pengungkapan sukarela yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat laba tinggi akan mendapatkan respon dari investor jika didukung dengan kerincian pengungkapan sukarela perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berjudul pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *voluntary disclosure* terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 sebanyak 51 perusahaan yang menjadi sampel. Berdasarkan analisis data yang di olah pada aplikasi SPSS versi 16 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Leverage* yang diukur menggunakan *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap *voluntary disclosure* yang didapatkan dari indeks pengungkapan.

2. *Leverage* yang diukur menggunakan *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) yang diukur dari regresi CAR dan UE.
3. *Voluntary disclosure* yang didapatkan dari indeks pengungkapan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) yang diukur dari regresi CAR dan UE.
4. Profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* tidak berpengaruh terhadap *voluntary disclosure* yang didapatkan dari indeks pengungkapan.
5. Profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC) yang diukur dari regresi CAR dan UE.
6. *Leverage* melalui *voluntary disclosure* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).
7. Profitabilitas melalui *voluntary disclosure* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi penelitian berikutnya diharapkan menggunakan skala interval pada data *earnings response coefficient* (ERC) guna mengelompokkan data sebelum melakukan uji dengan SPSS.
2. Bagi penelitian berikutnya diharapkan dapat mempertimbangkan perbaikan dalam penilaian *voluntary disclosure* dengan memberikan nilai terperinci untuk item-item informasi yang dilaporkan perusahaan.
3. Bagi penelitian berikutnya diharapkan menggunakan ukuran berbeda untuk variabel profitabilitas agar mendapat hasil yang bervariasi dari sudut pandang lain.
4. Bagi penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya karena hasil uji koefisien determinasi menunjukkan 85,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, M., & Antasari, I. (2008). Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba pada Emiten Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1(1), 50–64.
- Fahmi, I. (2012). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2015). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Herdinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (ERC). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(November), 1–19.
- Heri. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS ((Center for Academic Publishing Service)).
- Hery. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia (IAI).
- Ikhsan, A. (2008). *Akuntansi Lingkungan & Pengungkapan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indrayani, V. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Sukarela. *Skripsi*.
- Jumingan. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- . (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Keuangan RI, BAPEPAM. 2012. Keputusan Nomor : kep-347/bl/2012, tentang penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik.
- Koriani, R. D., Sofianty, D., & Fadilah, S. (2017). Pengaruh Leverage , Ukuran Perusahaan dan Risiko Sistematis terhadap Earnings Response Coefficient (ERC), 52–59.
- Kurniawan, R. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Mahendra, I. P. Y., & Wirama, D. G. (2017). E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient (ERC). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, 2566–2594.
- Mulianti, D., & Ginting, J. (2017). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Timeliness, dan Struktur Modal Terhadap Earnings Response Coefficient, 5(1), 1–24.
- Murwaningsari, E. (2008). Pengujian Simultan Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (ERC). *Simposium Nasional Akuntansi*, XI.

- Paramita, R. W. D. (2012). Pengaruh Leverage , Firm Size Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal WIGA*, 2(2), 103–118. <https://doi.org/ISSN: 2088 - 0944>
- Paramita, Ratna Wijayanti, D.P. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. STIE WIDYA GAMA : Lumajang
- Rahmawati. (2016). *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta: Graha Mulia.
- Reyhan, A., University, R., Zirman, & Nurazlina. (2014). Pengaruh Komite Audit, Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba Dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba, 1(2), 1–17.
- Riyanto, B. (1993). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPF.
- Silfia, Z. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Islamic Social Reporting, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 35–55.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPF.
- Undang-undang RI Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Widiastuti, H. (2004). Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(2), 187–207.
- <https://idx.co.id>
- <https://www.sahamok.com>

Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa di Beatcom Laptop Lumajang

Eli Yunita¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : eliyunita382@gmail.com

Sukma Irdiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email: sukmapasah@gmail.com

Kusnanto Darmawan³
STIE Widya Gama Lumajang
email: kusnanto.wiga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang, baik secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Beatcom Laptop Lumajang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS 16.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel harga, lokasi, bukti fisik, orang, proses mempunyai pengaruh dan variabel produk dan promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, proses terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) di peroleh sebesar 0,734 yang menunjukkan bahwa 73,4% kepuasan pelanggan pengguna jasa dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses sedangkan sisanya 26,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain nya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan

Abstract

*This study aims to determine the effect of marketing mix (7P) on customer satisfaction of service users in Beatcom Laptop Lumajang, both partially and simultaneously. This research is a causal associative research using a quantitative booster. The population of this research is Beatcom Laptop Lumajang customers. Sampling technique using purposive sampling method. Data analysis method used is multiple linear regression analysis method which is processed using SPSS 16.0 for windows program. The result of research shows that for price, location, physical evidence, people, process have influence and product and promotion variable have no influence to customer satisfaction of service user. While simultaneously there is influence of product, price, location, promotion, physical proof, person, process to customer service user satisfaction with coefficient of determination (*adjusted R²*) obtained by 0,734 indicating that 73,4% customer satisfaction service user can explained by product , price, location, promotion, physical proof, person, and process while the rest 26.6% customer satisfaction is influenced by other variables that are not examined in this research.*

Keyword : Marketing Mix, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Di era globalisasi kemajuan teknologi di berbagai belahan dunia berkembang pesat, banyak kemudahan yang bisa didapat dari teknologi. Perkembangan yang semakin maju akan memudahkan

kehidupan manusia dalam beraktifitas, teknologi merupakan kunci utama dalam membangun dunia. Perkembangan yang begitu pesat membuat persaingan usaha semakin ketat, perusahaan harus mempunyai strategi yg tepat dalam mempertahankan kepuasan konsumennya melalui bauran pemasaran yang baik dan efektif, karena pemasaran adalah sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran merupakan keseluruhan kegiatan usaha untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Secara garis besar akan dijabarkan sebagai berikut, (a) Produk (*Product*), "Merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan"(Tjiptono, 2008:95). (b) Harga (*Price*), Menurut (Swastha 2009:185), "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya". Sedangkan menurut Kotler & Lane(2009:62), "Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk."(c) Lokasi/saluran distribusi (*place*) menurut Tjiptono(2008:95) mendefinisikan secara garis besar, "Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan)". (d) Promosi(*promotion*), "Promosi adalah kegiatan-kegiatan periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *publicity*, yang kesemuanya oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan penjualan" (Manap, 2016:101). (e) Bukti fisik (*physical evidance*), "Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan pelanggan, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan"(Alma & Huririyati, 2008:166). (f) Orang (*People*) adalah "Semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari "*people*" adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*)" (Alma & Huririyati, 2008:165). (g) Proses (*process*), menurut (Adrian, 2008:31), menyatakan bahwa proses adalah "Menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran, pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri".

Dalam menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para manajer harus secara tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi. Terciptanya kepuasan di hati konsumen sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas atau kesetiaan merek. Konsumen akan setia manakala produk sejenis yang dimilikinya sudah memiliki kemudahan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan, mengembangkan, dan mengelola suatu sistem terpadu yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Sejumlah isu penting terkait dengan kepuasan konsumen adalah bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu proses yang dinamis dan aktif, proses kepuasan memiliki dimensi sosial yang kuat, makna/arti dan emosi merupakan bagian penting dalam komponen kepuasan, tergantung pada konteks dan *contingency*, memiliki beberapa paradigma, model, dan modes, dan kepuasan produk saling berhubungan erat dengan kepuasan hidup dan kualitas kehidupan itu sendiri. Pencapaian kepuasan merupakan proses yang dinamis dalam arti tidak pernah berhenti dan bergantung pada bagaimana perusahaan berinteraksi dengan konsumen pada tingkat antar personal. Kepuasan dicapai dengan memberikan makna dalam kehidupan manusia dan dengan mnyentuh tingkat emosi mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, proses berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang

KAJIAN PUSTAKA

Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keberadaan produk dapat dikatakan sebagai titik sentral dari kegiatan *marketing mix*, karena semua kegiatan dari unsur-unsur terdiri dari: keanekaragaman atau macam-macam produk, kualitas, desain, ciri-ciri / bentuk produk, merk dagang,

kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, / garansi dan pengembalian (Lupiyoadi, 2014:92). Pengertian produk secara mudah dapat di pahami tetapi agak sulit dirumuskan secara pasti. Di dalam kata produk itu terkandung pengertian yang mencakup segi fisik dan hal-hal yang lebih ditentukan oleh konsumen seperti masalah *jasa* yang mnyertainya, masalah *psikologis* seperti kepuasan pemakaian, simbol status, segi artistik dan lain sebagainya

Indikator produk menurut (Kotler & Lane, 2009:24) yaitu 1) Variasi produk, 2) Kualitas, 3) Desain, 4) Fitur, 5) Nama merek, 6) Kemasan, 7) Ukuran, 8) Layanan, 9) Jaminan, 10) Pengembalian.

Harga

"Harga adalah menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkatan distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan *retailer* (pedagang eceran) penentu posisi pasar dan harga tidak cukup bervariasi untuk butir-butir produk, segmen pasar, saluran tempat, dan kesempatan pembeli yang berbeda"(Manap, 2016:98). Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum ia membeli barang atau jasa. Bagi penjual yang penting bagaimana menetapkan harga yang pantas, terjangkau oleh masyarakat dan tidak merugikan perusahaan. Ketika seseorang mempunyai kebutuhan akan suatu produk, konsumen akan selalu mencari suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhannya, setelah mereka mengetahui kualitas produk tersebut, mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang pada produk yang sama jika mereka memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya atau melakukan perpindahan merek jika mereka tidak memperoleh kepuasan pada produk yang dibelinya. Indikator Indikator harga menurut Kotler & Lane (2009:24) yaitu 1) Daftar Harga, 2) Diskon, 3) Potongan harga, 4) Periode pembayaran, 5) Syarat kredit.

Lokasi

"Tempat (*place*), membuat barang dan jasa tersedia dalam kuantitas pada lokasi yang tepat, yang sesuai dengan keinginan pelanggan". Disaat target pasar yang berbeda memiliki kebutuhan yang berbeda, sejumlah variasi tempat mungkin dibutuhkan" (Cannon, 2008:384). Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Terdapat tiga macam tipe interaksi antar penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi, yaitu sebagai berikut 1) Pelanggan mendatangi penyedia jasa. 2) Penyedia jasa mendatangi pelanggan. 3) Penyedia jasa dan pelanggan melakukan interaksi melalui perantara(Alma & Huririyati, 2008:160). Indikator Tempat menurut, (Kotler & Keller, 2009:24) yaitu 1) Saluran 2) Cakupan, 3) Pilihan, 4) Lokasi, 5) Persediaan, 6) Transportasi.

Promosi

"Promosi adalah kegiatan-kegiatan periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *publicity*, yang kesemuanya oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan penjualan"(Manap, 2016:101). "Betapapun berkualitasnya suatu produk atau jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi pelanggan, maka pelanggan tidak akan pernah membeli dan memanfaatkannya., pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran"(Adam, 2015:95). promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan terhadap suatu produk. Adapun kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas. Iklan dan promosi penjualan merupakan suatu bentuk dari promosi yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, selain kualitas periklanan juga menjadi faktor kunci untuk menciptakan loyalitas merek jangka panjang jika pemasar sangat memperhatikan kualitas bahkan di perkuat dengan periklanan yang insentif, loyalitas konsumen pada suatu merek tertentu yang diawarkan akan lebih mudah diperoleh. Indikator promosi menurut, (Kotler & Keller, 2009:24) yaitu 1) Promosi 2) Penjualan, 3) Iklan, 4) Tenaga penjualan, 5) Humas, 6) Pemasaran Langsung.

Bukti Fisik

"Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan pelanggan, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan" (Alma & Huririyati, 2008:166). Bukti fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Ada dua jenis bukti fisik yaitu 1) Bukti penting (*essential evidence*), merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak (*layout*) dari gedung, ruang, dan lain-lain. 2) Bukti pendukung (*peripheral evidence*), merupakan nilai tambah yang apabila berdiri sendiri maka tidak akan berarti apa-apa. Bukti fisik membantu pemasar untuk memosisikan perusahaannya di pasar dan memberikan dukungan nyata, terlebih yang berhubungan dengan lokasi (Lupiyoadi, 2014:94). Menurut (Adam, 2015:98-99), indikator Bukti Fisik yaitu 1) Lingkungan fisik 2) Perlengkapan, 3) Logo, 4) Orang (*People*).

Orang

"*People* adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen. *People* adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen" (LoveLock, 2011:48). *People* dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, dan merupakan faktor yang memegang peran penting bagi semua organisasi. Oleh perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa ditawarkan image perusahaan yang bersangkutan. Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai tenaga penjual. Dengan kata lain, dalam penelitian yang luas, pemasaran merupakan pekerjaan semua personel organisasi jasa. Oleh karena itu penting kiranya semua pelaku karyawan jasa harus diorientasikan kepada konsumen. Itu berarti organisasi jasa harus merekrut mempertahankan karyawan yang mempunyai skill, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. *People* dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, dan merupakan faktor yang memegang peran penting bagi semua organisasi. Oleh perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa ditawarkan image perusahaan yang bersangkutan. Indikator orang (*people*) menurut Adam (2015:96-97) yaitu 1) *Service People*, 2) *Pelanggan* atau *Customer*

Proses

"Proses merupakan gabungan semua aktifitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen" (Lupiyoadi, 2014:98). Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Selain itu keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya manajemen pemasaran jasa. Seluruh aktifitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, mekanisme-mekanisme, aktifitas-aktifitas, dan rutinitas-rutinitas dengan apa produk (barang atau jasa) disalurkan ke pelanggan identitas manajemen proses sebagai aktifitas terpisah adalah prasyarat bagi perbaikan jasa. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan. Indikator proses menurut Kotler (2009:15 dalam Aminuddin 2014:14) yaitu Aliran Aktivitas, 2) Standarisasi, 3) Customer, 4) Jumlah langkah, 5) Sedikit, 6) Banyak, 7) Tingkat Keterlibatan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kasmir (2017:236), "Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa". Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat tingkat harapannya. Adapun tingkat kepuasannya biasanya diukur dengan tingkatan sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas. Adanya tingkat kepuasan ini biasanya diperoleh dari pelanggan membandingkan dengan pengalaman menggunakan produk atau jasa yang sama dengan produk pesaing. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka yang dimaksud kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun sebaliknya. Menurut (Priansa, 2017:206-207) indikator kepuasan konsumen yaitu, 1) Bukti fisik (*Tangible*), Bukti fisik yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. 2) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberi pelayanan yang cepat tanggap. 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya dan resiko keraguan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini yaitu pegawai Beatcom Laptop Lumajang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuisisioner, Observasi, dan Studi Pustaka.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolonieritas (*Multicollinearity*) dan Heterokedasitas (*Heterokedasity*).

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable independen terhadap variable dependent, baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.735	1.147		1.513	.134		
Produk (X1)	-.088	.080	-.064	-1.093	.277	.852	1.174
Harga (X2)	.027	.106	.020	.256	.799	.493	2.030
Lokasi (X3)	.141	.063	.130	2.231	.028	.853	1.173
Promosi (X4)	-.007	.053	-.008	-.129	.898	.848	1.179
Bukti Fisik (X5)	.073	.107	.075	.685	.495	.242	4.125
Orang (X6)	1.088	.156	.773	6.950	.000	.234	4.274
Proses (X7)	.026	.077	.019	.340	.734	.928	1.077

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS 2016

Dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS *forwindows* maka didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 1,735 - 0,088X_1 + 0,027X_2 + 0,141X_3 - 0,007X_4 + 0,073X_5 + 1,088X_6 + 0,026X_7$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- c. Nilai *constant* sebesar 1,735 menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan akan sama dengan 1,735, jika nilai produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4), bukti fisik (X5), orang (X6) dan proses (X7), sama dengan 0.
- d. Koefisien produk (X1) sebesar -0,088 (negatif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) produk akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,088 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) produk akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,088 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.
- e. Koefisien harga (X2) sebesar 0,027 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) harga akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,027 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) harga akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,027 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.
- f. Koefisien lokasi (X3) sebesar 0,141 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) lokasi akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,141 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) lokasi akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,141 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.
- g. Koefisien promosi (X4) sebesar -0,007 (negatif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) promosi akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar -0,007 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) promosi akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar -0,007 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.

- h. Koefisien bukti fisik (X5) sebesar 0,073 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) bukti fisik akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,073 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) bukti fisik akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,073 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.
- i. Koefisien orang (X6) sebesar 1,088 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) orang akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 1,088 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) orang akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 1,088 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.
- j. Koefisien proses (X7) sebesar 0,026 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) proses akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,026 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) proses akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,026 dengan asumsi variabel independen lain nya konstan atau tetap.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi linier berganda simultan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.445	7	15.778	36.230	.000 ^a
	Residual	40.065	92	.435		
	Total	150.510	99			

a. Predictors: (Constant), Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4), Bukti Fisik (X5), Orang (X6)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS

Secara simultan, hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = $100 - 7 - 1 = 92$, maka diperoleh F tabel = 2,11. Sedangkan jika dilihat dari nilai F hitung sebesar 36,23 lebih besar dari F tabel 2,11 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui secara simultan variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.714	.65992

a. Predictors: (Constant), Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4), Bukti Fisik (X5), Orang (X6)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS

Hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat dilihat dari R Square sebesar 0,734. Hal ini berarti 73,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses sedangkan sisanya yaitu 26,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh produk yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Beatcom Laptop Lumajang. Hasil penelitian yang dilakukan Pupuni Ni Wayan dan Sulistyawati Eka (2012) penelitian terdahulu ini menyatakan bahwa produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga bertentangan menurut Ratnasari & Akasa (2011:37) bahwa "produk merupakan keseluruhan konsep obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat bagi pelanggan". Dengan adanya penawaran suatu produk yang memiliki kualitas baik nantinya akan mendapatkan perhatian yang lebih dimata pelanggan, dimana nantinya pelanggan akan tertarik dengan produk yang dijual dan

pelanggan akan merasa puas dengan produk tersebut. Dilihat dari hubungan antar variabel yang menyatakan bahwa suatu produk dinilai memiliki kualitas bukan oleh produsen, melainkan oleh pelanggan. Jadi, pelangganlah yang memberikan evaluasi apakah produk yang telah dibeli dan dikonsumsi itu sesuai dengan harapan awalnya atau tidak. Hal ini juga tidak sesuai dengan apa yang terjadi di Beatcom Laptop Lumajang bahwasanya produk tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan bahwa bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel harga. Penelitian ini konstan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fariza (2008), Obse (2014), dan Chen (2016) hasil penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka pengujian hipotesis kedua dapat diterima untuk satu variabel yang berpengaruh yaitu harga. Atas kondisi ini maka harga yang ditetapkan di Beatcom Laptop Lumajang sudah terjangkau, namun sebaiknya disesuaikan lagi dengan kualitas servis yang diterima pelanggan. Harga servis di Beatcom Laptop Lumajang hendaknya lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat servis laptop lainnya sehingga harga servis laptop di Beatcom Laptop Lumajang lebih bisa bersaing dibandingkan tempat servis laptop lainnya.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel lokasi. Penelitian ini konstan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wowor (2013), Nanik (2017) dan Chen (2016), Hasil analisis menunjukkan bahwa 7 faktor yaitu, produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, buki fisik, penerapan analisis kinerja, kepentingan (IPA) para manajer mencoba untuk meningkatkan strategi buran pemasaran. Berdasarkan uraian diatas, maka pengujian hipotesis ketiga dapat diterima untuk satu variabel yang berpengaruh yaitu lokasi. dilihat dari kedua instrumen tersebut bahwasanya Beatcom Laptop Lumajang berada ditempat yang mudah dijangkau karena Beatcom Laptop Lumajang berada dipusat kota Lumajang hal tersebut begitu mempengaruhi keputusan pelanggan dalam servis laptop di Beatcom Laptop Lumajang. Sehingga pelanggan dalam memilih servis laptop mengutamakan tempat servis yang berada dipusat kota akan menjadi hal utama. Untuk kualitas jasa servis di Beatcom Laptop Lumajang sudah memiliki kualitas servis sendiri dan sudah dikenal oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak mempermasalahkan tempatnya.

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan kurang setuju terhadap variabel promosi. Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisa (2016), Setianingsih (2017) dan Rima & Aditya (2016). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi penelitian ini tidak mendukung dari hasil landasan empiris. Promosi tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat dijelaskan karena konsumen yang servis tidak melihat lagi promosi yang diberikan oleh Beatcom Laptop Lumajang. Hal ini dikarenakan pelanggan telah percaya atas kualitas servis yang dimiliki oleh Beatcom Laptop Lumajang.

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel bukti fisik. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Soelasih (2015), Rima & Aditya (2016), dan Setiawan & Fudholi, dkk (2016) hasil penelitian menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa yang diberikan Beatcom Laptop Lumajang sudah sesuai harapan, meski kenyamanan dari segi kebersihan ruangan kurang

menunjang bagi pelanggan. Hal ini tidak mempengaruhi pelanggan untuk tidak puas terhadap servis di Beatcom Laptop Lumajang, namun Beatcom Laptop Lumajang harus tetap memperbaiki hal apa saja yang masih kurang untuk mempengaruhi pelanggan supaya tetap puas terhadap servis di Beatcom Laptop Lumajang. Atas kondisi ini Beatcom Laptop Lumajang untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan servis laptop supaya pelanggan tetap puas pada jasa servis di Beatcom Laptop Lumajang.

Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel orang. Penelitian ini konstan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Obse (2014), Setianingsih (2017), dan Setiawan & Fudholi, dkk (2016) hasil penelitian menyatakan bahwa orang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris. Dengan demikian Beatcom Laptop lumajang harus lebih meningkatkan kemampuan pelayanan pelanggan sehingga sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan Beatcom Laptop Lumajang.

Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Beatcom Laptop Lumajang

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Beatcom Laptop Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel proses. Penelitian ini konstan dengan penelitian yang dilakukan oleh Obse (2014), Setianingsih (2017), dan Setiawan & Fudholi, dkk (2016) hasil penelitian menyatakan bahwa proses berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris. Atas kondisi ini Beatcom Laptop Lumajang untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan proses pelayanan servis di Beatcom Laptop Lumajang supaya pelanggan puas terhadap jasa servis di Beatcom Laptop Lumajang.

Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Bukti Fisik, Orang dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian diketahui uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Hal ini mengindikasikan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses mempengaruhi peningkatan pelanggan di Beatcom Laptop Lumajang sebesar 73,4% sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, pola konsumsi, dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu (2013), Nanik (2017), dan Khadim (2017). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa 7P dari *marketing mix* (produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ mengatakan bahwa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Beatcom Laptop Lumajang dapat diterima, dan H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses terhadap kepuasan pelanggan ditolak. Dari pembahasan di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa dari ketujuh variabel *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Beatcom Laptop Lumajang adalah variabel harga, variabel lokasi, variabel bukti fisik, variabel orang, variabel proses, dan variabel lain seperti produk dan promosi tidak berpengaruh. Akan tetapi jika di uji secara bersama-sama atau uji simultan (uji F) berpengaruh positif. Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan tergantung pada kegiatan produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses yang dilakukan. Sehingga secara simultan *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Beatcom Laptop Lumajang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial

produk, dan promosi tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Sedangkan secara parsial harga, tempat, bukti fisik, orang dan proses berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang. Secara simultan *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

a. Bagi Pelanggan Beatcom Laptop Lumajang

Agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebelum melakukan servis laptop, dan diharapkan untuk tidak berpindah ke tempat lain, karena di Beatcom Laptop Lumajang sudah terpercaya untuk kualitas jasa servisnya. Dan apabila ada kekurangan dari kualitas jasa servis bisa bertanya langsung kepada pihak Beatcom Laptop Lumajang akan lebih memperhatikan dan memperbaiki kekurangan dari kualitas servis nya.

b. Bagi Beatcom Laptop Lumajang

Disarankan agar perlunya pihak Beatcom Laptop lebih memperhatikan *marketing mix* agar dapat menambah kepuasan pelanggan terhadap servis laptop. Disarankan pula agar pihak Beatcom Laptop lebih meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan ide yang kreatif, sehingga dengan begitu konsumen nantinya lebih tertarik untuk bertransaksi kembali.

c. Bagi Peneliti Lain

Subjek penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan Beatcom Laptop Lumajang, sehingga tidak dapat disamakan untuk kondisi pada tempat atau subyek yang lain. Selain itu jumlah sampel pada penelitian ini tidak terlalu banyak, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperbanyak dan memperluas sampel penelitian. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya lebih memperluas dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti lain dapat melengkapi dengan variabel independen dan dependen lain yang belum diangkat oleh peneliti dahulu agar hasil tersebut mempunyai perkembangan yang semakin sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Adrian, P. (2008). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, B., & Huriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Cannon, P. dkk. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial* (edisi 16). Jakarta: Salemba Empat.
- Chen, Y. C. (2016). *Constructing Marketing Indicators and Measuring the Satisfaction of Asian Internasional Students in the Higer Education Sector*, 8(1918–7173).
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent*. Depok: PT Raja GafindoPersada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Obse, W. G. (2014). *The Impact Of Marketing Mix On Customer Satisfaction*, 1(2348–7666).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ratnasari, R. T., & Akasa, M. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rima, A., & Aditya, W. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Liquid Bar Bandung*, 3(2355–9357).
- Setiawan, P. Y. B., & Fudholi, Ahmad, S. (2016). *Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Produk*, 6(2443–2946).
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wowor, V. R. (2013). *Bauran pemasaran jasa, pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna mobil toyota Avanza Veloz PT Hasjrat Abadi Manado*, 1(2303–1174).

Pengaruh Pelatihan, Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di Smpn 1 Rowokangkung Lumajang

Rosalina Febri Wijayanti¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:rosalinashawol01@gmail.com

Musingah²
STIE Widya Gama Lumajang

Sukma Irdiana³
STIE Widya Gama Lumajang
email: sukmapasah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan kepala sekolah terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung. Populasi dalam penelitian ini adalah guru di SMPN 1 Rowokangkung. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 40 responden dengan teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial motivasi berpengaruh terhadap kinerja guru sedangkan untuk pelatihan dan gaya kepemimpinan kepala sekolah tidak berpengaruh terhadap kinerja guru. Secara simultan pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan kepala sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung. Hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebanyak 33,5% kinerja guru dipengaruhi oleh variabel pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan kepala sekolah, sedangkan sisanya 66,5% kinerja guru dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pelatihan, Motivasi, Gaya Kepemimpinan, Kinerja

Abstract

This study aims to determine the effect of training, motivation and leadership style of principals on teacher performance in SMPN 1 Rowokangkung. Population in this research is teacher at SMPN 1 Rowokangkung. This population is heterogeneous which can be seen from the diverse age and sex by the number of 40 respondents with sampling technique Nonprobability Sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis hypothesis test. The results of this study indicate that the partial motivation effect on teacher performance while for training and leadership style of principal does not affect the performance of teachers. Simultaneously the training, motivation and leadership style of principals have a positive and significant impact on teacher performance in SMPN 1 Rowokangkung. The result of determination coefficient of R^2 shows that 33,5% of teacher performance is influenced by training, motivation and leadership style of headmaster, while the remaining 66,5% of teacher performance is influenced by other variables not studied in this research.

Keyword : Training, Motivation, Leadership Style, Performance

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini sumber daya manusia merupakan salah satu faktor utama dalam setiap organisasi. Begitu pula dilingkungan instansi pemerintah khususnya bidang pendidikan, kualitas sumber daya manusia (guru) yang cakap dan terampil adalah salah satu faktor utama yang sangat penting dalam kegiatan belajar mengajar serta untuk membantu kemajuan sekolah tersebut.

“Sumber daya manusia adalah harta atau aset yang paling berharga dan paling penting dimiliki oleh satu organisasi/perusahaan, karena keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh unsur manusia. Manusia berperan sebagai perencana, pelaksana dan sekaligus pengendali terwujudnya tujuan organisasi/perusahaan (Ardana et al., 2012:4).” Upaya peningkatan kinerja guru dapat dilakukan melalui pelatihan. Pelatihan dapat membantu guru dalam mengembangkan berbagai ketrampilan tertentu yang memungkinkannya untuk berhasil pada pekerjaannya, selain itu pelatihan juga dapat membantu mereka dalam mencapai keunggulan bersaing.

“Pelatihan adalah suatu proses yang sistematis dari organisasi untuk mengembangkan ketrampilan individu, kemampuan, pengetahuan atau sikap yang dapat merubah perilaku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pelatihan digunakan untuk meningkatkan kinerja pegawai yang mengarah pada hasil-hasil bisnis (Sinambela, 2016:170).”

Selain dengan dilakukannya pelatihan, motivasi juga merupakan salah satu faktor sebagai upaya peningkatan kinerja guru. Motivasi merupakan bagaimana cara atasan (kepala sekolah) mendorong gairah kerja bawahan (guru), agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan, pengetahuan dan ketrampilan mereka untuk mewujudkan tujuan sekolah tersebut.

Hasibuan (1999 dalam Sutrisno, 2017:110), “Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.”

“Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau tidak pada hakekatnya ada secara internal dan eksternal yang dapat positif atau negatif untuk mengarahkannya sangat bergantung kepada ketangguhan manajer (Ardana et al., 2012:193).”

Oleh karena itu, seorang manajer atau kepala sekolah harus selalu memberikan motivasi yang tinggi kepada guru dalam melaksanakan tugasnya. Sekalipun harus diakui bahwa motivasi bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi kinerja guru. Adapun juga gaya kepemimpinan kepala sekolah yang menjadi salah satu faktor dalam peningkatan kinerja guru.

Pada dasarnya gaya kepemimpinan kepala sekolah adalah suatu pola perilaku yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam mempengaruhi guru dengan menerapkan berbagai gaya dalam bersikap maupun bertindak sesuai dengan situasi yang dihadapi. Keberhasilan ataupun kegagalan seorang kepala sekolah ditentukan oleh gaya bersikap dan bertindak seorang kepala sekolah yang bersangkutan.

Gaya kepemimpinan adalah pola perilaku yang ditunjukkan oleh pemimpin dalam mempengaruhi orang lain. Pola perilaku tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti nilai-nilai, asumsi, persepsi, harapan, maupun sikap yang ada dalam diri pemimpin. Berbagai penelitian tentang gaya kepemimpinan yang dilakukan para ahli mendasarkan pada asumsi bahwa pola perilaku tertentu pemimpin dalam mempengaruhi bawahan ikut menentukan efektivitasnya dalam memimpin (Ardana et al., 2012:181).

Indra Bastian dalam Irham Fahmi (2014:128), menyatakan bahwa “ Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/ program/ kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (strategic planning) suatu organisasi.”

Prawirosetono (1999 dalam Sinambela, 2016:480) menyatakan bahwa “Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.”

Maka kinerja guru yang baik akan terwujud jika guru mempunyai kemampuan menyelesaikan pekerjaan atau tugas yang menjadi tanggung jawabnya masing-masing. Seorang kepala sekolah harus dapat memberikan suatu dorongan atau motivasi serta melakukan pelatihan pada guru yang dinilai memiliki kinerja yang kurang baik. Masalah yang sering dihadapi kepala sekolah adalah mencari cara yang paling terbaik agar dapat menggerakkan dan meningkatkan kinerja guru, sehingga secara sadar dan bertanggung jawab melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya.

Selama penulis bekerja di SMPN 1 Rowokangkung hal yang membuat penulis ingin melakukan penelitian ini adalah kinerja guru yang kurang baik dan meskipun mereka telah mengikuti pelatihan tetapi hasil kinerja yang didapat kemungkinan belum diterapkan dalam proses belajar mengajar serta motivasi dan gaya kepemimpinan dari kepala sekolah yang kurang. Melihat betapa pentingnya pelatihan, motivasi serta gaya kepemimpinan kepala sekolah sebagai beberapa faktor yang dapat meningkatkan serta mempengaruhi kinerja guru. SMPN 1 Rowokangkung didirikan sejak tahun 1986 di Jl. Raya Rowokangkung Kec. Rowokangkung Kab. Lumajang diawali dengan nama SMPN 3 Djatiroto hingga bisa berganti nama berdasarkan rayon sendiri menjadi SMPN 1 Rowokangkung sekolah ini masih tetap jaya meskipun harus bersaing dengan sekolah-sekolah baru lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut “Untuk mengetahui pengaruh Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung”.

KAJIAN PUSTAKA

Pelatihan

Rivai dan Sagala (2009 dalam Sinambela, 2016:169), “Pelatihan adalah proses yang sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi, yang berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini”. Indikator – indikator dalam pelatihan ini diambil berdasarkan (Sinambela, 2016:173) sebagai berikut:

- a. Sikap
- b. Pengetahuan
- c. Ketrampilan
- d. Kinerja
- e. Perencanaan Karier

Motivasi (X2)

“Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau tidak pada hakekatnya ada secara internal dan eksternal yang dapat positif atau negatif untuk mengarahkannya sangat bergantung pada ketangguhan sang manajer (Ardana et al., 2012:193).”

Indikator – indikator dalam motivasi ini diambil berdasarkan pendekatan McClelland dalam (Ardana et al., 2012:196) sebagai berikut:

- a. *Need for Achievement (nAch)*
Kebutuhan akan prestasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau lebih efisien, memecahkan masalah, atau menguasai tugas yang sulit.
- b. *Need for Power (nPow)*
Kebutuhan akan kekuasaan yaitu keinginan untuk mengawasi atau mengendalikan orang lain, mempengaruhi perilaku mereka, atau bertanggung jawab atas orang lain.
- c. *Need for Affiliation (nAff)*
Kebutuhan akan afiliasi yaitu keinginan untuk membangun dan memelihara hubungan yang bersahabat dan hangat dengan orang lain (Ardana et al., 2012:196).

Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan adalah pola perilaku yang ditunjukkan oleh pemimpin dalam mempengaruhi orang lain. Pola perilaku tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti nilai-nilai, asumsi, persepsi, harapan maupun sikap yang ada dalam diri pemimpin. Berbagai penelitian tentang gaya kepemimpinan yang dilakukan para ahli mendasarkan pada asumsi bahwa pola perilaku tertentu pemimpin dalam mempengaruhi bawahan ikut menentukan efektivitasnya dalam memimpin (Ardana et al., 2012:181). Chapman dalam (Sunyoto, 2002:35) indikator-indikator di dalam Gaya Kepemimpinan adalah, sebagai berikut:

- a. Cara berkomunikasi
Setiap pemimpin harus mampu memberikan informasi yang jelas dan untuk itu harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dan lancar.
- b. Pemberian motivasi
Seorang pemimpin selain mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi yang baik dan lancar, tentu saja mempunyai kemampuan untuk memberikan dorongan-dorongan atau memberi motivasi kepada bawahannya, baik motivasi secara finansial atau nonfinansial.
- c. Kemampuan memimpin
Tidak setiap orang atau pemimpin mampu memimpin, karena yang berkenaan dengan bakat seseorang untuk mempunyai kemampuan memimpin adalah berbeda-beda.
- d. Pengambilan keputusan
Seorang pemimpin harus mampu mengambil keputusan berdasarkan fakta dan peraturan yang berlaku di perusahaan serta keputusan yang diambil tersebut mampu memberikan motivasi bagi karyawan untuk bekerja lebih baik bahkan mampu memberikan kontribusi bagi peningkatan produktivitas kerja.
- e. Kekuasaan yang positif

Seorang pemimpin dalam menjalankan organisasi atau perusahaan walaupun dengan gaya kepemimpinan yang berbeda-beda tentu saja harus memberikan rasa aman bagi karyawan (bawahan) yang bekerja (*positive leadership*).

Bagian inti merupakan isi artikel ilmiah yang mencakup landasan teori. Landasan teori berisi teori-teori atau konsep-konsep dasar yang dipergunakan dalam membahas masalah serta penelitian terdahulu yang memiliki topik yang sama. (Arial, 10, spasi 1)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2013:11), “Penelitian assosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih”. Sedangkan kausal adalah hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua guru di SMPN 1 Rowokangkung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Nonprobability Sampling*, menurut Sugiyono (2015:154) menyatakan bahwa “*Nonprobability Sampling* adalah tehknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih mejadi sampel”.

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013:169). Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier sederhana bahwa data harus berdistribusi normal.

Setelah dilakukan analisis regresi linier sederhana kemudian dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji t (uji parsial) yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan dan loyalitas pelanggan). Selanjutnya dilakukan Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi. Tingkat ketepatan dalam koefisien determinasi itu biasanya dinyatakan dalam prosentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil ujiasumsiklasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsiklasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Regresi Linier Berganda Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.986	5.419		2.027	.050		
	PELATIHAN	.045	.144	.044	.316	.754	.973	1.028
	MOTIVASI	.584	.177	.562	3.294	.002	.634	1.576
	GAYA KEPEMIMPINAN	.022	.270	.014	.083	.934	.642	1.559

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Model persamaan regresi dari tabel di atas dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 10.986 + 0,045X1 + 0,584X2 + 0,022X3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 10.986 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian akan sama dengan 10.986 jika nilai pelatihan (X_1), motivasi (X_2) dan gaya kepemimpinan (X_3) sama dengan 0.
- Koefisien pelatihan (X_1) sebesar 0,045 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai pelatihan akan meningkatkan kinerja guru sebesar 0,045 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai pelatihan akan menurunkan kinerja guru sebesar 0,045, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu motivasi (X_2) dan gaya kepemimpinan (X_3) konstan atau tetap.
- Koefisien motivasi (X_2) sebesar 0,584 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai motivasi akan menaikkan kinerja guru sebesar 0,584 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai motivasi akan menurunkan kinerja guru sebesar 0,584, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu pelatihan (X_1) dan gaya kepemimpinan (X_3) konstan atau tetap.
- Koefisien gaya kepemimpinan (X_3) sebesar 0,022 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai gaya kepemimpinan akan menaikkan kinerja guru sebesar 0,022 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai gaya kepemimpinan akan menurunkan kinerja guru sebesar 0,022, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu pelatihan (X_1) dan motivasi (X_2) konstan atau tetap.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial variabel independen (pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan) terhadap variabel dependen (kinerja). Hasil pengolahan SPSS untuk uji t adalah sebagai berikut ini:

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(n - 2) = 40 - 2 = 38$, maka diperoleh t tabel = $\pm 2,024$.

- Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu pelatihan diperoleh nilai t hitung = 0,316 dengan signifikansi 0,754. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t hitung $(0,316) < t$ tabel $(2,024)$, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,754 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh pelatihan yang signifikan terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung.
- Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu motivasi diperoleh nilai t hitung = 3,294 dengan signifikansi 0,02. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t hitung $(3,294) > t$ tabel $(2,024)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,02 yang berada dibawah signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh motivasi yang signifikan terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung.
- Hasil uji t pada variabel X_3 yaitu gaya kepemimpinan diperoleh nilai t hitung = 0,083 dengan signifikansi 0,934. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t hitung $(0,083) < t$ tabel $(2,024)$, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,934 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh gaya kepemimpinan yang signifikan terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda simultan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.759	3	34.253	6.055	.002 ^a
	Residual	203.641	36	5.657		
	Total	306.400	39			

a. Predictors: (Constant), GAYA KEPEMIMPINAN, PELATIHAN, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai F hitung = 6,055 dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F tabel sebesar 2,866. Ini berarti F hitung $> F$ tabel, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung.

Hasil Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Koefesien Determinan
Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.280	2.37838

a. Predictors: (Constant), GAYA KEPEMIMPINAN, PELATIHAN, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,335. Hal ini berarti 33,5% kinerja guru dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu pelatihan, motivasi dan gaya kepemimpinan, sedangkan sisanya yaitu 66,5% kinerja guru dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung

Hasil penelitian atas pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Guru menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung. Pelatihan tidak berpengaruh terhadap kinerja guru dalam penelitian ini karena berdasarkan umur responden yang ada di SMPN 1 Rowokangkung memiliki usia paling banyak diatas 40 tahun dan sudah mendekati usia pensiun. Oleh karena itu, meskipun telah mengikuti pelatihan tidak akan meningkatkan kinerjanya karena dengan usianya tersebut mereka sudah tidak produktif lagi untuk mengikuti atau bahkan menerapkan hasil yang didapat dari pelatihan.

Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung

Hasil penelitian atas pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Pada penelitian ini motivasi adalah satu-satunya faktor yang mempengaruhi kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung. Setelah guru termotivasi oleh kepala sekolah maka mereka akan melaksanakan segala tugas yang diberikan oleh kepala sekolah dengan maksimal. Adapun jenis motivasi yang dapat mempengaruhi kinerja guru tersebut dalam bentuk material atau penghargaan, jabatan, kenaikan upah.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung

Hasil penelitian atas pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Pada penelitian ini gaya kepemimpinan termasuk faktor kedua setelah pelatihan yang tidak mempengaruhi kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung. Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung karena usia responden paling banyak diatas 40 tahun dan mereka jarang atau bahkan tidak akan menggubris apa yang diinstruksikan oleh kepala sekolah yang memiliki usia dibawah mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Mulai dari perumusan masalah, tujuan masalah dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

- Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung. Hal ini dikarenakan indikator Pelatihan seperti yang tercantum pada instrumen penelitian yaitu: sikap, pengetahuan, ketrampilan, kinerja, perencanaan karier di SMPN 1 Rowokangkung tidak sesuai sehingga Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung tidak maksimal.
- Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh Motivasi Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini terjadi karena di SMPN 1

Rowokangkung sudah menerapkan indikator motivasi seperti “Kebutuhan akan prestasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau lebih efisien, memecahkan masalah, atau menguasai tugas yang sulit”. Pada indikator tersebut guru menginginkan prestasi dari hasil kerja kerasnya dan kepala sekolah akan mengapresiasi kerja keras guru tersebut dengan mengikutsertakan guru yang memiliki kinerja yang baik dalam lomba guru berprestasi.

- c. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung. Hal ini dikarenakan indikator gaya kepemimpinan seperti yang tercantum pada instrumen penelitian yaitu: cara berkomunikasi, pemberian motivasi, kemampuan memimpin, pengambilan keputusan, kekuasaan yang positif tidak diterapkan secara maksimal oleh kepala sekolah sehingga menyebabkan gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kinerja guru di SMPN 1 Rowokangkung.
- d. Dari hasil penelitian diketahui uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel Pelatihan, Motivasi, dan Gaya Kepemimpinan secara simultan signifikan berpengaruh positif terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung. Hal ini mengindikasikan bahwa Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan secara bersama-sama mempengaruhi Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung sebesar 33,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil Uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 yang menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan secara simultan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung dapat diterima, dan H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan secara simultan terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung ditolak.

Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan secara simultan mempengaruhi meningkatnya Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung. Hal ini memang benar, karena ketika guru telah mengikuti pelatihan serta sudah termotivasi dan kepala sekolah mampu memimpin dengan baik, maka secara otomatis mereka akan cenderung memiliki kinerja yang baik disekolahnya. Mereka akan saling membantu dengan kemauannya sendiri dan akan bekerjasama demi meningkatkan kinerja di SMPN 1 Rowokangkung. Dalam hal ini tentu dibutuhkan pemimpin yang baik, supaya bisa menjadikan guru merasa puas dengan kinerjanya dan berkomitmen untuk sekolahnya, karena pada hakekatnya kepala sekolah dan guru saling bergantung dan harus saling menguntungkan demi majunya kinerja sekolah tersebut.

Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat Pelatihan, Motivasi dan Gaya Kepemimpinan kepala sekolah, maka semakin tinggi pula tingkat Kinerja yang baik.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Bagi STIE Widyagama Lumajang
Dengan penelitian ini, dapat dijadikan untuk bahan informasi, perkembangan ilmu dan kreativitas mahasiswa STIE Widyagama Lumajang khususnya di bidang MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia).
- b. Bagi SMPN 1 Rowokangkung
Disarankan agar kepala sekolah mengirimkan guru yang memiliki usia produktif untuk mengikuti pelatihan serta mempertahankan tingkat motivasi guru yang sudah baik, seperti pemberian apresiasi terhadap kinerja guru yang baik dan kepala sekolah mampu menerapkan gaya kepemimpinan yang lebih tegas meskipun usia kepala sekolah lebih muda dari kebanyakan guru. Hal ini supaya kinerja guru yang baik tetap terjaga dan semakin meningkat. Meskipun dalam penelitian ini Pelatihan dan Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Rowokangkung, namun guru di SMPN 1 Rowokangkung harus tetap bekerja sama demi kepentingan sekolah.
- c. Bagi Peneliti Lain
Diharapkan bagi peneliti selanjutnya lebih memperluas dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti lain dapat melengkapi dengan variabel independen dan dependen lain yang belum diangkat oleh peneliti dahulu agar hasil tersebut mempunyai perkembangan yang semakin sempurna.

DAFTAR PUSTAKA (Arial, 10, Bold)

- Ardana, I. K., Mujiati, N. W., & Utama, I. W. M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fahmi, I. (2014). *Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi dan kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja (Pertama, pp. 170–175)*. Jl. Sawo Raya No. 18 Jakarta: Sinar Grafika

Offset.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*: Bandung. Alfabeta.

. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan Reseach and Development*: Bandung: Alfabeta.

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UD Venus Lumajang

Dian Febri Ayu Safitri¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: dian.feby@yahoo.com

Deni Esti Lestari²
STIE Ekonomi Widya Gama Lumajang
email:deniesti77@gmail.com

M. Hudi Setyobakti.³
STIE Widya Gama Lumajang
email:hudisetiyobakti@gmail.com

Abstrak

Studi ini fokus pada upaya menentukan hal terpenting dalam mempengaruhi Loyalitas Pelanggan UD VENUS Lumajang. penelitian ini menginvestigasi pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan UD VENUS Lumajang. Dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda, sebanyak 40 responden dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner yang dikembangkan terdiri dari 18 indikator menggunakan skala likert 1 sampai 5. Tingkat validitas dan konsistensi internal (reliabilitas) telah terkonfirmasi dengan kriteria yang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa model secara empiris tervalidasi dengan baik berdasarkan data persepsi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Harga dan Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. dengan koefisien determinasi ($adjustedR^2$) di peroleh sebesar 0,416 yang menunjukkan 41,6% produktivitas kerja dapat di jelaskan oleh harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 58,4% loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini antara lain kualitas produk, Lokasi, word of mouth, keputusan pembelian dan lain-lain. Implikasi dari studi ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan perspektif yang lebih baik tentang bagaimana Loyalitas Pelanggan terutama dalam bidang perdagangan.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study focuses on determining the most important thing in influencing Customer Loyalty UD VENUS Lumajang. this research investigates the influence of Price, Promotion and Quality of Service to UD VENUS Lumajang customer loyalty. Using Multiple Linear Regeresi method, 40 respondents were selected as participants in this study. Data were collected by distributing the questionnaire developed consisting of 18 indicators using the likert scale of 1 to 5. The degree of validity and internal consistency (reliability) has been confirmed with good criteria. So it can be said that the model is empirically validated well based on perceptual data. The result of the research shows that Price and Promotion Variables do not influence significantly to Customer Loyalty while Service Quality Variables significantly influence Customer Loyalty. with the coefficient of determination ($adjustedR^2$) obtained by 0.416 which shows 41.6% work productivity can be explained by price, promotion and service quality, while the remaining 58.4% customer loyalty influenced by other variables that are not in the research These include product quality, location, word of mouth, purchasing decisions and others. The implications of this study can be useful for developing a better perspective on how Customer Loyalty is primarily in the field of trade.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, perkembangan perekonomian indonesia mengalami kenaikan cukup signifikan dari tahun ke tahun, Adanya stabilitas politik, ekonomi, sosial, budaya dan keamanan yang kondusif, memicu para investor baik dari dalam maupun luar negeri tertarik untuk berinvestasi dan mengembangkan usahanya. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan

karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Guna meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk maka perusahaan perlu mengenalkan produk yang ditawarkan agar konsumen maupun calon konsumen dapat memahami kelebihan produk. Promosi merupakan salah satu variabel penting didalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan dalam usaha memasarkan produk atau jasanya. Begitu pula dengan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi toko dalam menarik minat beli konsumen. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Alasan peneliti mengambil UD VENUS ini untuk diteliti karena UD VENUS adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan alat tulis sekolah, namun kini bukan hanya menjual alat-alat tulis bisa dikatakan kini UD VENUS seperti toserba yang menjual barang kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan dari uraian diatas, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan UD VENUS Lumajang”.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Malau (2017:125-126) “harga adalah nilai yang disebutkan dalam bentuk mata uang seperti rupiah, dinar atau dollar atau medium moneter lainnya sebagai nilai tukar. Menurut Oentoro (2012) dalam Sudaryono (2016:216) “Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu “. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian Hargasebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*)tas kepemilikan atau penggunaan suatu prosuk atau jasa.

Promosi

Menurut Swastha dalam Subagyo (2010:132) “ kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan”. Lupiyoadi (2013:178) “promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa”. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan pengertian promosi adalah usaha dari pemasaran dalam meginformasikan dan memepengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Kualitas pelayanan

Menurut Algifari (2016:02) “pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Menurut Whyckof dalam Algifari (2016:02) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan pengertian kualitas pelayanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa.

Loyalitas Pelanggan

Hal yang sama dinyatakan oleh Schiffman et al dalam mutua (2011) “bahwa loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ualng atau *attitudinal commitment*”. Bendapudi dan Berry loyalitas pelanggan dalm konteks pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dnegan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari komunitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang semua atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan pengertian loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Hipotesis

Hipotesis Pertama

H0 : tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

Ha : terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

Hipotesis Kedua

H₀ : tidak terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

H_a : terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

Hipotesis ketiga

H₀ : tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

H_a : terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

Hipotesis keempat

H₀ : tidak terdapat pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

H_a : terdapat pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Sugiyono (2008:37) populasi dan teknik pengambilan sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang telah membeli produk di UD VENUS Lumajang rentang waktu maret s.d mei 2018.

b. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiono, 2015:139).

Variabel penelitian

a. Variabel independen

Variabel independen dilambangkan dengan (X) memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependen (Y). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah:

1. Harga (X₁)
2. Promosi (X₂)
3. Kualitas Pelayanan (X₃)

b. Variabel dependen

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Husein Umar, 2011:131) antara lain:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi
n = Jumlah observasi / responden
X = Skor butir
Y = Skor total

“Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid” (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

“Pengujian reliabilitas instrumen dapat di lakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat di lakukan dengan test- retest (*stability*), *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reabilitas dapat di uji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu” (Sugiyono, 2008:130).

Pengujian Normalitas Data

Penjelasan Normalitas data menurut Husein Umar (2011:181) dapat dijelaskan pada penjelasan berikut ini:

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian Multikolinieritas

Menurut Umar (2011:177), "uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus di atasi".

Pengujian Heteroskedastisitas

"Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya" (Hanke dan Reitsch, 1998 dalam Mudrajad Kuncoro, 2007:96). "Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang daripada runtut waktu, maupun juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata" (Ananta, 1987 dalam Mudrajad Kuncoro, 2007:96).

Analisis Regresi Linier Berganda

"Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)" (Mudrajad Kuncoro, 2007:77).

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat (Kuncoro 2007: 81).

Adapun beberapa langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

H_a : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

e. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

f. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang

1. Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$

2. Menentukan kriteria pengujian:

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

4. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

Uji F (Simultan)

Menurut Kuncoro (2007:82), uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

Adapun hipotesis keempat dapat dilihat sebagai berikut:

1. Hipotesis Kelima
 H_0 : Tidak terdapat Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan pada UD VENUS Lumajang.
 H_a : Terdapat Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pelanggan pada UD VENUS Lumajang.
2. Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$
3. Menentukan kriteria pengujian:
 Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan UD VENUS Lumajang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah UD VENUS Lumajang

UD VENUS Lumajang merupakan salah satu usaha yang kegiatan utamanya adalah menjual alat-alat tulis kantor, peralatan kantor, perabot rumah tangga, dan percetakan. UD VENUS Lumajang yang bertempat di Jl. Kyai Ilyas Nomor 170 Lumajang dalam melaksanakan operasionalnya menggunakan sistem yang telah diatur pada Undang – Undang Nomor 74 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa pembangunan di bidang ekonomi diarahkan dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. UD VENUS didirikan sekitar 48 tahun yang lalu di Kabupaten Lumajang tepatnya pada tahun 1970 oleh NY. Iskandar sebagai pemilik usaha tunggal. Setelah beberapa tahun UD VENUS menjadi semakin dikenal orang karena terkenal akan pelayanan yang baik, dan memiliki produk yang murah, namun berkualitas dibanding dengan Usaha Dagang lainnya, dan memiliki konsumen dengan jumlah yang sudah berkembang dari pada sebelumnya, hingga saat ini memiliki banyak pelanggan yang selalu melakukan pembelian di UD VENUS Lumajang.

Deskripsi Responden

a. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	21	53 %
2	Perempuan	19	47 %
Total		50	100 %

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 53% sedangkan perempuan hanya 19 orang atau sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli di UD VENUS Lumajang lebih banyak laki-laki.

b. Deskripsi Responden Menurut Umur

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	21 – 29 Tahun	23	58 %
2	30 – 39 Tahun	12	30 %
3	40 – 49 Tahun	5	12 %
Total		45	100 %

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2018

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur 21-29 tahun yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 58% Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang pernah membeli di UD VENUS Lumajang lebih banyak yang berumur 21-29 tahun.

c. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 3. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pegawai Swasta	7	18%
2	Pegawai Negri	2	5 %
3	Polisi atau TNI	15	37 %
4	Wiraswasta	15	37 %
5	Lainya	1	3 %
Total		40	100 %

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2018

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang bekerja sebagai polisi atau TNI dan wiraswasta yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 37% Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli di UD VENUS Lumajang lebih banyak yang bekerja sebagai pilisi atau TNI dan wiraswasta.

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

a. Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

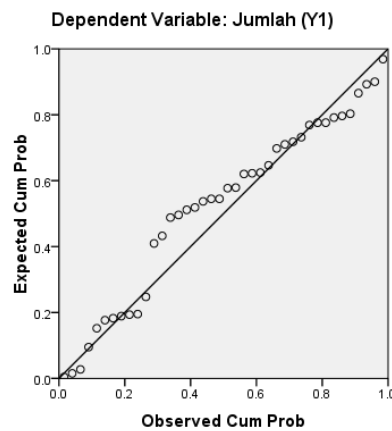
Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

No.	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikan si	Ket.
1.	Harga (X_1)				
	- Pernyataan 1	0,616	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,590	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,420	0,3	0,007	Valid
2.	Promosi (X_2)				
	- Pernyataan 1	0,517	0,3	0,001	Valid
	- Pernyataan 2	0,568	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,510	0,3	0,001	Valid
	- Pernyataan 4	0,477	0,3	0,002	Valid
3.	Keragaman Produk (X_3)				
	- Pernyataan 1	0,642	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,683	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,712	0,3	0,001	Valid
	- Pernyataan 4	0,513	0,3	0,000	Valid
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)				
	- Pernyataan 1	0,789	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,879	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,817	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,848	0,3	0,000	Valid

Sumber data : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner dengan SPSS 16, 2018

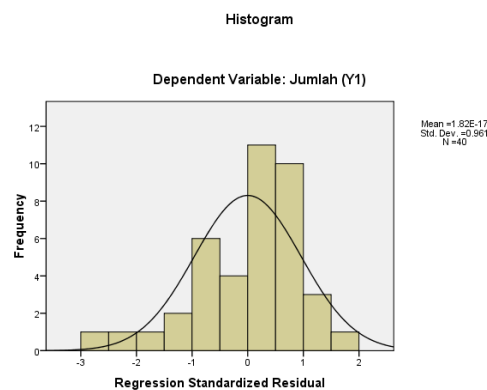
Hasil Pengujian Normalitas Data dan *Normal Probability Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Hasil Pengujian Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas data menunjukkan bahwa pada grafik normal probability plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik di atas menunjukkan bahwa model regresi layak di pakai karena memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot

Hasil pengujian normalitas data menunjukkan bahwa pada grafik *normal probability plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Hasil Pengujian Multikolinieritas

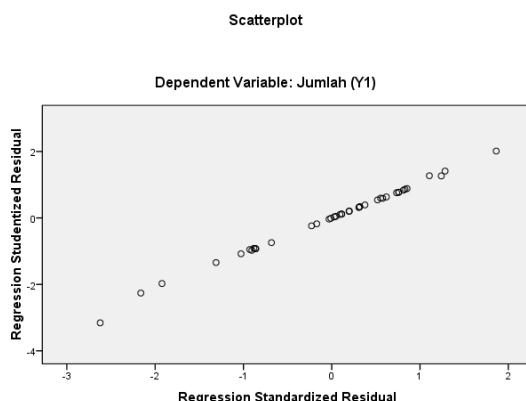
Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X_1)	0,898	1.113	Bebas Multikolinieritas
Promosi (X_2)	0,998	1.002	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,899	1.112	Bebas Multikolinieritas

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS 16, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.870	4.167		1.169	.250		
Jumlah (X1)	.132	.162	.110	.816	.420	.898	1.113
Jumlah (X2)	-.054	.119	-.059	-.459	.649	.998	1.002
Jumlah (X3)	.563	.126	.598	4.452	.000	.899	1.112

a. Dependent Variable: Jumlah (Y1)

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS 16, 2018

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,870 - 0,132X_1 + -0,054X_2 + 0,563X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Pelanggan
- 4,870 = Konstanta
- 0,132 = Koefisien Harga
- 0,054 = Koefisien Promosi
- 0,563 = Koefisien Kualitas Pelayanan
- X₁ = Harga
- X₂ = Promosi
- X₃ = Kualitas Pelayanan

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	4.870	4.167		1.169	.250		
	Jumlah (X1)	.132	.162	.110	.816	.420	.898	1.113
	Jumlah (X2)	-.054	.119	-.059	-.459	.649	.998	1.002
	Jumlah (X3)	.563	.126	.598	4.452	.000	.899	1.112

a. Dependent Variable: Jumlah (Y1)

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS 16, 2018

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka di perlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $(n - 2) = 40 - 2 = 38$, maka akan di peroleh hasil

t_{tabel} sebesar 2,024.

Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.367	1.32873

a. Predictors: (Constant), Jumlah (X3), Jumlah (X2), Jumlah (X1)

b. Dependent Variable: Jumlah (Y1)

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS 16, 2018

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,416. Hal ini berarti 41,6% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 58,4% loyalitas pelanggan dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu variabel: kualitas produk, lokasi, *word of mouth*, keputusan pembelian dan lain-lain.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang pernah membeli pada UD VENUS Lumajang memberikan tanggapan kurang atau ragu-ragu terhadap variabel harga walaupun demikian variabel Harga. Sebagai penjelasan fenomena tentang mengapa variabel Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, karena bagi pelanggan UD VENUS melakukan pembelian dan menjadi pelanggan tetap pada UD VENUS pada mulanya bukan karena Harga yang diberikan oleh UD VENUS yang lebih bersaing dengan Usaha Dagang lainnya, karena sekalipun UD VENUS juga mengambil dari distributor dengan harga yang sama tidak berbeda dengan Usaha Dagang lainnya. Dan dari sana pelanggan mampu menilai bahwa UD VENUS tidak memberikan harga yang jauh lebih murah dari yang lain tetapi, Pelanggan bisa mengenal UD VENUS melalui sistem promosi oleh orang lain. Sebagai penjelasan fenomena tentang mengapa variabel Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena bagi pelanggan UD VENUS melakukan pembelian dan menjadi pelanggan tetap pada UD VENUS pada mulanya bukan karena Harga yang diberikan oleh UD VENUS yang lebih bersaing dengan Usaha Dagang lainnya, karena sekalipun UD. VENUS juga mengambil dari distributor dengan harga yang sama tidak berbeda dengan Usaha Dagang lainnya. Dan dari sana pelanggan mampu menilai bahwa UD VENUS tidak memberikan harga yang jauh lebih murah dari yang lain tetapi, Pelanggan bisa mengenal UD VENUS melalui sistem promosi oleh orang lain. Atas kondisi ini maka disarankan kepada UD VENUS Lumajang dan semua penjual atau pemilik UD untuk membuat kesepakatan dan mencari cara terbaik bagaimana menangani atau mengatasi persepsi buruk pelanggan tentang UD VENUS Lumajang dan mencari penyelesaian bagaimana menstabilkan harga. Bagaimana membuat harga produk yang ada di UD VENUS Lumajang agar tidak semakin naik dan agar pelanggan UD VENUS Lumajang tetap menganggap UD VENUS Lumajang sebagai tempat membeli produk-produk kebutuhan yang utama dimata pelanggan mempertahankan pelanggan agar loyal membeli pada UD VENUS Lumajang.

Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang pernah membeli pada UD VENUS Lumajang memberi tanggapan ragu-ragu

dan setuju terhadap variabel promosi. Hal ini bisa dijelaskan bahwa variabel promosi tidak mempengaruhi pelanggan untuk melakukan suatu pembelian. Arti dari promosi itu sendiri merupakan *usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya*. Oleh karena itu, semakin baik promosi suatu usaha semakin tinggi pula pengaruhnya dalam menarik pelanggan untuk tetap melakukan pembelian pada pusat perbelanjaan tersebut, Seperti yang terjadi pada UD VENUS Lumajang ini. Dilihat dari segi promosi, UD VENUS Lumajang melakukan promosi melalui internet. Bukan hanya melakukan promosi melalui internet tapi UD VENUS Lumajang juga melakukan promosi melalui via radio sehingga dapat di dengar oleh masyarakat luas terutama yang bertempat tinggal di daerah Lumajang bukan hanya melakukan promosi melalui internet atau via radio tapi UD VENUS Lumajang melakukan promosi melalui mulut ke mulut yaitu dengan mendengar tentang pesan dan kesan yang di dengar oleh pelanggan yang sudah pernah membeli di UD VENUS Lumajang. Oleh karena itu, semakin baik promosi yang dibuat oleh UD VENUS Lumajang maka semakin pelanggan ingin datang dan membeli produk disana.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang pernah membeli pada UD VENUS Lumajang memberi tanggapan setuju terhadap variabel kualitas pelayanan. Hal ini bisa dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan suatu pembelian. Arti dari kualitas pelayanan itu sendiri merupakan *Whyckof dalam Algifari (2016:02) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen*. Dengan demikian pelayanan yang baik yang diberikan pada kosumen akan membuat pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dapat dilakukan dengan baik, dengan pelayanan yang baik pula maka pelanggan akan semakin senang datang dan membeli produk di UD VENUS Lumajang karena mempunyai pelayanan baik terhadap pelanggan dan pengunjung lainnya. Maka diharuskan sebuah UD melakukan pelayanan dengan baik pada pelanggan.

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang. Beberapa penelitian terdahulu antara lain penelitian yang dilakukan Merinda Tomida dkk (2016) dengan judul pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk Footwear Yongki Komaldi, Darmawati (2016) dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam memakai jasa percetakan CV. Rahmat Nur di Samarinda, Indah Dwi Kurniasih (2012) dengan judul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan studi pada bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris. Meskipun variabel Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan tetapi ketika digabungkan dengan variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan maka dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini berarti ketiga variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen memutuskan membeli pada UD VENUS Lumajang karena adanya harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang bersaing dengan pusat perbelanjaan sejenis. Secara bersama-sama (simultan) ketiga variabel independen ini yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 41,6% dimana sisanya yaitu 58,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam hal harga, harga menjadi hal yang paling sensitif untuk menciptakan konsumen yang loyal. Pengaruhnya yang sangat besar sebisa mungkin harus tercipta perasaan puas pelanggan agar dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara pusat perbelanjaan dan pelanggan agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi UD VENUS Lumajang. Atas kondisi ini disarankan kepada UD VENUS Lumajang untuk tetap menjaga promosi UD VENUS Lumajang yang baik dan jujur agar pelanggan menjadi percaya dan senang untuk melakukan pembelian di UD VENUS Lumajang. Selain promosi yang baik dan jujur juga diperlukan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan merasa di layani dengan baik dan agar pelanggan tetap menjadikan UD VENUS Lumajang menjadi tempat utama mereka membeli peralatan-peralatan kantor, peralatan sekolah dan juga kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan agar pelanggan yang datang di UD VENUS Lumajang tidak pindah ke tempat lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang, dengan menggunakan teknis analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.
- b. Variabel promosi terhadap variabel loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.
- c. Variabel Kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan loyalitas pelanggan pada UD VENUS Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- a. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, oleh karena itu disarankan kepada agar tetap menjaga kestabilan harga agar pelanggan yang datang merasa puas sehingga menciptakan loyalitas pelanggan yang baik.
- b. Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, oleh karena itu harus lebih mengadakan promosi yang baik dan jujur agar pelanggan yang datang senang dengan promosi yang baik dan jujur karena dengan adanya promosi yang baik dan jujur pelanggan tidak merasa dirugikan dikarenakan adanya promosi tersebut, selain itu dengan adanya promosi melalui internet dan via radio dapat lebih dikenal terutama di daerah Lumajang dan sekitarnya.
- c. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, oleh karena itu UD VENUS Lumajang harus senantiasa menjalankan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang datang karena dengan adanya pelayanan yang baik maka akan tercipta kualitas pelayanan yang baik di mata pelanggan selain itu diharapkan juga adanya fasilitas modern agar pelanggan merasa dilayani dengan cepat dan baik.
- d. Variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, oleh karena itu disarankan khususnya untuk harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan dapat dilayani dengan cepat dan baik demi tercipta loyalitas pelanggan.
- e. Variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 58,4% variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian terhadap obyek lain misalnya pusat perbelanjaan atau toko yang sama menjual peralatan kantor, alat-alat sekolah dan kebutuhan sehari-hari, dan terhadap variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan seperti harga, promosi dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. Mengukur Kualitas Pelayanan. Yogyakarta: Bpfe Yogyakarta. Hlm.02
- Kasmir, 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik), Cetakan Kedua. PT RajaGrafindo Persada : Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat. Hlm. 216-217
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 125-126
- Sudaryono. 2005. Revolusi Manajemen Pemasaran Jakarta: Mitra Wacana Media. Hlm. 216.
- Subagyo, Ahmad. 2010. Marketing In Bussines. Jakarta: Mitra Wacana Media. Hlm. 132
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Cetakan Keempat belas. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Cetakan Keenam belas. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Cetakan Keenam belas. Penerbit Alfabeta. Bandung.

- Suparyadi. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Andi. Yogyakarta
- Sutrisno, Edy. 20012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Keempat. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sutrisno, Edy. 20012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Keempat. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Umar, Husien.2011. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, EdisiKedua. PT RajaGrafindo Persada : Jakarta.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Imam Syahroni¹

STIE Widya Gama Lumajang
email : syahroni10imam@gmail.com

Ninik Lukiana²

STIE Widya Gama Lumajang
email: ibundaninik@gmail.com

Kasno T. Kasim³

STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti secara empiris dan menemukan kejelasan tentang pengaruh variable kualitas peoduk, harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *random sampling* dan model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan saling terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,788. Hal ini berarti 78% kepuasan pelanggan dapat oleh variabel kualitas produk, harga , kualitas layanan sedangkan sisanya 32% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu promosi, distribusi, dan faktor emosional.

Kata kunci: Kualitas Produk , Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this study is to obtain evidence empirically and find clarity about the influence of quality variable peoduk, price and quality of service affect customer satisfaction partially and simultaneously. Sample selection method used is random sampling and analysis model used is linear regression analysis. The results showed that partially the quality of the product on customer satisfaction, price to customer satisfaction and product quality to customer satisfaction, show interplay between the quality of service to customer satisfaction, price to customer satisfaction and product quality to customer satisfaction. While the coefficient of determination (R Square) obtained by 0.788. This means that 78% of customer satisfaction can be by product quality, price, service quality, while the remaining 32% customer satisfaction is influenced by other variables which are not examined in this research that is promotion, distribution, and emotional factor.

Keyword : Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan ini di tahun yang modern ini perkembangan masyarakat meningkat mulai dari sisi teknologi, budaya dan perkonomian. Masyarakat yang modern ini mempunyai dampak dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seperti berubahnya gaya hidup. Berubahnya gaya hidup masyarakat ini membuat mobilitas semakin tinggi sehingga membuat masyarakat menghabiskan waktu lebih banyak di luar rumah. Masyarakat tersebut lebih memilih makanan di tempat yang memiliki banyak menu makanan, tempat yang di anggap nyaman, harga yang ekonomi dan juga pelayanan yang nyaman seperti *cafe* dan restoran .

Bisnis *cafe* dan restoran di daerah sangatlah menjamur, banyaknya persaingan antar *cafe* dan restoran sangatlah ketat, tidak jarang *cafe* dan restoran gulung tikar karena pelanggan yang hilang. Besarnya minat masyarakat dan banyaknya pesaing yang ada membuat setiap restoran berusaha memberikan pengalaman yang baik pada pelanggan yang berkunjung. Ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik sebelumnya, pelanggan hampir tidak memerlukan pertimbangan lagi untuk kembali menggunakan layanan restoran tersebut. Pengalaman baik yang dialami pelanggan mengindikasikan bahwa restoran tersebut berhasil menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut yang nantinya mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang pernah pelanggan gunakan sebelumnya.

"Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya" (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2007:177) "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya". Kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tidak puas berarti kinerja di bawah harapan pelanggan, sebaliknya pelanggan akan puas jika kinerja dirasakan sesuai dengan harapan dari pelanggan. Beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh usaha penyajian makanan agar pelanggan mendapat kepuasan antara lain kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Kualitas produk dan harga hal penting dalam pelayanan yang di berikan oleh penyaji makanan terhadap konsumen.

"Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide dari" (Prasastono & Pradapa, 2012:). Dilihat dari penjelasan di atas bahwa kualitas produk mempunyai peranan utama dalam pemilihan konsumen dalam memilih produk dan juga bisa menarik pelanggan. Kualitas produk seringkali kita lihat beberapa makanan seringkali dinilai konsumen, dan hanya penilaian saja kualitas produk membuat pelanggan merasa puas. Kembalinya konsumen menikmati makanan atau sajian salah satunya kualitas produk yang ditawarkan apakah sesuai keinginan.

Harga juga tidak kalah penting dalam penentuan pembelian para konsumen. Tidak sering konsumen beralih dalam menentukan pembelianya, di karenakan kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang di berikan. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Menurut Soetojo (2001:62) "mengemukakan bahwa harga mempunyai banyak makna, sebagai contoh dalam bisnis asuransi harga sebagai contoh dalam bisnis konsultasi dan pialang di pialang di sebut *fee* bisnis industri manufaktur di sebut harga sedangkan dalam bisnis angkutan di sebut tarif angkutan".

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. Menurut Tjiptono, "kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan".

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut "Untuk mengetahui kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Café* Rumah Rawung".

Bagian pendahuluan berisi latar belakang pentingnya penelitian dilakukan. Pada bagian pendahuluan ini juga dibahas tentang kebaruan dari penelitian yang dilakukan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Kebaruan ini bisa dalam bentuk kontroversial dengan penelitian sebelumnya, bisa melanjutkan penelitian sebelumnya yang belum tuntas juga bisa perkembangan baru dari penelitian-penelitian sebelumnya. Pada bagian pendahuluan ini juga dicantumkan rumusan singkat tentang pokok bahasan dalam artikel tersebut. (Arial, 10, spasi 1)

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat” (Philip & Keller Kevin Lane, 2008:143). Menurut David. A. Aaker (2013:132) menyatakan bahwa “Sebuah produk (atau jasa) dan kompetensinya harus dibandingkan secara kritis dan obyektif dengan kompetisi serta harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2006:25), dimensi kualitas produk yang merupakan indikator dari kualitas produk, meliputi :

- a. Kinerja (*performance*).
- b. Keistimewaan tambahan (*feature*).
- c. Keandalan (*reliability*).
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*).
- e. Ketetapan kualitas (*perceived quality*).

Harga adalah “nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang” (H. Buchori Alma 2011:169). Menurut J. Etzel dalam (Danang, 2013:15) “Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar”

Dari teori di atas dapat disimpulkan harga adalah nilai dari suatu produk yang telah ditetapkan oleh pemasar yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen.

Indikator empiris yang digunakan untuk menjelaskan variabel harga adalah sebagai berikut :

- a. Harga Terdaftar.
- b. Diskon.
- c. Potongan Harga.
- d. Periode Pembayaran.
- e. Syarat Kredit.

(Kotler & Lane, 2009:24)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Tjiptono, (2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (Hardiansyah 2011:46) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Tangible* (berwujud)
- b. *Reliability* (kehandalan)
- c. *Responsiveness* (ketanggapan)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empathy* (Empati).

Menurut Kotler (2007:177), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.”

Indikator kepuasan konsumen, Lupiyodi (2001:158) :

- a. Kualitas Produk
- b. Kualitas pelayanan
- c. Emosional
- d. Harga
- e. Biaya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen *Café Rumah Rawung*. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan penelitian ini adalah Kuesioner, Observasi, dan studi pustaka.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validasi dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonarity*) dan heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui

pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013:169). Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier sederhana bahwa data harus berdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap varibel dependent, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil Analisis

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada smenunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.020	1.823		.559	.579		
1 X1	.285	.122	.296	2.338	.025	.366	2.734
X2	.475	.112	.430	4.236	.000	.570	1.754
X3	.403	.156	.294	2.585	.014	.454	2.203

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS

Dari perhitungan regresi linier berganda denagn menggunakan program SPSS for windows maka didapat hasil sebagai berikut :

$$Y=1,020 + 0,285X_1 + 0,475X_2 + 0,403X_3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- e. Nilai *constant* sebesar 1,020 menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan akan sama dengan 1,020 jika nilai kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) sama dengan 0.
- f. Koefisien kualitas produk (X_1) sebesar 0,285 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas produk akan menaikkan kepuasan sebesar 0,285 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kepuasan akan menurunkan kepuasan sebesar 0,285 dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu harga (X_2) dan kualitas layanan (X_3) konstan atau tetap.
- g. Koefisien harga (X_2) sebesar 0,475 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai harga akan menaikkan kepuasan sebesar 0,475 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai harga akan menurunkan kepuasan sebesar 0,475, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu kualitas produk (X_1) dan kualitas layanan (X_3) konstan atau tetap.
- h. Koefisien Kualitas layanan (X_3) sebesar 0,403 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas layanan akan menaikkankeputusan

pembelian sebesar 0,592 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai fasilitas akan menurunkan kepuasan sebesar 0,403 , dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) konstan atau tetap.

Uji T (Uji Parsial)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n-2$) = 40-2= 38, maka diperoleh t tabel = $\pm 2,024$. Jadi kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X_1) diperoleh nilai t hitung= 2,338 dengan tingkat signifikansi 0,025. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti $t_{tabel} (2,024) < t_{hitung} (2,338) < t_{tabel} (2,024)$, yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Berarti dapat pengaruh yang signifikan dalam kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung.
- Hasil uji t untuk variabel harga (X_2) diperoleh nilai t hitung= 4,236 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar $\pm 1,685$. Ini berarti $-t_{tabel} (-1,685) < t_{hitung} (4,236) < t_{tabel} (1,685)$, yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua dapat diterima yang berarti bahwa harga memiliki pengaruh dalam kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung.
- Hasil uji t untuk variabel kualitas layanan (X_3) diperoleh nilai t hitung= 2,585 dengan tingkat signifikansi 0,014. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar $\pm (2,024)$. Ini berarti $t_{tabel} (2,024) < t_{hitung} (2,585) < t_{tabel} (2,024)$, yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua dapat diterima yang berarti bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda silmutan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.866	3	147.955	44.719	.000 ^b
	Residual	119.109	36	3.309		
	Total	562.975	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1

Sumber : Data diolah, SPSS

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai F hitung = 12,274 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F tabel sebesar 2,866. Ini berarti F hitung >F tabel, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal adidas di Lumajang Sport Centre.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 4,987 lebih besar dari F tabel 3,35 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua terdapat pengaruh faktor sosial, psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel aluminium pada *home* industri berkah aluminium Lumajang.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa ada hubungan positif signifikan antara variabel kualitas produk, harga , kualitas layanan dalam melakukan kepuasan pelanggan *café* rumah rawung. Dengan demikian secara simultan terdapat pengaruh secara signifikan variabel X yang terdiri dari kualitas produk, harga , kualitas layanan dalam variabel Y kepuasan pelanggan *café* rumah rawung.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.788	.771	1.81895

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah, SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,788. Hal ini berarti 78,8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk harga, dan kualitas layanan, sedangkan sisanya yaitu 21,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung. Penelitian ini juga relevan dengan, (Gracia Sekartaji,2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan disebabkan oleh keinginan pribadi pelanggan dalam membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan terpengaruh . Hal itu sesuai dengan dominan setujunya pelanggan dalam menjawab quisioner dari pertanyaan indikator “Produk Cafe Rumah Rawung memberikan kebersihan dalam penampilan makanan “

Menurut Morgan dan Hunt (dalam Adi, 2012:5), mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan puas. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang dan jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Menurut Tjiptono, 2002:54) Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Adi, 2012:6). Kualitas produk berpengaruh dengan kepuasan pelanggan dilihat dari indikator kualitas produk yaitu kebersihan dan ke unikan pada makanan *café* rumah rawung pada hati pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di *Café* Rumah Rawung

Hasil penelitian menunjukkan harga mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung. Artinya harga berpengaruh signifikan. Bagi penelitian yang akan dilakukan untuk selanjutnya penelitian ini juga relevan dengan, (Gerardo Runtuuwu, 2014),(Oldhy Ardhana 2010) , menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Aspek-aspek yang diteliti dan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, maka untuk lebih mendalam faktor-faktor apa saja yang turut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *café* rumah rawung, perlu kiranya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2000 : 211) “Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayannya”. Hal tersebut sangatlah berpengaruh saling berkaitan dalam sebuah menentukan penjualan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika sesuai dengan apa yang di sajikan.

Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual produk sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan yang berdampak pada kuantitas atau banyaknya penjualan .

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Café* Rumah Rawung

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan di *café* rumah rawung. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan . Bagi penelitian yang akan dilakukan untuk selanjutnya penelitian ini juga relevan dengan, (Gerardo Runtuuwu, 2014), (Oldhy Ardhana 2010) , menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Aspek-aspek yang diteliti dan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, maka untuk lebih mendalam faktor-faktor apa saja yang turut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *café* rumah rawung, perlu kiranya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011 : 23) Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayan berpengaruh dalam kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga yang Paling Dominan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Rumah Rawung

Hasil penelitian menunjukkan harga paling dominan terhadap kepuasan konsumen di *café* rumah rawung. Penelitian ini juga relevan dengan, (Wijaya,2017) yang menyatakan bahwa harga yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen, variabel harga berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen disebabkan oleh keinginan pribadi konsumen dalam membeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan terpengaruh . Hal itu sesuai dengan dominan setujunya pelanggan dalam menjawab kuisioner dari pertanyaan indikator “Harga *café* rumah rawung g sesuai dengan kualitas yang di tawarkan “

Menurut Tjiptono (2005:10), “harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.”

Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Café* Rumah Rawung

Hasil menunjukkan bahwa faktor sosial dan psikolog kualitas produk harga dan kualitas layanan, terdapat pengaruh yang signifikan. Penelitian ini juga relevan dengan Dita Amanah (2010), Oldhy Ardhana (2010), Rita Taroreh (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk, hargadan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menciptakan kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik dilakukan. Sehingga secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *café* rumah rawung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Ketiga variabel yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di *Café* Rumah Rawung. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan bahwa dalam membentuk kepuasan konsumen perlu diperhatikan harga kemudian kualitas dari produk tersebut. Yang terakhir yaitu kualitas pelayanan dari *Café* Rumah Rawung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam. 2013. *Analisa Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk, terhadap Keputusan pembelian Hanphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*.
- Amarullah, Artika Romal dan Sasi Agustin. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*.
- Anwar, Sanusi. 2003. *Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu sosial dan Ekonomi, Edisi Pertama*. Buntara Media: Malang.
- Bian & Muntinho. 2011. *The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge in explaining Cunsomer Purchase Behaviour of Counterfaits Direct and Indirect Effects*.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.
- Stanton William J. 1984 *Fundamentals Of Marketing*. Sevent Edition. McGraw Hill,inc. Alihbahasa : DrsYohames Lamarto.1994.*Prinsip Pemasaran*.EdisiKetujuh. Jakarta :Erlangga.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy., Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik edisi 2*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Wangean, Ryanto Hariyandi dan Silvya L. Mandey. 2014. *Citra Merek, Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil All New KIA Rio di Kota Manado*.
- Yuniarti, Vinna Sri. *PerilakuKonsumen, (Teori dan Praktik)*. CV PustakaSetia: Bandung.

Analisis Strategi Pemasaran Perumahan pada PT. Rojoland Indonesia Build

Wira Nata Yuda¹

STIE Widya Gama Lumajang
email:wiranatayuda93@gmail.com

Moh. Hudi Setyo Bakti²

STIE Widya Gama Lumajang
email:hudisetiyobakti@gmail.com

Anisatul Fauziah,³

STIE Widya Gama Lumajang
email:anisatulfauziah3@gmail.com

Abstrak

Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan penjualan perusahaan karena perusahaan dapat menasar pelanggan potensial. Maka dari itu, hal yang menjadi masalah pada PT. Rojoland *Build* adalah apakah strategi pemasaran pada PT. Rojoland *Build* sudah tepat. Strategi pemasaran yang dianalisa secara rinci adalah strategi pemasaran *marketing mix 7P*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, strategi pemasaran 7P pada PT. Rojoland *Build* sudah baik, terbukti dengan masing-masing bauran pemasaran seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *customer service* saling mempengaruhi satu sama lain terhadap pemasaran dan hasil penjualan produk. Contohnya produk berkualitas, tempat strategis (mudah dijangkau dan dekat sarana prasarana umum), karyawan yang rapi dan ramah, proses yang mudah untuk melakukan transaksi serta pelayanan konsumen yang memuaskan ditunjang harga yang cocok sesuai pasar dengan promosi yang menggiurkan (Misalnya, memberikan fasilitas free furniture lengkap bagi pembeli secara tunai maupun melalui KPR) menjadikan nilai tambah bagi konsumen untuk memiliki perumahan Green Ndalem Ratu dan PT. Rojoland *Build* untuk memenuhi bahkan meningkatkan target penjualan.

Kata Kunci: strategi pemasaran, *marketing mix*, *marketing mix 7P*

Abstract

The right marketing strategy can boost company sales because the company can get the potential customers. Therefore, it is the problem on PT Rojoland Build is whether the marketing strategy at PT. Rojoland Build is right. Marketing strategies are analyzed in detail is a marketing strategy marketing mix 7P. In this study, the researcher used descriptive qualitative design. Based on the research that has been carried out 7P marketing strategy done PT. Rojoland Build is already good, proven with each such marketing mix product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), process (process), and the customer service of interplay with each other against the marketing and sales of the product. For example, a place of strategic quality product (easy to reach and close public infrastructure), a neat and friendly employees, a process that is easy to make deals as well as satisfying customer service, supported the price is suitable in accordance with the market an enticing promotion (for example, provide free furniture for the buyer in cash or installment) make the added value for the consumer to have residential Green Buildings Queen and PT.

Key Words: Analysis, *marketing strategy*, *marketing mix*, *marketing mix 7P*

PENDAHULUAN

Perkembangan investasi *property* di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan. Banyaknya peningkatan memicu timbulnya permintaan konsumen yang beraneka ragam. Perilaku berkonsumsi antara orang satu dan yang lainnya memiliki ciri unik tersendiri, karena preferensi dan sikap terhadap produk setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai kalangan lapisan masyarakat, sehingga keinginan, kebutuhan dan kemampuan pembelian juga berbeda. Tugas produsen adalah memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan dipasaran. Beragam perilaku konsumen menjadikan perusahaan membutuhkan suatu strategi yang tepat dan berkelanjutan untuk menjangkau setiap lapisan masyarakat dan meningkatkan penjualan. Maka dari itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar tetap dapat berjalan dan

berkembang dengan baik, khususnya bagi perusahaan *property* perumahan hal tersebut menjadi prioritas utama bagi kelangsungan penjualan perusahaan. Strategi penjualan yang kurang matang dapat menjadi blunder dan kelemahan perusahaan dalam bersaing. dengan perusahaan lainnya yang telah menerapkan strategi yang matang dan modern. Pada akhirnya, perusahaan yang memiliki strategi pemasaran kurang baik berimbas kepada penjualan melemah serta dapat menggiring perusahaan ke lubang kalam kerugian. Strategi penjualan secara situasional dapat mempengaruhi langkah-langkah yang diambil perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan kuantitas pelanggan secara efisien dan efektif melalui perencanaan strategis yang terorganisir dengan beberapa lingkup waktu seperti jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Perusahaan harus mampu membuat strategi pemasaran dengan baik dan tepat sasaran, maka dengan demikian perusahaan harus memperhatikan pendapat atau masukan dari konsumen. Karena posisi konsumen dapat mempengaruhi pencapaian dan tujuan akhir perusahaan, yaitu memperoleh laba dari pembelian produk atau jasa. Kenyataan ini menuntut perusahaan untuk membuka mata mengenai berbagai faktor yang mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk perumahan PT. Rojoland Indonesia *Build*. Minat beli merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan pada apa yang akan mereka lakukan. Menurut Budiyanto (2016) minat konsumen mencerminkan rasa suka konsumen terhadap produk. Berdasarkan hal tersebut maka perusahaan harus tepat merancang strategi pemasaran untuk menarik minat dari diri konsumen agar tertarik terhadap produk barang yang ditawarkan sehingga apabila konsumen telah berminat pada produk tersebut maka akan nada keputusan untuk membeli tersebut. Sehingga, menurut penulis strategi pemasaran akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli apabila strategi pemasaran yang dirumuskan dengan promosi, harga, produk, dan tempat memiliki atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen maka minat konsumen atau keputusan konsumen untuk membeli akan terbentuk.

Setiadi dalam Firdaus (2017) mengemukakan bahwa pengaruh bauran pemasaran termasuk dalam strategi pemasaran yang perlu disesuaikan dengan visi dan misi dari suatu perusahaan. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang dipertukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2012:383). Produk yang merupakan barang atau jasa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen sangat berpengaruh terhadap minat konsumen (Kotler & Armstrong, 2005:287). Hal terpenting dalam strategi ini adalah menetapkan lokasi atau outlet dimana konsumen dapat melihat dan membeli barang yang ditawarkan. Periklanan berupa surat kabar, banner, brosur, poster, *web-site* dan diskon yang ditawarkan, dapat menjadi daya tarik konsumen untuk berminat membeli. Zeithaml & Bitner dalam Abbas (2012) menyatakan bahwa bukti fisik adalah lingkungan dimana pelayanan diberikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi, dan fasilitas-fasilitas yang mendukung interaksi dalam memunculkan minat beli konsumen. Dalam tujuan mendapatkan minat konsumen yang tinggi, PT. Rojoland Indonesia *Build* sudah melaksanakan berbagai macam pemasaran. Diantaranya melalui brosur penjualan. Selain itu, PT. Rojoland Indonesia *Build* juga memberikan pelayanan yang menarik terhadap konsumen yang hadir untuk melihat contoh rumah yang adapada lokasi di Kabupaten Lumajang. Kegiatan pemasaran dilakukan dalam segala bidang seperti bisnis *property* atau perumahan. Bisnis *property* merupakan bisnis yang cukup menjanjikan, ditambah lagi ada unsur investasi didalamnya dan juga akan selalu berkembang karena merupakan salah satu kebutuhan papan manusia.

Seiring dengan adanya perusahaan-perusahaan baru yang membangun bisnis *property* di sekitar wilayah Lumajang, persaingan bisnis mulai lebih ketat. Masing-masing perusahaan gencar menawarkan produknya, Mereka semakin gencar memasarkan produknya dan promosi menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan. Berbagai cara dilakukan untuk menarik konsumen, melihat kondisi ini menimbulkan ancaman persaingan bagi PT. Rojoland Indonesia *Build*. Sehingga butuh dilakukan upaya untuk bersaing sehat dengan pasar. Penting untuk PT. Rojoland Indonesia *Build* untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah tepat. Harapannya hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi oleh PT. Rojoland Indonesia *Build* untuk memajukan perusahaan.

Berdasarkan rincian di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Pada Pt. Rojoland Indonesia *Build*”.

KAJIAN PUSTAKA

Kotler (2009:G5) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu interaksi yang terdiri dari individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan, serta menukar produk atau jasa dengan orang lain. Sedangkan pemasaran menurut Ibid dalam Maldina

(2016) adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai, dan membangun hubungan kuat dengan pelanggan, dengan tujuan mengangkat nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Berdasarkan pada pengertian-pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran adalah seluruh proses kegiatan usaha yang dilakukan baik oleh individu maupun suatu organisasi atau kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, serta permintaan konsumen melalui kegiatan-kegiatan perencanaan, penetapan harga, pelaksanaan promosi, dan pendistribusian barang dan jasa yang menuju pada sasaran yang diharapkan baik oleh perusahaan maupun oleh konsumen.

Penelitian ini mengacu pada bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler (2009:116), bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu alat yang dapat digunakan pemasar yang didalamnya terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang diperlukan pertimbangan agar penerapan strategi pemasaran dan tujuan yang ditetapkan dapat berjalan sukses serta sesuai rencana. Bauran pemasaran jasa adalah 4P, yaitu: *product, price, place* dan *promotion*. Sedangkan, untuk jasa para pakar telah menambah 3 unsur lagi menjadi 7P, yaitu: *product, price, place, promotion, people, process*, dan *customer service* (Manullang, 2006:26). Dimensi Strategi Pemasaran merupakan salah satu kombinasi dari beberapa variabel yang digunakan sebagai sarana oleh perusahaan untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, 2000). Produk dijelaskan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya, warna, kemasan, , kualitas, harga dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Kotler (2012: 383) mengemukakan bahwa harga merupakan satu- satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Dari berbagai macam bauran pemasaran harga merupakan hal yang paling *fleksibel*. Untuk merubah harga suatu produk tidak membutuhkan waktu lama, tidak seperti ciri khas (*feature*) produk dan perjanjian distribusi. Disisi lain, persaingan dan penetapan harga juga masalah nomor satu yang harus dihadapi perusahaan. Promosi merupakan salah satu alat penting dalam pemasaran dan sering disebut dengan proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat dapat menjadi awal tombak kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan. Sekarang terkenal dengan istilah *Promotional Mix*, yaitu kolaborasi strategi pemasaran terbaik dari variable periklanan, personal *selling* atau alat promosi lain, yang semua telah terencana untuk mencapai tujuan program penjualan. Tempat adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjajakan suatu produk yang telah diciptakan, untuk mudah diperoleh bagi konsumen dimanapun mereka berada. Orang (*people*)/ partisipan, juga berfungsi sebagai penyedia jasa, sangat mempengaruhi kualitas jasa pelayanan yang diberikan. Untuk mendapatkan kualitas, maka diperlukan pelatihan staf, sehingga karyawan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuannya untuk mendorong suatu kinerja, yang dapat memuaskan konsumen, Manullang (2015: 27). Proses dalam pemasaran jasa, terkait dengan kualitas jasa yang diberikan, terutama dalam hal sistem penyampaian jasa dengan kata lain, proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran, dikoordinasikan, untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan konsumen, mengarah kepada aktivitas pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi, akan turut mempengaruhi kegiatan saat transaksi dan pasca transaksi. Tujuan dari aktivitas ini adalah agar konsumen, member respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi (Manullang, 2015:27).

Berikut adalah beberapa jurnal atau skripsi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Vina Permatasari (2014) dengan judul Skripsi fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik, program studi ilmu administrasi niaga Depok. Universitas Indonesia, menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari 7P berjalan baik dan tepat. Osni Linda Yasmawaty Sianturi (2004) dengan judul analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan sistem multi level marketing (MLM) pada PT.Oriflame cabang Medan, didapatkan hasil dalam meningkatkan volume penjualan sistem multi level menunjukkan bahwa startegi pemasaran dalam meningkatkan volume PT.Oriflame cabang Medan penjualan berdampak tidak signifikan pada PT.Oriflame cabang Medan. Afdillah Firdaus (2017) Pengaruh strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (kasus pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. Efa Artha Utama. Riau, Menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari 4P berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (kasus pada perumahan surya mandiri teropong PT. Efa Artha Utama. Riau.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah diskriptif kualitatif.

Populasi dan Sampel penelitian

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh SDM di perumahan PT. Rojoland Indonesia *Build*. Sedangkan Sampel penelitian ini diantaranya yaitu direktur, manajer *marketing*, dan karyawan *marketing* PT. Rojoland Indonesia *Build*.

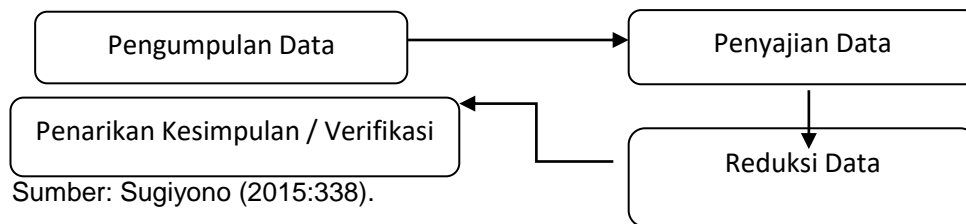
Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara.

- a. Observasi
observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologi (proses pengamatan dan ingatan).
- b. Dokumentasi
Dokumentasi adalah catatan peristiwa telah terjadi.
- c. Wawancara
Wawancara adalah teknik pengambilan data yang dalam pelaksanaannya menggunakan format pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya dan diajukan secara lisan kepada informan dengan tujuan-tujuan tertentu.

Teknik Analisis Data

Di bawah ini merupakan gambar komponen analisis data kualitatif (Sugiyono, 2015:338) adalah sebagai berikut.



Penyajian data

Menurut Sugiyono (2015:341) merupakan kegiatan dalam proses analisis data yang ditempuh untuk memahami data yang disajikan sehingga peneliti dapat mengambil tindakan atau melakukan penarikan kesimpulan atas data yang disajikan tersebut.

Reduksi data

Reduksi data merupakan salah satu kegiatan dalam siklus analisis data kualitatif yang dilakukan secara terus menerus dari proses pengumpulan data hingga setelah selesai pengumpulan data atau sampai laporan akhir penelitian telah tersusun lengkap.

Verifikasi Data (penarikan kesimpulan)

Verifikasi data atau penarikan kesimpulan adalah proses terakhir setelah penyajian data. Menurut Sugiyono (2015:345) verifikasi merupakan proses pengujian kebenaran, kekukuhan dan kecocokan makna-makna yang muncul dari data sehingga sedikit terbukti validitas data tersebut.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data sebagai berikut.

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen dalam penelitian itu sendiri sehingga keikutsertaan peneliti dalam proses pengumpulan data menjadi salah satu teknik menguji keabsahan data. Oleh karena itu, peneliti tidak hanya sekali atau dua kali terjun ke lapangan tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan karena perpanjangan keikutsertaan dapat mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin merusak data, memastikan pemahaman konteks dan membangun kepercayaan subjek.

b. Ketekunan Pengamatan

Peneliti dituntut tekun dalam pengumpulan data dan analisis data, sehingga peneliti dapat menjelaskan secara rinci terkait data yang diperoleh sekaligus analisisnya. Oleh karena itu, seorang peneliti menurut Moleong (2014:330) seharusnya mengadakan pengamatan secara teliti, rinci dan berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol yang kemudian dianalisis secara rinci sehingga hasilnya dapat dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan pada penelitian ini tidak keberatan untuk diminta keterangan identitasnya, adapun informan penelitian ini adalah:

Tabel 1. Deskripsi Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Jabatan
1	Burhannudin Adi Firdaus	49 Tahun	Direktur
2	Akhmad Ridwan	35 Tahun	Manager

3	Firdatuz Zuhriyah	24 Tahun	Marketing
---	-------------------	----------	-----------

Sumber data: Hasil wawancara tertulis, 2018.

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2012:25). Kualitaas produk yang ditawarkan oleh perusahaan bisa digunakan sebagai tolak ukur kesuksesan sebuah perusahaan, karena ketika produk tersebut memiliki kualitas bagus serta dapat memuaskan konsumen maka perusahaan berhasil mencipta produk tersebut. Perusahaan berusaha semaksimal mungkin menciptakan produk dengan kualitas bagus, baik dari segi kekuatan bangunan, corak warna ataupun model rumah yang ditawarkan. Model rumah yang diwarkan oleh PT. Rojoland adalah rumah bergaya minimalis modern yang cocok dihuni oleh keluarga masa kini, tersedia ukuran 36 dan 45. Dengan adanya pilihan ukuran tipe rumah, maka konsumen dapat memilih tipe mana yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kemampuan keuangan konsumen.

b. Harga

Harga merupakan satu satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen elemen lainnya menimbulkan biaya (Kotler, 2012:25). Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Perusahaan berusaha memberikan kemudahan agar konsumen berpenghasilan menengah mampu menjangkau, membeli produk mereka dan dapat memenuhi target perusahaan. Perusahaan tidak hanya menargetkan penjualan kepada konsumen berpenghasilan di atas rata-rata tetapi lebih luas yaitu mencakup konsumen dengan penghasilan menengah, contohnya Pegawai Negeri Sipil (PNS). Untuk masyarakat yang mampu membayar lunas akan mendapat bonus sesuai dengan bonus yang ditawarkan, contohnya potongan harga diskon atau bonus perlengkapan rumah tangga seperti sofa, kasur atau almari. Bagi yang berpenghasilan menengah tetapi ingin memiliki rumah tidak perlu khawatir karena perusahaan menawarkan KPR (Kredit Pemilikan rumah), Kredit pemilikan rumah yaitu produk pembiayaan untuk membeli rumah dengan skema pembiayaan sampai dengan 90% dari harga rumah, meskipun jatuhnya harga akan lebih mahal KPR tetapi konsumen dapat memiliki rumah hanya dengan melakukan DP (*Down Payment*) mulai dari 5 juta, dan angsuran perbulan mulai 1 juta, angsuran perbulan bergantung DP awal, type rumah, letak blok dan lamanya angsuran.

c. Promosi

Promosi adalah kegiatan pemasaran untuk menyebar informasi, membujuk konsumen untuk membeli produk yang diciptakan oleh produsen. Baiknya promosi yang dilakukan tidak hanya dengan satu cara dan harus berkala waktu untuk menjaga eksistensi perusahaan. Sekarang lebih dikenal dengan istilah *Promotional Mix*, yaitu kombinasi strategi yang paling baik dari variable periklanan, personal selling atau alat promosi lain, yang semua direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Perusahaan melakukan promosi dengan tiga strategi, seperti pemberian tanda / sign board (spanduk, umbul-umbul, papan nama, petunjuk arah) pada proyek yang akan dibangun, penyebaran brosur ke berbagai instansi untuk mendapatkan calon konsumen potensial, dan membuat iklan dengan media radiodan TV Lokal Lumajang

d. Tempat

Definisi menurut Kotler (2012:9) tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Tempat adalah faktor terpenting dalam pemasaran, dimana, letak produk dapat mempengaruhi minat konsumen dalam mempertimbangkan pembelian produk. Pemilihan tempat penjualan yang tepat menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Perumahan berlokasi dekat dengan sarana prasarana umum seperti sekolah, tempat ibadah, perkantoran, pasar, bahkan alun-alun menjadi nilai tambah sendiri di mata konsumen. Konsumen akan berpikir bahwa tempat tinggal yang dekat dengan saranaprasara akan mempermudah mobilitas mereka dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari atau bahkan membuka peluang bisnis. Meskipun perumahan tersebut dekat dengan sarana dan prasarana umum tetapi dijamin tempat tersebut aman dan nyaman untuk keluarga berkumpul dan beristirahat.

e. *People* (Orang)

Alma dalam Puspaningtyas (2008) mengungkapkan bahwa *people* berarti orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Untuk mendapatkan orang-orang yang berkualitas makan dibutuhkan pelatihan karyawan, sehingga para karyawan memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu, penampilan karyawan juga menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Karyawan PT. Rojoland dituntut untuk mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, cakap dalam penyelesaian masalah dan memahami keterampilan dasar *interpersonal*. Dalam melakukan interaksi dengan konsumen, karyawan diperbolehkan untuk

mengembangkan kemampuannya secara bebas selama hal itu masih patut dan sopan sesuai dengan standart operasional perusahaan. Ketika ada masalah dan karyawan *marketing* tidak dapat menemukan penyelesaian maka karyawan dapat meminta bantuan kepada manager perusahaan.

f. Proses

Proses dalam pemasaran jasa, terkait dengan kualitas jasa yang diberikan, terutama dalam hal sistem penyampaian jasa. Dengan kata lain, proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran, dikoordinasikan, untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, pemasaran harus dilibatkan, ketika *design* proses jasa dibuat, karena pemasaran juga sering terlibat dalam atau bertanggung jawab terhadap pengawasan kualitas jasa, Manullang (2015: 27). Lebih dari itu proses mempunyai cakupan yang lebih luas proses tidak terpaku pada bagaimana elemen bauran pemasaran tersebut dibuat. Tetapi, dapat mencakup bagaimana proses produksi sebuah barang dilakukan hingga akhirnya sampai pada tangan konsumen dan memuaskan. Untuk perusahaan PT. Rojoland *Build* pembangunan rumah dilakukan ketika konsumen sudah memberikan uang muka. Sejauh ini menurut sumber pembangunan berjalan lancar, sesuai harapan dan telah memenuhi target penjualan yang telah direncanakan. Untuk pembangunan satu unit rumah kurang lebih membutuhkan waktu pengerjaan selama 1 Bulan.

g. *Customer Service*

Menurut Manulang (2015:27) pelayanan konsumen, mengarah kepada aktivitas pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi kegiatan sebelum transaksi, akan turut mempengaruhi kegiatan saat transaksi dan pasca transaksi. Jadi pelayanan konsumen berkaitan dengan pemahaman terhadap pelanggan, usaha perusahaan untuk mengetahui, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta respon terhadap keluhan konsumen sebelum transaksi, saat transaksi bahkan setelah transaksi. Hal yang paling sulit dilakukan adalah pelayanan terhadap konsumen setelah transaksi dilakukan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan memberikan fasilitas kritik dan saran melalui kotak surat yang ada pada kantor perusahaan. Perusahaan benar memahami bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang harus dipenuhi suatu perusahaan. Tetapi melihat kemajuan zaman yang serba digital, rasanya kurang maksimal jika perusahaan hanya menyediakan kotak kritik dan saran di perusahaannya saja. Hal tersebut dapat diperluas dengan menyediakan tempat bagi konsumen menyalurkan kritik dan saran melalui media sosial. Akan lebih mudah bagi perusahaan dan konsumen untuk berkomunikasi serta *feedback* yang diberikan perusahaan akan lebih cepat.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran perumahan Green Ndalem Ratu oleh PT. Rojoland *Build* terutama kaitannya dengan pemasaran 7P sudah tepat dan berjalan baik, kesimpulan yang dapat diambil dari analisis strategi pemasaran dari tiap bauran pemasaran perumahan Green Ndalem Ratu oleh PT. Rojoland *Build* adalah bahwa masing-masing bauran pemasaran seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *customer service* saling mempengaruhi satu sama lain terhadap pemasaran dan hasil penjualan produk. Contohnya produk berkualitas, tempat strategis (mudah dijangkau dan dekat sarana prasarana umum), karyawan yang rapi dan ramah, proses yang mudah untuk melakukan transaksi serta pelayanan konsumen yang memuaskan ditunjang harga yang cocok sesuai pasar dengan promosi yang menggiurkan (Misalnya, memberikan fasilitas *free furniture* lengkap bagi pembeli secara tunai maupun melalui KPR) selain itu pelayanan yang baik terhadap konsumen setelah transaksi (contohnya, penyaluran kritik dan saran untuk perusahaan) menjadikan nilai tambah bagi konsumen untuk memiliki perumahan Green Ndalem Ratu dan PT. Rojoland *Build* untuk memenuhi bahkan meningkatkan target penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, B.A. 2012. The Relationship between Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions of Malaysian Spa Center Customer. *International Journal of Business and Social Science*. (Online). Vol. 3. No. 4. (<http://www.ijbsnet.com>). Diakses tanggal 20 Februari 2018
- Afdillah Firdaus. 2017. *Pengaruh strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (kasus pada perumahan surya mandiri teropong PT. Efa Artha Utama*. Skripsi tidak diterbitkan. Program Studi Administrasi Bisnis FISIP. Universitas Riau: Riau.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta.

- Budiyanto, Teguh., Kojo, Chritoffel., & Hendra, N.T. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Cmar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16, No.04.
- Kotler, Philip, Wong.V., Saunders.J., & Armstrong.G. 2005. *Pricipes of Marketing Fourth European Edition*. Pearson Education: England.
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management* 14th ed. Pentice Hall: New Jersay.
- Maldina, Y.E. 2016. Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. Skripsi tidak diterbitkan. UIN Raden Fatah: Palembang.
- Manullang, & Esterlina 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. BPFE: Yogyakarta.
- Osni Linda. 2004. *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan sistem multi level marketing (MLM) pada PT.Oriflame cabang*. Skripsi tidak diterbitkan. Program Studi Ekonomi Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Puspaningtyas, M. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Dinamika*. (Online). Vol. 2. No. 1. (<http://www.portalaruda.org>). Diakses tanggal 23 Febuari 2018
- Sugiyono.2015.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Pengaruh Motivasi dan Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Lumajang

Indra Novianto¹

STIE Widya Gama Lumajang
email : rakaindra40@gmail.com

Nawangsih²

STIE Widya Gama Lumajang
email: lovinawang@gmail.com

Riza Bahtiar Sulistyan³

STIE Widya Gama Lumajang
email: rizabahtiars@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi dan keselamatan kerja secara simultan dan parsial terhadap kinerja karyawan pada Badan Penanggulangan Bencana Alam Daerah Kabupaten Lumajang. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 45 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah "simple random sampling". Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda untuk hipotesis melalui program SPSS 16 for windows. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa secara parsial motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan keselamatan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. namun secara simultan motivasi dan keselamatan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. besarnya pengaruh motivasi dan keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan ditunjukkan oleh nilai determinasi (R^2) sebesar 0,248. sedangkan sisanya yaitu 75,2% kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya kepemimpinan, disiplin kerja dan lingkungan kerja.

Kata kunci: Motivasi, Keselamatan Kerja, Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of motivation and safety of work simultaneously and partially on the performance of employees at the Regional Natural Disaster Management Agency of Lumajang Regency. The research type used is descriptive with causal associative approach. This research was conducted with 45 respondents. The sampling technique used is "simple random sampling". Hypothesis testing is done by multiple linear regression analysis for hypothesis through SPSS 16 for windows program. Based on the results of research obtained that partially motivation effect on employee performance, while safety does not affect the performance of employees. but simultaneously motivation and safety affect the employee performance. the magnitude of the effect of motivation and work safety on employee performance is addressed by the value of determination (R^2) of 0.248. while the remaining 75.2% employee performance is influenced by other variables that are not examined in this study such as leadership style, work discipline and work environment.

Keyword : Motivation, Safety, Employee Performance

PENDAHULUAN

Faktor pendukung dalam sebuah organisasi merupakan sumber daya manusia. Begitu juga dilingkungan instansi pemerintahan khususnya bidang penanggulangan bencana di daerah. Karyawan berkualitas akan memiliki sumber daya manusia yang terampil dan cakap dalam menjalankan tugas, salah satu contoh utama yang sangat penting dalam kegiatan untuk membantu kemajuan organisasi.

Kabupaten Lumajang merupakan kawasan yang sangat rawan terhadap bencana alam. Jenis bencana yang melanda Kabupaten Lumajang meliputi banjir, longsor, angin kencang dan pohon tumbang. Dalam hal ini untuk memberikan perlindungan bagi masyarakat dari ancaman bencana. Secara khusus penanggulangan suatu bencana ditangani oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Lumajang.

Tugas daripada BPBD Kabupaten Lumajang merupakan pelayanan kemanusiaan. Membantu masyarakat Kabupaten Lumajang yang terkena musibah seperti banjir, tanah longsor, gempa bumi merupakan salah satu tugasnya. Banyak tempat – tempat yang teindikasi terkena bencana tidak langsung mendapatkan pertolongan. Maka dari itu para karyawan BPBD Kabupaten Lumajang didorong untuk selalu siap dan mampu bekerja keras apabila terjadi bencana secara tiba – tiba. Mengingat setiap karyawan pasti mengalami kejenuhan karena pekerjaan ataupun lingkungan sekitar, maka dari itu untuk membangkitkan motivasi dalam diri karyawan secara individu itu perlu. Karena tanpa motivasi yang baik seseorang tidak akan memiliki kinerja yang hebat. Oleh sebab itu pemimpin harus bisa memberikan motivasi kepada karyawan dengan upaya meningkatkan kompetensi supaya dipertimbangkan ke pekerjaan yang lebih tinggi dalam mengembangkan karirnya.

Motivasi menurut Ardana, 2012:193, "Kekuatan yang dapat mendorong seseorang melakukan suatu tindakan atau tidak pada hakikatnya ada secara eksternal maupun internal yang berdampak negatif atau positif guna mengarahkannya sangat bergantung pada ketanggungan manajer."

Karena BPBD Kabupaten Lumajang merupakan tergolong Badan yang baru di bentuk jadi masih minim akan peralatan keselamatan kerja. Pekerjaan yang berbahaya dan sangat beresiko ini membutuhkan keselamatan kerja yang baik mengingat setiap detik dan setiap saat mereka turun ke lapangan dengan mempertaruhkan nyawa. Sekecil apapun resiko yang diderita akibat suatu kecelakaan kerja, akan berakibat kerugian baik berupa cedera pada karyawan. Usaha pencegahan kecelakaan dititik beratkan pada kondisi penyempurnaan peralatan, dan lingkungan kerja. Artinya, lingkungan kerja harus bisa menjaga dan melindungi keselamatan kerja karyawan, walaupun resiko yang dihadapi masing – masing lingkungan kerja bervariasi tergantung jenis pekerjaan yang dihadapi.

Keselamatan kerja menurut Wirawan, 2015:543, "Kondisi dimana para pekerja selamat, tidak mengalami kecelakaan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Dengan demikian pelaksanaan pekerjaan berlangsung secara normal tidak terganggu oleh kecelakaan kerja, tenaga kerja dapat menciptakan kerja yang direncanakan".

Pada dasarnya kinerja karyawan merupakan cara kerja karyawan dalam suatu instansi/perusahaan selama periode tertentu. Maka dari itu kinerja karyawan yang baik akan terwujud jika memiliki kemampuan menyelesaikan pekerjaan atau tugas yang menjadi tanggung jawab masing – masing karyawan. Masalah yang sering dihadapi antara lain mencari cara terbaik agar dapat meningkatkan dan menggerakkan kinerja karyawan sehingga secara sadar dan tanggung jawab untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya. Karena suatu organisasi yang memiliki karyawan yang kinerjanya baik maka besar kemungkinan target akan mudah tercapai dengan baik.

Menurut Suparyadi, 2015:300, "Adapun manajemen kinerja karyawan, pada dasarnya adalah suatu upaya mengelola kompetensi karyawan yang dilakukan oleh organisasi secara sistematis dan terus-menerus agar karyawan tersebut memiliki tingkat kinerja yang diharapkan oleh organisasi, yaitu mampu memberikan kontribusi yang optimal, sehingga mampu mencapai tujuan organisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan dan pengaruh motivasi dan keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada Badan Penanggulangan Bencana Alam Daerah Kabupaten Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Motivasi

Menurut Santoso Soroso dalam Fahmi, 2016:88, "Motivasi adalah suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu (*specific goal directed way*)". Dari pendapat-pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Sedangkan elemen yang terkandung dalam motivasi meliputi usaha membangkitkan, mengarahkan, menjaga, menunjukkan intensitas, bersifat terus-menerus dan adanya tujuan.

Indikator Motivasi

Indikator motivasi menurut penelitian terdahulu dalam Edison, 2017:181, "Terdiri dari 5 (lima) faktor, di antaranya:

- a. Tingkat kebutuhan hidup yang diterima karyawan.
- b. Tingkat kepastian program pensiun atau hari tua.
- c. Tingkat persamaan karyawan di mata pemimpin.
- d. Tingkat perlakuan dan kesopanan pemimpin terhadap karyawannya.

- e. Tingkat dukungan pemimpin untuk mengembangkan diri karyawan.

Keselamatan Kerja

Menurut Kasmir, 2016:266, "Keselamatan kerja adalah merupakan perlindungan karyawan secara menyeluruh. Artinya perusahaan berusaha untuk menjaga jangan sampai karyawan mendapat suatu kecelakaan pada saat menjalankan aktivitasnya". Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keselamatan kerja adalah keadaan bahwa dimana tenaga kerja merasa aman dan nyaman, dengan perlakuan yang didapat dari lingkungan dan pengaruh pada kuliitas kerja, apakah karyawan nyaman dengan peralatan keselamatan kerja, peralatan yang digunakan, tata letak ruang kerja dan beban kerja yang didapat ditempat kerja.

Menurut Kasmir, 2016:274, "Indikator-indikator dari keselamatan kerja terdiri dari 8 (delapan) faktor", di antaranya:

- a. Kelengkapan peralatan kerja,
Bahwa peralatan keselamatan kerja yang lengkap sangat diperlukan.
- b. Kualitas peralatan kerja,
Artinya disamping lengkap peralatan kerja yang dimiliki juga harus diperhatikan kualitas dari perlengkapan keselamatan kerja.
- c. Kedisiplinan karyawan,
Penggunaan perlengkapan kerja sebaiknya dilakukan pengawasan untuk menghindari lupa dan kelalaian karyawan.
- d. Ketegasan pimpinan,
Karena pemimpin yang tegas akan memengaruhi karyawan untuk menggunakan perlengkapan keselamatan kerja.
- e. Semangat kerja,
Peralatan keselamatan kerja yang lengkap, baik dan sempurna maka akan memberikan semangat kerja yang tinggi, karena karyawan merasa aman dan nyaman dalam bekerja.
- f. Motivasi,
Motivasi karyawan untuk bekerja juga akan kuat jika peralatan keselamatan kerja yang lengkap dan sempurna.
- g. Pengawasan,
Setiap karyawan perlu diawasi dalam menggunakan peralatan keselamatan kerja. Hal ini tentu mempengaruhi keselamatan kerja, terutama mereka yang tidak terawasi secara baik.
- h. Umur alat kerja,
Sebaiknya peralatan yang sudah lewat umur ekonomis harus diganti dengan yang baru, sekalipun masih terlihat bagus.

Kinerja Karyawan

Kinerja adalah suatu hasil yang diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan pengertian manajemen kinerja menurut Michael Armstrong dalam Edison, 2017:172, "*Performance management can be defined as a systematic process for improving organizational performance by developing the performance of individual and teams*, (manajemen kinerja dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan mengembangkan kinerja individu dan tim)".

Menurut Suparyadi, 2015:300, "Adapun manajemen kinerja karyawan, pada dasarnya adalah suatu upaya mengelola kompetensi karyawan yang dilakukan oleh organisasi secara sistematis dan terus-menerus agar karyawan tersebut memiliki tingkat kinerja yang diharapkan oleh organisasi, yaitu mampu memberikan kontribusi yang optimal, sehingga mampu mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen kinerja karyawan sebagai bagian dari aktivitas manajemen sumber daya manusia merupakan upaya untuk mengelola cipta, rasa, dan karsa yang dimiliki oleh karyawan agar karyawan tersebut memiliki kemampuan tertentu sehingga mampu berkinerja seperti yang diharapkan. Kinerja karyawan merupakan masalah yang sentral dalam kehidupan sebuah organisasi atau perusahaan akan mampu mencapai tujuan atau tidak, sangat tergantung kepada sebaik apa kinerja yang ditunjukkan oleh para karyawannya.

Indikator Kinerja Karyawan

Menurut Edison, 2017:205, "Indikator kinerja karyawan menurut penelitian terdahulu". Terdiri dari 4 (empat) faktor, di antaranya

- a. Fokus pada pencapaian target.
- b. Anggota memiliki komitmen tentang kualitas.
- c. Pekerjaan selesai tepat waktu.
- d. Transparan dan dapat dipertanggung jawabnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Menurut pendapat Sugiyono, 2014:36, menyatakan bahwa, “penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Model ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menentukan variabel independen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, data diolah menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara simultan (Uji F) serta analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.902	3.529		1.389	.172		
Jmlh_Motivasi	.387	.143	.395	2.699	.010	.836	1.196
Jmlh_Kslmata n	.118	.095	.183	1.247	.219	.836	1.196

a. Dependent Variable: Jmlh_Kinerja

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,902 + 0,387X_1 + 0,118X_2$$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 4,902 menunjukkan bahwa kinerja karyawan akan tetap terbentuk meskipun tidak adanya motivasi dan keselamatan pada karyawan BPBD Kabupaten Lumajang.
- Koefisien variabel motivasi (X_1) sebesar 0,387 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap ada kenaikan motivasi, maka akan meningkatkan kinerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang. Sebaliknya, jika motivasi karyawan BPBD Kabupaten Lumajang menurun maka kinerja karyawan akan ikut menurun.
- Koefisien variabel keselamatan kerja (X_2) sebesar 0,118 (positif menunjukkan hubungan tidak searah) menunjukkan bahwa jika keselamatan ditingkatkan, maka akan berdampak pada peningkatan keselamatan kerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang, begitu juga sebaliknya jika keselamatan kerja menurun, maka keselamatan kinerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang juga menurun.

Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial variabel independen (motivasi dan keselamatan kerja) terhadap variabel dependen (kinerja karyawan). Hasil pengolahan SPSS untuk uji t adalah sebagai berikut ini:

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(n - 2) = 45 - 2 = 43$, maka diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,681$.

- Hasil Uji t pada variabel X1 yaitu motivasi diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,699$ dengan signifikansi 0,010. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,681$. Ini berarti $t_{hitung} (2,699) > t_{tabel} (1,681)$, Dengan tingkat signifikansi 0,010 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang.
- Hasil Uji t pada variabel X2 yaitu keselamatan kerja diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,247$ dengan signifikansi 0,219. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 1,681$. Ini berarti $t_{hitung} (1,247)$ terletak di daerah terima H_0 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,219 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 ^a	.248	.212	1.731

a. Predictors: (Constant), Jmlh_Kslmatan, Jmlh_Motivasi

b. Dependent Variable: Jmlh_Kinerja

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,248. Hal ini berarti 24,8% kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu motivasi dan keselamatan kerja, sedangkan sisanya yaitu 75,2% kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain yang tidak ada dalam penelitian misalnya : gaya kepemimpinan, disiplin kerja, lingkungan kerja dan lain – lain.

Pembahasan

Berdasarkan landasan teoritis dan empiris, yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan antara lain motivasi dan keselamatan kerja. Atas dasar pemikiran tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan. Ketiga hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini merupakan sintesa dari beberapa landasan teoritis dan empiris sebagaimana telah dibahas sebelumnya.

Penilaian terhadap keseluruhan indikator motivasi, keselamatan kerja dan kinerja karyawan menunjukkan bahwa kinerja karyawan akan tetap terbentuk meskipun tidak adanya motivasi dan keselamatan pada karyawan BPBD Kabupaten Lumajang. Namun demikian, deskripsi atas indikator dari variabel yang diteliti hanya memberikan informasi tentang seberapa tinggi rendahnya kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Informasi tersebut belum menjawab permasalahan yang dikaji dan memberikan penjelasan tentang hubungan terstruktur yang dibangun antara tiga variabel yang dianalisis. Permasalahan dalam penelitian ini dijawab oleh hasil analisis dengan menggunakan program SPSS.

Motivasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil ini mendukung dari hasil kajian teori menurut *Chung & Meggison* dalam Fahmi, (2016:88) "Menyatakan bahwa *motivation is defined as/goal-directed behaviaour. If concerns the level of effort one exerts in pursuing a goal. It's closely performance*" yang artinya motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran. Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan seseorang dalam mengejar suatu tujuan. Motivasi berkaitan erat dengan kepuasan dan performansi pekerjaan

Hasil penelitian yang dilakukan mendukung dari hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Ardiana, 2017), dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi Guru Terhadap Kinerja Guru Akuntansi SMK di Kota Madiun". Metode penelitian menggunakan analisis regresi sederhana dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja guru akuntansi.

Fachru (2013), dengan judul "Pengaruh Motivasi, Kesehatan dan Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Lapangan (Studi Pada PT. Amanah Anugerah Adi Mulia)". Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dimana hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, kesehatan dan keselamatan kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan

Haryono (2012), dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Tenaga Administrasi Universitas negeri semarang". Metode penelitian menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berprestasi dikategorikan baik, iklim organisasi tergolong baik, dan kinerja staf administrasi dari Universitas Negeri Semarang juga baik. Dimana pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan.

Terdapat prioritas utama dari variabel motivasi yaitu karyawan termotivasi dalam bekerja karena kebutuhan hidup terpenuhi. Dapat dipastikan karyawan bekerja karena adanya tuntutan keluarga guna memenuhi kebutuhan hidup. Dan ada juga yang termotivasi dalam bekerja tergerak dari hati karena ingin membantu sesama dalam bidang kemanusiaan.

Prioritas kedua dimana pimpinan selalu memperlakukan karyawannya dengan baik. Dalam hal ini sangat penting karena mendorong dan membangkitkan semangat kerja karyawan yang tinggi dan merasa nyaman pada saat bekerja. Agar dapat mengkomunikasikan visi dan misi secara jelas.

Prioritas ketiga dimana pimpinan memberikan dukungan penuh kepada karyawan untuk pengembangan diri. Hal ini berguna untuk memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab masing – masing tanpa perlu disuruh atau diingatkan secara berulang – ulang oleh pimpinan.

Prioritas keempat pemimpin yang tidak membedakan – bedakan karyawan satu dengan yang lain. Dimana pemimpin yang baik pasti bertindak adil kepada karyawan baik yang junior maupun senior. Adil dalam perihal ini mencakup pemberian reward dan kompensasi namun juga berdasarkan prestasi kerja masing – masing.

Prioritas kelima yaitu menjadikan masa depan karyawan menjadi terjamin karena mendapatkan program pensiun di hari tua. Dimana karyawan didorong untuk membangun kesejahteraan berupa tabungan sementara yang bisa diambil kapan saja ketika usia karyawan tidak produktif lagi.

Dari kelima prioritas diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan termotivasi dalam bekerja karena ingin memenuhi kebutuhan hidup. Dengan membangkitkan semangat kerja karyawan yang tinggi. Hal ini harus didukung dengan pemimpin yang bertindak adil kepada karyawan. Serta memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan. Agar karyawan bisa merasa nyaman pada saat bekerja supaya bisa mengkomunikasikan visi dan misi secara jelas. Memberikan reward dan kompensasi yang sesuai dengan prestasi kerja. Serta memberikan kesejahteraan berupa tabungan sementara yang bisa diambil kapan saja ketika usia karyawan tidak produktif lagi atau lanjut usia. Sarannya membangun motivasi untuk sukses harus lebih besar dari pada ketakutan akan kegagalan.

Keselamatan Kerja Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

Pembahasan ini berkaitan dengan pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwatidak terdapat pengaruh keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian ini tidak mendukung dari pendapat Kasmir (2016:266) yang menyatakan "Keselamatan kerja adalah merupakan perlindungan karyawan secara menyeluruh". Dimana kantor berusaha untuk menjaga jangan sampai karyawan mendapat suatu kecelakaan pada saat menjalankan aktivitasnya.

Selain itu juga tidak mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014), dengan judul penelitian "Pengaruh Keselamatan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Buran Nusa Respati di Kecamatan Anggana Kabupaten Kukar". Metode penelitian menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari keselamatan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan

Fachru (2013), dengan judul penelitian “Pengaruh Motivasi, Kesehatan dan Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Lapangan (Studi Pada PT. Amanah Anugerah Adi Mulia)”. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, kesehatan dan keselamatan kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Susilo (2017), dengan judul penelitian “Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi pada Karyawan Bagian Pabrikasi PG Kebon Agung Malang)”. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa keselamatan dan kesehatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja PG Kebon Agung Malang. Dimana pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Terdapat prioritas utama dari variabel keselamatan kerja yaitu peralatan kerja yang diterima karyawan berkualitas. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya yaitu peralatan kerja karyawan yang diterima antara lain tidak berkualitas. Solusinya karyawan tetap mengambil keputusan dalam menyelesaikan pekerjaannya walaupun dengan peralatan kerja yang tidak berkualitas. Sarannya bagaimana kita harus memiliki peralatan kerja yang berkualitas bukan sekedar sebagai alat uji standarisasi melainkan dapat mendukung kinerja para karyawan dilapangan. Mengingat peralatan tersebut selalu digunakan setiap saat pada waktu bencana datang.

Prioritas kedua dimana karyawan diberi peralatan kerja yang lengkap. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain peralatan kerja yang diberikan karyawan tidak lengkap. Solusinya karyawan tetap mempersiapkan peralatan kerja sebelum turun ke lapangan walaupun tergolong tidak lengkap paling tidak bisa menggunakan peralatan dengan semaksimal mungkin guna mewakili peralatan yang tidak lengkap. Sarannya para karyawan tetap bekerja secara *safety* dengan keadaan yang ada karena hal ini menunjang keselamatan karyawan pada saat turun kelapangan.

Disusul prioritas ketiga yang menyatakan bahwa pimpinan selalu tegas dalam menerapkan aturan perlengkapan peralatan kerja. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain pimpinan tidak menerapkan aturan tentang perlengkapan peralatan kerja secara tegas. Solusinya sebagai karyawan harus bisa memperhatikan keselamatan diri sendiri dengan peraturan perlengkapan peralatan kerja yang ada, supaya hal – hal yang tidak diinginkan tidak terjadi, misalnya cidera saat melakukan evakuasi. Sarannya karyawan harus mempersiapkan secara matang dan terarah dalam pelaksanaan kegiatan penanggulangan bencana.

Prioritas keempat kedisiplinan karyawan dalam menggunakan peralatan kerja juga perlu. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain kurang disiplinnya karyawan dalam menggunakan peralatan kerja. Solusinya sebagai karyawan harus bisa menggunakan metode kerja dengan disiplin dan benar dalam menggunakan peralatan kerja agar tidak menyebabkan cidera pada diri sendiri maupun orang lain. Sarannya dimana para karyawan dituntut untuk mengikuti SOP yang ada agar potensi bahaya ditempat kerja tidak terjadi.

Prioritas kelima karyawan bersemangat bekerja karena peralatan kerja yang memadai. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain karyawan tidak memiliki semangat kerja karena peralatan kerja yang kurang memadai. Solusinya bagaimana cara karyawan menemukan jalan pintas agar kita tetap melakukan pekerjaan dengan semangat yang tinggi tanpa terfokus akan kekurangan peralatan kerja. Sarannya agar para karyawan dapat merasakan setiap usaha dan kinerja mereka bisa membuahkan hasil yang sepadan serta dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi.

Prioritas keenam motivasi karyawan bekerja karena peralatan kerja yang memadai. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain motivasi kerja karyawan turun karena kurangnya peralatan kerja yang memadai. Solusinya dengan cara mengasah keterampilan karyawan agar tidak terfokus pada kekurangan peralatan kerja tersebut. Sarannya bagaimana karyawan bisa menemukan cara yang pintar dalam bekerja dengan aman dan efisien.

Prioritas ketujuh pimpinan selalu mengawasi dalam menggunakan peralatan kerja. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain pimpinan tidak mengawasi dalam penggunaan peralatan kerja. Solusinya sebagai karyawan kita harus bisa menciptakan prosedur keselamatan dan peralatan kerja yang aman dengan cara memperbanyak referensi analisa tentang bahaya kerja ketika dilapangan.

Sarannya lebih baik merencanakan peralatan kerja yang akan digunakan kemudian bekerjalah sesuai dengan rencana tersebut.

Prioritas kedelapan yaitu pimpinan memerhatikan umur peralatan kerja. Hal ini tidak dapat membuktikan bahwa keselamatan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor penyebabnya antara lain pimpinan tidak memerhatikan peralatan kerja. Solusinya melakukan perawatan peralatan kerja secara rutin agar bisa berfungsi dengan baik pada saat penggunaan dilapangan. Sarannya jika tidak diimbangi dengan perawatan peralatan kerja secara regular maka dapat menghambat proses kinerja karyawan.

Dari delapan prioritas diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan tetap mengambil keputusan, mempersiapkan dan memerhatikan keselamatan kerja dengan standar operasional prosedur yang ada. Menggunakan metode kerja yang disiplin dan benar akan penggunaan peralatan kerja. Memaksimalkan peralatan kerja yang ada, melakukan peralatan secara rutin dan mengasah keterampilan karyawan dengan semangat dan motivasi yang tinggi agar bisa menemukan jalan pintas dalam menyelesaikan pekerjaan dengan selamat tanpa harus menunggu pengawasan dari pimpinan. Sarannya gunakan peralatan kerja yang sesuai dengan prosedur keselamatan yang ada agar terhindar dari cidera.

Motivasi dan Keselamatan Kerja Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa motivasi dan keselamatan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang. Meskipun variabel keselamatan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fachru (2013), dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi, Kesehatan dan Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Lapangan (Studi Pada PT. Amanah Anugerah Adi Mulia)". Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, kesehatan dan keselamatan kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dimana penelitian terdahulu menyatakan bahwa motivasi dan keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Terdapat prioritas utama dari setiap indikator yang dijabarkan dari item pernyataan yaitu karyawan berkomitmen menjaga kualitas kerja. Hal ini bertujuan untuk mengetahui antara kualitas kehidupan kerja dengan komitmen organisasi. Semakin tinggi kualitas kehidupannya maka komitmen organisasinya pun akan semakin tinggi juga. Sebaliknya apabila semakin rendah kualitas kehidupannya maka semakin rendah pula komitmen organisasinya.

Prioritas kedua dimana karyawan berpedoman pada target yang harus diselesaikan. Hal ini menunjukkan agar pimpinan mengetahui sifat – sifat dan perilaku kinerja karyawannya selama periode tertentu untuk mengetahui keberhasilan dan kegagalan kinerja suatu organisasi.

Prioritas ketiga pekerjaan karyawan selesai tepat waktu. Dalam hal ini selain berperan di lingkungan kerja, karyawan juga mempunyai peranan di luar tempat kerja seperti sebagai seorang suami atau bapak dan ibu atau isteri agar bisa mempunyai waktu untuk bersama keluarga.

Prioritas keempat pekerjaan karyawan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam hal ini menyatakan karyawan dapat diterima sebagai bagian dari organisasi dan menumbuhkan keyakinan kepada pimpinan sehingga karyawan merasa bertanggung jawab untuk melaksanakan keputusan yang telah disepakati. Dari empat pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Merupakan komitmen bekerja dalam menjaga kualitas, berpedoman pada target, menyelesaikan tepat waktu serta dapat dipertanggung jawabkan merupakan tujuan daripada kinerja karyawan. Sarannya melalui evaluasi kinerja karyawan dapat diketahui bahwa pencapaian hasil, kemajuan dan kendala dalam pelaksanaan program kegiatan bisa diperbaiki di masa yang akan datang. Mengenai penelitian motivasi dan keselamatan kerja secara simultan signifikan terhadap kinerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang hal ini diperkuat oleh pernyataan salah seorang informan berikut petikan wawancaranya:

"....Selama proses pelaksanaan tugas penanggulangan bencana dilakukan BPBD Kabupaten Lumajang selama ini telah berjalan dengan baik dan lancar. Karena pelaksanaan tugas yang kami kerjakan berdasarkan ketentuan yang telah di terapkan pemerintah. Dimana BPBD Kabupaten Lumajang selalu menjadi terdepan dalam proses penanggulangan bencana, yang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat apabila terjadi sebuah bencana. Kami selalu siap siaga dan melakukan pekerjaan dengan sepenuh hati. Walaupun pekerjaan BPBD Kabupaten Lumajang dilakukan tergolong pekerjaan yang memiliki resiko tinggi dimana para karyawan selalu dihadapkan dengan melakukan tugas penanggulangan, pertolongan dan penyelamatan yang berbahaya seperti banjir, kebakaran, gempa bumi, tsunami dan lain – lain. Oleh karena itu motivasi

dan keselamatan para karyawan merupakan hal yang utama dalam pelaksanaan setiap pekerjaan dan menjadi perhatian serius dari pimpinan sampai sesama karyawan. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa Kantor BPBD Kabupaten Lumajang sedikit berbeda dengan lembaga pemerintah lainnya” (Paryono, Sekretaris BPBD Kabupaten Lumajang, 9 Mei 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh variabel motivasi dan keselamatan kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 24,8% kinerja karyawan BPBD Kabupaten Lumajang dapat dijelaskan oleh variabel independen motivasi dan keselamatan kerja, sedangkan 75,2% kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang yang dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti. Variabel lain yang tidak ada dalam penelitian misalnya : gaya kepemimpinan, alasannya karena untuk memotivasi bawahan yang ada didalam suatu organisasi untuk menjadi kreatif mendapatkan peran didalam organisasi supaya lebih mengarah kepada kemajuan suatu organisasi dan memberikan pengaruh yang sangat berarti bagi organisasi tersebut. Bisa juga disiplin kerja alasannya, prosedur yang mengoreksi atau menghukum bawahan karena melanggar peraturan atau prosedur yang merupakan suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku. Dan lingkungan kerja, alasannya karena lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap para karyawan. Lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan sebaliknya, lingkungan kerja yang tidak memadai akan dapat menurunkan kinerja karyawan. Kondisi lingkungan kerja dikatakan baik apabila manusia dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman dan nyaman. Kesesuaian lingkungan kerja dapat dilihat akibatnya dalam jangka waktu yang lama. Lingkungan kerja yang kurang baik dapat menuntut tenaga kerja dan waktu yang lebih banyak dan tidak mendukung diperolehnya rancangan sistem kerja yang efisien.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Sarannya membangun motivasi untuk sukses harus lebih besar dari pada ketakutan akan kegagalan.
- b. Tidak terdapat pengaruh keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada BPBD Kabupaten Lumajang. Sarannya gunakan peralatan kerja yang sesuai dengan prosedur keselamatan yang ada agar terhindar dari cedera.
- c. Terdapat pengaruh pengaruh motivasi dan keselamatan kerja secara simultan terhadap kinerja. Sarannya melalui evaluasi kinerja karyawan dapat diketahui bahwa pencapaian hasil, kemajuan dan kendala dalam pelaksanaan program kegiatan bisa diperbaiki di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana. 2012. *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Edison, Anwar,dan Komariyah. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi. 2016. *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep & Kinerja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Haryono, Anwar. 2012. “Pengaruh Motivasi Berprestasi Dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Tenaga Administrasi Universitas Negeri Semarang.” *Educational Management* 1(1): 75–82.
- Journal, International, Management Review Vol, European Centre, and Development Uk. 2016. “Effects of Industrial Safety and Health on Employees’ Job Performance in Selected Cement Companies in Cross River State, Nigeria.” *International Journal of Business and Management Review* 4(3): 49–56.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktek)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Skolastika Dian Rosita Sari, Eko Agus Susilo, Harril Brimantyo. 2017. “Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Karyawan Bagian Pabrikasi PG Kebon Agung Malang)”. 4(2): 121–28.
- Marwansyah. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Surya, Iman, M Si, Anwar Alaydrus, and M Si. 2017. "Pengaruh Motivasi Pemimpin Terhadap Displin." 5(2): 775–86.
- Trang, Irvan, Armanu, Achmad Sudiro, and Noermijati. 2013. "*Organizational Commitment as Mediation Variable Influence of Work Motivation , Leadership Style and Learning Organization to the Employees Performance (Studies at PT . Pelabuhan Indonesia IV (Limited) Branch Bitung)*." IOSR Journal of Business and Management 7(2): 12–25.
- Umar, Husein. 2011. "*Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*." Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada.
- Wirawan. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Handphone Samsung (Studi Kasus Lumajang Kota)

Fitriani Andriani¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : andryvi27@gmail.com

Ninik Lukiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email: ibundaninik@gmail.com

Kasno T. Kasim³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti secara empiris dan menemukan kejelasan tentang pengaruh variable kualitas produk, harga dan citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan, secara parsial dan simultan. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah random sampling dan model analisis yang digunakan adalah analisis analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi memiliki hubungan yang positif. Sedangkan Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,344 hal ini berarti 34,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan citra merek, sedangkan sisanya yaitu 65,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, diantaranya adalah kualitas layanan, promosi, distribusi, ekuitas merek, dan faktor emosional.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this study is to obtain evidence empirically and find clarity about the influence of variable quality product, price and brand image affect customer satisfaction, partially and simultaneously. Sample selection method used is random sampling and analysis model used is analysis of multiple linear regression analysis. The result of the research shows that product quality has a significant effect on customer satisfaction while price and brand image have no effect on customer satisfaction but have positive relationship. While the result of determination coefficient test (R^2) obtained for 0.344 this means 34.4% customer satisfaction can be explained by independent variables of product quality, price and brand image, while the rest is 65.6% purchase decision is influenced by other variables not examined in this study, including the quality of service, promotion, distribution, brand equity, and emotional factors.

Keyword : Product Quality, Price, Brand Image and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi *handphone* semakin hari semakin pesat, baik spesifikasi, fasilitas serta fitur-fiturnya terus ditingkatkan untuk memanjakan pemiliknya. Sebagai sebuah produk teknologi maka setiap produsen *handphone* tidak akan pernah berhenti untuk terus meningkatkan kemampuannya, karena berhenti berinovasi berarti mati dan pasar akan direbut oleh produsen merek lain. Di sisi perkembangan bisnisnya, *handphone* akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk *handphone* yang ditawarkan oleh perusahaan dan pengembangan produk *handphone* yang semakin cepat. Pengembangan produk *handphone* yang

semakin cepat tersebut terletak pada bentuk, ukuran dan fasilitasnya. Semakin lama bentuk *handphone* semakin menarik dan fasilitas kegunaannya semakin lengkap.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik bagi pelanggannya yaitu dengan memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai serta pelayanan yang baik dan menciptakan produk yang sesuai selera konsumen. Sehingga produk tersebut akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan akan terjadi pembelian ulang akan produk itu. Kepuasan pelanggan menjadi pemacu para perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan fitur dan spesifikasi yang ditawarkan serta menciptakan citra merek yang baik dan bermutu.

Menurut Schnaars, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mount*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2002: 24).

Sehingga kepuasan pelanggan menjadi penentu para konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pada umumnya konsumen menghadapi kesulitan dalam menilai dan memahami kualitas sebuah produk secara rasional dan dalam arti yang sebenarnya. Mobilitas masyarakat yang tinggi membutuhkan sarana komunikasi yang fleksibel. Maka dari perusahaan *handphone* berusaha memenuhi keinginan konsumen dengan memproduksi suatu produk yang berkualitas baik dengan harga yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan.

“Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk atau jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk dan atribut lainnya” (Kotler, 2008).

Dengan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakan produk itu. Hal itu membuktikan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya faktor harga, “Harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*)” (Abdul, 2016:289). Harga menjadi faktor yang berpengaruh dalam menentukan kepuasan pelanggan karna apabila suatu harga yang di tawarkan oleh produk tidak sesuai dengan fitur dan spesifikasi yang ada pada produk tersebut maka konsumen akan merasa tidak puas terhadap produk itu dan juga sebaliknya apabila suatu harga yang di tawarkan oleh produk tersebut sesuai dengan fitur dan spesifikasi yang ada pada produk itu maka konsumen akan puas.

Selain itu ada faktor citra merek yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan. “Citra Merek adalah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek” (J. Supranto dan Nandan Limakrisna, 2011:128). Merek tersebut tidak hanya dapat bekerja maksimal dan memberikan performansi yang menjanjikan tapi juga dapat memahami kebutuhan konsumen, mengusung nilai-nilai yang diinginkan oleh konsumen dan juga memenuhi kebutuhan individual konsumen yang akan member kontribusi atas hubungan dengan merek tersebut. Kedua, persepsi yang di bentuk oleh perusahaan dari merek tersebut melalui berbagai macam bentuk komunikasi, seperti iklan, promosi, hubungan masyarakat, logo, dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut “Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota”.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

“Kualitas produk (*product quality*) merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat” (Philip & Keller Kevin Lane, 2008:143)

Menurut Aaker (2013:132) menyatakan bahwa “Sebuah produk (atau jasa) dan kompetenya harus dibandingkan secara kritis dan obyektif dengan kompetisi serta harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2006:25), dimensi kualitas produk yang merupakan indikator dari kualitas produk, meliputi :

- a. Kinerja (*performance*).
- b. Keistimewaan tambahan (*feature*).
- c. Keandalan (*reliability*).
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*).

- e. Daya tahan (*durability*).
- f. Estetika (*esthetic*).
- g. Ketetapan kualitas (*perceived quality*).

Harga

Menurut Harman (2017:126) harga adalah “alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan)”.

Menurut (Fandy & Chandra Gregoirus, 2012:315) secara sederhana, istilah harga bisa diartikan “sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk”.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

Stanton Ratnasari dan Aksa, (2011:62) Indikator dari variabel independen harga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harga dengan manfaat.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Harga mampu bersaing.
- d. Keterjangkauan harga.

Citra Merek

Citra merek (*brand imager*) yaitu “kemampuan merek dalam memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. *Brand imagery* (citra merek) bisa terbentuk secara langsung (melalui pengalaman konsumen dan kontakannya dengan produk, merek, pasar sasaran, atau situasi pemakaian) dan tidak langsung (melalui iklan dan komunikasi gethot tular)” (Fandy, 2005:42).

“Citra Merek adalah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek” (J. Supranto dan Nandan Limakrisna, 2011:128)

Menurut Kotler & Lane (2009:269), ada 6 (enam) kriteria utama untuk memilih elemen merek yaitu :

- a. Dapat diingat
- b. Berarti
- c. Dapat disukai
- d. Dapat ditransfer
- e. Dapat disesuaikan
- f. Dapat dilindungi

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kasmir (2017:236), “Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa”. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat tingkat harapannya. Adapun tingkat kepuasannya biasanya diukur dengan tingkatan sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas. Adanya tingkat kepuasan ini biasanya 28 diperoleh dari pelanggan membandingkan dengan pengalaman menggunakan produk atau jasa yang sama dengan produk pesaing.

Indikator kepuasan konsumen, Lupiyodi (2001:158) :

- a. Kualitas Produk
- b. Kualitas pelayanan
- c. Emosional
- d. Harga
- e. Biaya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2013:11), “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih”. Sedangkan kausal adalah hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat Lumajang Kota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Simpel Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

Sesuai dengan hipotesis dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk

mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2008:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas.

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji t (uji parsial) yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, harga dan citra merek) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Selanjutnya dilakukan Uji f (uji simultan) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi. Terakhir yaitu Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi. Tingkat ketepatan dalam koefisien determinasi itu biasanya dinyatakan dalam presentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tollerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada smenunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.773	3.856		.460	.647		
KUALITAS PRODUK	.423	.121	.443	3.498	.001	.732	1.367
HARGA	.227	.163	.176	1.390	.170	.733	1.364
CITRA MEREK	.105	.146	.085	.723	.472	.857	1.166

a. Dependent Variable: KEPUASAAN

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,773 + 0,423X_1 + 0,227X_2 + 0,105X_3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 1,773 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian sama dengan 1,773 jika nilai dari variabel kualitas produk (X_1), Harga (X_2), citra merek (X_3) dan sama dengan 0.
- Koefisien variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,423 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel kualitas produk akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,423 dan sebaliknya, jika setiap penurunan 1 variabel kualitas produk akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,423, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu harga (X_2) dan citra merek (X_3) konsta atau tetap
- Koefisien variabel harga (X_2) sebesar 0,227 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,227 dan jika setiap penurunan 1 variabel harga akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar

0,227, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu kualitas produk (X_1) dan citra merek (X_3) konsta atau tetap.

- d. Koefisien variabel citra merek (X_3) sebesar 0,105 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel citra merek akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,105 dan jika setiap penurunan 1 variabel citra merek akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,105, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) konsta atau tetap.

Uji T (Uji Parsial)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(n - 2) = 60 - 2 = 58$, maka diperoleh $t_{tabel} = \pm 2,002$. Jadi kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X_1) diperoleh nilai t hitung= 3,498 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% (0,05) didapat t_{tabel} sebesar $\pm 2,002$. Artinya $t_{hitung} = 3,498 > t_{tabel} = 2,002$, dan dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 <$ dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota.
- b. Hasil uji t untuk variabel harga (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,390 dan nilai signifikan sebesar 0,170. Dengan menggunakan batas signifikan 5% (0,05) diperoleh t_{tabel} sebesar 2,002. Artinya $t_{hitung} = -1,390 < t_{tabel} = 2,002$, dan dengan tingkat signifikan sebesar $0,170 >$ dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota.
- c. Hasil uji t untuk variabel citra merek (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 0,723 dan nilai signifikan sebesar 0,472. Dengan menggunakan batas signifikan 5% (0,05) diperoleh t_{tabel} sebesar 2,002. Artinya $t_{hitung} = 0,723 > t_{tabel} = 2,002$, dan dengan tingkat signifikan sebesar $0,472 <$ dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya tidak terdapat pengaruh citra merek yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda silmutan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	161.563	3	53.854	9.780	.000 ^a
Residual	308.370	56	5.507		
Total	469.933	59			

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAAN

Sumber : Data diolah, SPSS

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 9,780$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 2,77. Artinya $F_{hitung} = 9,780 > F_{tabel} = 2,77$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 <$ 0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya terdapat pengaruh citra merek, dan harga yang signifikan secara simultan terhadap pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R	Adjusted R	Std. Error of	Change Statistics
-------	---	---	------------	---------------	-------------------

		Square	Square	the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.586 ^a	.344	.309	2.34662	.344	9.780	3	56	.000

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAAN

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,344. Hal ini berarti 34,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan citra merek sedangkan sisanya yaitu 65,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah promosi, kualitas layanan, ekuitas merek, dan faktor emosional.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota, artinya jika kualitas produk *handphone* Samsung meningkat maka kepuasan pelanggan *handphone* Samsung di Lumajang Kota meningkat juga dan sebaliknya. . Jika pemasar memperhatikan kualitas, maka konsumen cenderung merasakan puas terhadap produk tersebut, artinya kualitas produk mempunyai arti sangat penting dalam kepuasan pelanggan. Kualitas produk *handphone* Samsung yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar. Produk dengan kualitas yang baik secara tidak langsung akan membantu kegiatan perusahaan dalam mempromosikan produk yang dipasarkan selanjutnya dan hal tersebut akan menjadi kekuatan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif harga dan kepuasan pelanggan tetapi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota. Artinya harga naik atau turun tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota dan sebaliknya. Banyak hal yang melatar belakangi mengapa harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota, diantaranya karena konsumen memilih suatu produk *handphone* Samsung karena benar-benar mengerti kualitas dan fungsi *handphone* Samsung, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk *handphone* Samsung dan ingin dianggap loyal terhadap produk *handphone* Samsung. Selain itu produk *handphone* Samsung mempunyai citra yang baik dibenak pelanggan penggunaannya sebagai *handphone* yang memiliki kualitas produk yang baik, dan merek yang dipercaya oleh konsumen sehingga pengaruh harga bukanlah suatu hal yang penting yang dapat mempengaruhi kepuasan penggunaannya.

Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif citra merek dan kepuasan pelanggan tetapi citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota. Artinya citra merek naik atau turun tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota dan sebaliknya. Keberhasilan Samsung dalam memberikan produk yang berkualitas selalu menduduki posisi puncak pembelian *handphone* di Indonesia merupakan gambaran bagaimana *kualitas produk* Samsung dapat dipercaya. Kualitas produk *handphone* Samsung telah melekat di benak penggunaannya sebagai pengagag *handphone* pertama bersistem android dan memiliki kualitas produk yang tidak di ragukan lagi sehingga faktor citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen memberikan tanggapan kurang setuju terhadap variabel citra merek. Artinya citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.. Banyak hal yang melatar belakangi mengapa citra merek dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *handphone* Samsung di Lumajang Kota, diantaranya karena konsumen memilih suatu produk *handphone* Samsung karena benar-benar mengerti kualitas dan fungsi *handphone* Samsung, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk *handphone* Samsung dan ingin dianggap loyal terhadap produk *handphone* Samsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun harga dan citra merk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (16th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, Philip. 2008. www.landasanteori.com.
- Philip, K., & Keller Kevin Lane. 2008. *Kotler dan Keller*. Jakarta: Erlangga.
- Harman, M. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip., and Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Erlangga: Yogyakarta.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta: Bandung.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta: Bandung.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta: Bandung.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta: Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- _____. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi.

Analisis Penerapan Akuntansi Pengakuan Pendapatan Pada Perusahaan Properti “PT. Rojoland Indonesia Build”

Firdatuz Zuhriyah
STIE Widya Gama Lumajang
email: sipinkda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT. Rojoland Indonesia *Build* yang merupakan salah satu perusahaan properti perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* atau mengelola bidang pengembangan perumahan, tanah kavling dan, pembangunan (kontraktor). Obyek penelitian ini adalah pengakuan pendapatan PT. Rojoland Indonesia *Build*. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penerapan pendapatan pada PT. Rojoland Indonesia *Build* dengan penerapan pendapatan sesuai dengan PSAK No. 44. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode yang digunakan dalam mencatat pendapatan pada PT. Rojoland Indonesia *Build* yaitu menggunakan *cash basic*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa catatan laporan keuangan PT. Rojoland Indonesia *Build* dalam pengakuan akuntansi pendapatan masih belum sesuai dengan PSAK No. 44. Pendapatan pada laporan keuangan yang dilaporkan disusun dengan menggunakan dasar *cash basic* tidak bisa menunjukkan suatu kejadian di masa lalu yang masih mempunyai pengaruh untuk menilai laporan keuangan di masa yang akan datang atau periode akuntansi berikutnya. Akibatnya metode *cash basic* tersebut tidak menghasilkan laporan keuangan yang dapat menyajikan secara tegas jumlah pendapatan yang berkaitan dengan cara dan dasar perbandingan yang tepat.

Kata Kunci : pendapatan, pengakuan pendapatan

Abstrak

This research was conducted at PT. Rojoland Indonesia Build which is one of the real estate company companies engaged in real estate or managing the field of housing development, land lots and, development (contractor). The object of this research is revenue recognition of PT. Rojoland Indonesia Build. This study aims to compare the application of income at PT. Rojoland Indonesia Build with the application of revenue in accordance with PSAK No. 44. The research method used is qualitative research, the type of data used is secondary data. The method used in recording income at PT. Rojoland Indonesia Build namely using cash basic . The results showed that the financial statements of PT. Rojoland Indonesia Build in recognition of income accounting is still not in accordance with PSAK No. 44 . Revenues in the reported financial Reports I prepared using cash basic can not show an event in the past that still has an influence on assessing the financial statements in the future or subsequent accounting periods. As a result cash basic method it does not produce a financial report that can present in an aggregate amount of revenues relating to the proper manner and basis of comparison.

Keywords: income, revenue recognition

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi bagi perusahaan untuk mengetahui keadaan keuangannya. Suatu waktu manajemen akan dihadapkan pada pilihan yang harus dipilihnya dan laporan keuangan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan. Laporan keuangan perusahaan terdiri dari laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan laba rugi biasanya menjadi sorotan utama manajemen karena dalam laporan tersebut, perusahaan dapat mengetahui besarnya pendapatan, biaya, dan laba yang diperoleh atau justru rugi yang harus ditanggung perusahaan. Mengingat pentingnya laporan laba rugi dalam perusahaan maka bagian akuntansi harus memperhatikan setiap elemen dalam laporan tersebut untuk meminimalkan risiko yang akan dihadapi. Pendapatan merupakan elemen yang penting dalam laporan keuangan perusahaan.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.23 tentang Pendapatan, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan pendapatan adalah : arus masuk bruto berasal dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal suatu perusahaan selama satu periode bila arus masuk tersebut berakibat naiknya ekuitas, yang bukan berasal dari kontribusi penanaman modal. Menurut Pasa1

Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 menentukan bahwa Perseroan Terbatas yang berikutnya disebut perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan suatu perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 44 tentang Aktivitas Pengembang *Real Estat* adalah kegiatan hasil perolehan tanah untuk kemudian dibangun perumahan dan/atau bangunan komersial dan/atau bangunan industri. Beberapa jenis perusahaan salah satunya ialah perusahaan yang bergerak dibidang real estat atau pengembang perumahan yang mana proses pelaksanaan pembangunan suatu kompleks perumahan dapat diselesaikan dengan membutuhkan waktu lebih dari satu periode akuntansi. Akibatnya timbul suatu permasalahan mengenai pengakuan pendapatan yang diakui pada setiap akhir periode akuntansi.

Pola penyajian dalam laporan keuangan memiliki karakteristik sesuai dengan jenis bidang usaha yang menjadi andalan suatu badan usaha, meskipun secara teknis, profesi akuntan (bidang profesi yang bertanggung jawab terhadap pengaturan penyajian laporan keuangan) telah mengatur pola penyajian laporan keuangan sesuai dengan bidang usaha yang ada, yaitu suatu pernyataan yang disebut dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK).

Penerapan suatu kebijakan akuntansi yang sesuai dengan PSAK dapat dilihat dengan cara penyajian bentuk laporan keuangan yang merupakan bagian dari salah satu tanggung jawab manajemen suatu badan usaha kepada pihak yang berkepentingan, seperti kepada para pemegang saham, kreditur, karyawan, atau mitra usaha yang membutuhkan informasi yang bersifat terukur secara moneter dalam suatu periode operasi suatu perusahaan. Bersifat terukur karena dalam suatu periode usaha normal yaitu dalam kurun waktu 1 tahun, dan setiap unsur yang tercantum dalam laporan keuangan menggunakan jenis satuan yang jelas yaitu mata uang yang berlaku, sehingga pengguna informasi baik pihak internal maupun eksternal memiliki referensi yang kuat dalam menganalisa laporan tersebut berdasarkan kondisi yang berlaku saat penyajian suatu laporan keuangan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 44 mengenai akuntansi pengembangan *real estate*, metode yang digunakan untuk pengakuan pendapatan pada penjualan bangunan rumah, ruko, dan bangunan sejenis lainnya beserta kavling tanahnyadan penjualan kavling tanah tanpa bangunan ini adalah metode akrual penuh (*full accrual method*) dan metode deposit (*deposit method*).

Beberapa peneliti yang mendukung penelitian ini antara lain dilakukan oleh Andolita Shinta Dewi (2007) mengenai akuntansi aktivitas pengembangan real estat menurut PSAK No.44 pada PT. Ira Widya Utama Medan yang menggunakan metode akrual penuh (*full accrual method*) sebagai metode pengakuan pendapatan untuk penjualan tanah dan bangunan rumah serta penjualan tanah matang. Sedangkan, pada penjualan unit serta bangunan perkantoran menggunakan metode presentase penyelesaian.

Tri Wahyudi (2003) mengenai pengakuan pendapatan dan biaya pada PT. Pembangunan Perumahan Cabang V Semarang menunjukkan prosedur pencatatan akuntansi pendapatan dan biaya yang digunakan dalam pembiayaan proyek menggunakan presentase penyelesaian. Dalam metode ini semua biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan dicatat dalam rekening bangunan dalam pelaksanaan. Setiap akhir periode dilakukan perhitungan laba atau rugi berdasarkan presentase penyelesaian.

PT. Rojoland Indonesia Build merupakan salah satu perusahaan properti, sebagai perusahaan properti maka PT. Rojoland Indonesia Build memperoleh pendapatan dari penjualan kaving, perumahan, dan ruko seperti booking fee, uang muka dan kelebihan tanah telah diakui sebagai pendapatan bagi perusahaan. Dasar pencatatan yang telah digunakan oleh PT. Rojoland Indonesia Build adalah menggunakan prinsip *cash basis* yaitu pendapatan diakui pada saat penerimaan kas. Permasalahannya adalah apabila perusahaan hanya mengakui pendapatan hanya menggunakan metode *cash basis*, bagaimana perusahaan membuat pembukuan untuk jangka panjang, sementara perusahaan hanya mengakui pendapatan pada saat penerimaan kas saja.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui secara lebih jauh pengakuan pendapatan yang dilakukan oleh PT. Rojoland Indonesia Build karena sebagian besar penjualannya dilakukan secara cicilan. Karena pentingnya pendapatan ini dalam menghasilkan suatu laba perusahaan maka penulis menetapkan judul dalam penelitian ini adalah "Analisis Penerapan Akuntansi Pengakuan Pendapatan pada Perusahaan Properti PT. Rojoland Indonesia *Build*".

KAJIAN PUSTAKA

Menurut FASB (*Financial Accounting Standard Board*) yang dikemukakan oleh Imam Ghozali dan Anis Chariri (2014:326) "Pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan nilai asset dari suatu entitas atau penyelesaian kewajiban dari entitas atau gabungan keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atas pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.

Pengertian pendapatan (*revenue*) sering disamakan dengan istilah penghasilan (*income*), tetapi sebenarnya istilah tersebut berbeda. Perbedaannya dijelaskan dalam definisi sebagai berikut: "Penghasilan didefinisikan sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama periode akuntansi dalam bentuk arus masuk atau peningkatan asset atau penurunan liabilitas yang mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Penghasilan (*income*) meliputi pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gain*).

Apabila dilihat dari hubungan artikulasi laporan keuangan, pengertian pendapatan sebagai kenaikan aktiva kotor akan lebih berguna daripada pengertian pendapatan yang didasarkan pada konsep neto. Atas dasar artikulasi tersebut, pendapatan dapat didefinisikan sebagai kenaikan aktiva atau penurunan hutang. Jadi, pendapatan merupakan kenaikan aktiva perusahaan dan bukan kenaikan kekayaan pemilik.

IAI sendiri memiliki pengertian pendapatan yang tidak jauh berbeda. Dalam PSAK No.23 tentang Pendapatan, dijelaskan bahwa yang dimaksud pendapatan adalah : arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal suatu perusahaan selama satu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Smith dan Skousen dalam skripsi Eli Dasmi (2013) sifat-sifat pendapatan dapat dilihat dari definisi pendapatan yaitu setiap arus masuk atau pertambahan aktiva darisatuan badan atau pelunasan kewajiban (kombinasi dari keduanya) melalui kiriman atau menghasilkannya suatu barang, jasa atau aktivitas lain yang diberi merupakan kegiatan utama perusahaan.

Jadi sifat pendapatan adalah sebagai arus masuk aktiva kedalam perusahaan dan sebagai arus keluarnya barang dan jasa melalui perusahaan. Karena barang dan jasa harus dikirim ke pelanggan melalui transaksi penjualan. Sifat pendapatan dapat juga sebagai produk dari suatu perusahaan, karena barang dan jasa yang dikirim pelanggan pada dasarnya diperoleh atau dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2017:44.1) PSAK No. 44 Aktivitas Pengembang *Real Estat* merupakan kegiatan dari perolehan tanah yang kemudian dibangun perumahan dan/atau bangunan komersial dan/atau bangunan industri. Bangunan yang dimaksud untuk dijual atau disewakan, sebagai satu kesatuan atau biasanya secara eceran (*retail*). Aktivitas Pengembang *Real Estat* juga meliputi perolehan tanah kavling untuk dijual tanpa bangunan.

Perusahaan pengembang merupakan perusahaan yang melaksanakan aktivitas pengembangan *real estat*. Unit bangunan merupakan unit properti dari perumahan dan/atau komersial dan/atau industri beserta kavling tanahnya. Proyek merupakan semua unit bangunan yang pembangunannya di suatu area geografis, termasuk kaving tanah kosong untuk dijual.

Unit *real estat* mencakup (a) unit properti perumahan dan/atau komersial dan/atau industri beserta kavling tanahnya, dan (b) kavling tanah tanpa bangunan. Pengikatan suatu jual beli merupakan kesempatan diantara pihak pembeli dan pihak penjual untuk melakukan perjanjian jual beli atau biasanya lebih unit *real estat* pada periode mendatang, sejak tanggal ditandatangani, kedua pihak telah terikat oleh kesepakatan tersebut sesuai dengan hak dan kewajiban setiap pihak. Menurut Donald E. Kieso dan Jerry J. Weygandt dalam skripsi Andolita Shinta Dewi (2007) Prinsip pengakuan pendapatan menetapkan bahwa pendapatan diakui pada saat:

1. Direalisasi atau dapat direalisasi.
2. Dihasilkan.

Pendapatan direalisasi apabila barang-barang dan jasa-jasa tersebut dipertukarkan untuk kas atau diklaim atas kas (piutang). Pendapatan bisa direalisasi apabila aktiva yang diterima segera dapat dipindahkan atau dikonversikan pada jumlah kas atau klaim atas kas yang diketahui. Dan pendapatan yang dihasilkan bila satuan tersebut sebagian besar telah menyelesaikannya yang seharusnya dilakukan supaya berhak atas manfaat yang diberikan dari pendapatan, yaitu bila proses mencari laba telah selesai atau sebenarnya telah selesai.

Sesuai dengan prinsip tersebut maka :

1. Pendapatan dari penjualan produk diakui saat tanggal penjualan, yang terkadang diinterpretasikan berarti tanggal pengiriman kepada pelanggan.
2. Pendapatan dari jasa yang diberikan diakui ketika jasa-jasa telah dilaksanakan dan dapat ditagih.
3. Pendapatan dari memberi kemungkinan bagi pihak lainnya untuk menggunakan aktiva

perusahaan, seperti bunga, sewa dan royalti, diakui pada saat waktu yang berlalu atau saat aktiva itu digunakan.

4. Pendapatan dari pelepasan aktiva selain produk diakui pada tanggal penjualan.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2017:44.2) PSAK No. 44 tentang akuntansi pengembangan *real estate*, metode yang digunakan untuk pengakuan pendapatan pada penjualan bangunan ruo, rumah dan bangunan sejenis lainnya beserta tanah kavlingnya dan penjualan tanah kavling tanah tanpa bangunan ini adalah metode akrual penuh (*full accrual method*) dan metode deposit (*deposit method*).

- a. Metode Akrual Penuh (*Full Accrual Method*)

Pendapatan penjualan suatu bangunan ruko, rumah dan bangunan sejenis lainnya beserta tanah kavling tanahnya yang diakui dengan metode akrual penuh (*full accrual method*) jika seluruh kriteria berikut ini terpenuhi:

Proses penjualan telah selesai;

1. Harga jual akan tertagih;
2. Tagihan penjual tidak akan bersifat subordinasi di masa mendatang terhadap pinjaman lain yang akan didapat oleh pembeli;
3. Penjual telah mengendalikan resiko dan manfaat kepemilikan terhadap unit bangunan kepada pembeli melalui suatu jenis transaksi yang secara substansi yaitu penjualan dan penjual tidak lagi berkewajiban atau terlibat secara signifikan dengan unit bangunan tersebut;

- b. Metode Deposit (*Deposit Method*)

Apabila suatu transaksi *real estat* tidak memenuhi kriteria pengakuan laba dengan menggunakan metode akrual penuh, pengakuan penjualan ditangguhkan dan transaksi tersebut akan diakui dengan metode deposit (*deposit method*) hingga seluruh kriteria yang menggunakan metode akrual penuh terpenuhi.

Penerapan metode deposit yaitu sebagai berikut :

1. Penjual tidak mengakui pendapatan atas transaksi penjualan unit *real estat*, dan penerimaan pembayaran oleh pembeli dibukukan sebagai uang muka;
2. Piutang dari transaksi penjualan suatu unit *real estat* tidak diakui;
3. Unit *real estat* tersebut tetap dicatat sebagai aktiva penjual, demikian juga dengan kewajiban yang terkait dengan unit *real estat* tersebut, walaupun kewajiban tersebut telah dialihkan ke pembeli;
4. Khusus unit *real estat* penyusutan dalam unit *real estat* tersebut tetap diakui oleh penjual.

Berikut beberapa peneliti yang mendukung penelitian ini antara lain yaitu dilakukan oleh Andolita Shinta Dewi (2007) Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara yang meneliti mengenai akuntansi aktivitas pengembangan *real estate* menurut PSAK No.44 pada PT. Ira Widya Utama Medan. Hasil penelitian pada PT. Ira Widya Utama Medan menggunakan metode akrual penuh (*full accrual method*) sebagai metode pengakuan pendapatan untuk penjualan tanah dan bangunan rumah serta penjualan tanah matang.Sedangkan, pada penjualan unit serta bangunan perkantoran menggunakan metode presentase penyelesaian.

Tri Wahyudi (2003) Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta melakukan penelitian mengenai pengakuan pendapatan dan biaya pada PT.Pembangunan Perumahan Cabang V Semarang.Hasil penelitian ini adalah prosedur pencatatan akuntansi pendapatan dan biaya yang telah digunakan dalam pembiayaan proyek menggunakan presentase penyelesaian.Dalam metode ini seluruh biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan dicatat ke rekening bangunan dalam pelaksanaan.Setiap akhir periode dilakukan perhitungan suatu laba atau rugi berdasarkan presentase penyelesaian.

Mardiana (2013) melakukan penelitian mengenai analisis pengakuan pendapatan dan biaya pada CV. Puriyasa Contraco Sekayu. Hasil penelitian ini adalah pengakuan pendapatan pada CV. Puriyasa Contraco Sekayu, setiap uang yang masuk ke kas perusahaan diakui sebagai pendapatan perusahaan setiap tahunnya akan lebih kecil. Hal ini yang menyebabkan terjadinya ketidaktepatan dalam pengakuan pendapatan disetiap tahunnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis data penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari dokumen perusahaan berupa laporan keuangan perusahaan, data-data dari hasil penelitian berupa formulir-formulir, arsip perusahaan dan data-data yang diperoleh dari perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini penulis menggunakan cara dokumentasi.

Yaitu pengambilan data mengenai sistem informasi keuangan perusahaan dari bagian keuangan.

Teknik Analisis Data

Dalam usaha mencari dan mengumpulkan data untuk penelitian ini,, maka penelitian menggunakan teknik analisis sebagai berikut :

- Mengamati dan mengumpulkan data tentang pendapatan.
- Membandingkan data yang diperoleh dengan PSAK yang telah diungkapkan dalam landasan teori.
- Menyusun laporan keuangan PT. Rojoland Indonesia *Build* sesuai dengan PSAK.
- Menganalisis data yang ada dengan cara membandingkan pengakuan pendapatan pada PT. Rojoland Indonesia *Build* dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK).
- Mengambil simpulan dan memberikan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk memecahkan masalah yang ada pada PT. Rojoland Indonesia *Build* peneliti akan mengubah metode pengakuan pendapatan yang digunakan oleh pihak PT. Rojoland Indonesia *Build* dalam mengakui pendapatan, yaitu yang semula pengakuan pendapatannya menggunakan metode *cash basic* akan mengubah pengakuan pendapatannya sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 44.

Adapun langkah-langkah dalam memecahkan masalah sebagai berikut :

Pengakuan Pendapatan

Tabel 1.Perbandingan Penerapan Perusahaandengan Penerapan Sesuai PSAK No. 44

Penerapan Perusahaan	Penerapan Sesuai PSAK No. 44	Sesuai / Tidak Sesuai
Penjualan diakui sebagai pendapatan kas masuk perusahaan.	Penjualan diakui sebagai uang muka perusahaan.	Tidak Sesuai
Harga jual dianggap tertagih apabila jumlah pendapatan uang muka oleh pembeli sudah mencapai 10% dari harga jual yang ditetapkan.	Harga jual dianggap tertagih apabila jumlah pembayaran uang muka oleh pembeli telah mencapai 20% dari harga jual dan jumlah tersebut tidak dapat untuk diminta kembali.	Tidak Sesuai
Pendapatan diakui apabila adanya penandatanganan perjanjian kantor atau akte jual beli di depan notaris atau pihak bank (bila KPR).	Pendapatan diakui apabila : (1) Pengalihan resiko dan manfaat kepemilikan. (2) Pembeli telah melunasi kewajibannya. (3) Adanya perjanjian jual beli.	Tidak Sesuai

Sumber data: *Data Diolah*

Daftar Transaksi *Customer* dan Daftar Jurnal

Jurnal untuk mencatat pendapatan pada PT. Rojoland Indonesia *Build* dapat dibandingkan dengan PSAK No. 44 dibawah ini :

Tabel 2.Perbandingan Penerapan Perusahaandengan Penerapan Sesuai PSAK No. 44

Transaksi	Penerapan Perusahaan	Penerapan PSAK No. 44	Sesuai / TidakSesuai
1. Booking Fee Kavling Klanting 2 Bok F No.1 sejumlah Rp 350.000	(D) Kas (K) PendapatanBooking Fee	(D) Kas (K) PendapatanBooking Fee	Sesuai
2. DP Kavling Klanting 2 Blok F No. 1 sejumlah Rp 45.537.500	(D) Kas (K) PendapatanPenjualan	Pencatatan pada saat transaksi : (D) Kas (K) Uang MukaPenjualan Pencatatan pada saat proyek selesai serah terima : (D) Uang Muka Penjualan (K) PendapatanPenjualan	Tidak Sesuai
3. Angsuran Ke-1 sampai 6 Kavling	(D) Kas (K) PendapatanPenjualan	Pencatatan pada saat transaksi :	Tidak Sesuai

Klanting 2 Blok F No. 1 sejumlah Rp 1.870.000		(D) Kas (K) Uang MukaPenjualan Pencatatan pada saat proyek selesai serah terima : (D) Uang MukaPenjualan (K) Pendapatan Penjualan	
4. Pelunasan Kavling Sukodono Blok F No. 1 sejumlah Rp 35.000.000	(D) Kas (K) Pendapatan Penjualan	Pencatatan pada saat transaksi : (D) Kas (K) Uang MukaPenjualan Pencatatan pada saat proyek selesai serah terima : (D) Uang MukaPenjualan (K) PendapatanPenjualan	Tidak Sesuai
5. Kelebihan Luasan Kavling Klanting 2 Blok F No. 1 sejumlah Rp 2.200.000	(D) Kas (K) PendapatanKelebihan Tanah	Pencatatan pada saat transaksi : (D) Kas (K) Uang Muka Penjualan Pencatatan pada saat proyek selesai serah terima : (D) Uang Muka Penjualan (K) PendapatanKelebihan Tanah	Tidak Sesuai
6. Biaya AJB dan Balik Nama Kavling Klanting 2 Blok F No. 1 sejumlah Rp 5.000.000	(D) Kas (K) PendapatanJasa Administrasi	Pencatatan pada saat transaksi : (D) Kas (K) Uang MukaPenjualan Pencatatan pada saat proyek selesai serah terima : (D) Uang MukaPenjualan (K) Pendapatan Jasa Administrasi	Sesuai

Sumber data :Data Diolah

Laporan Laba Rugi

Komponen pendapatan usaha kawasan pada PT. Rojoland Indonesia *Build* adalah pendapatan dari usaha penjualan tanah kavling tanpa bangunan, rumah, ruko, dan lain-lain. Pola pengakuan pendapatannya adalah dengan metode kas basis (*cash basic*), yang mana unsur-unsur prinsip dalam kriteria pengakuan metode ini belum terpenuhi, dimana pendapatan belum diakui pada saat penyerahan jasa dan barang yang bersangkutan. Pendapatan bisa direalisasi jika aktiva yang diterima segera dapat dikonversikan terhadap jumlah kas atau klaim atas kas yang diketahui. Dan pendapatan diperoleh jika kesatuan tersebut sebagian besar sudah menyelesaikan apa yang seharusnya dikerjakan agar berhak atas manfaat yang diberikan dari pendapatan, yaitu bila proses mencari laba telah selesai atau sebenarnya telah selesai.

Pembahasan

Sebagaimana telah dijelaskan pada uraian sebelumnya, PT. Rojoland Indonesia *Build* merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *real estat* yang mempunyai kegiatan utamanya yaitu perolehan tanah yang kemudian ditindaklanjuti dengan pembangunan perumahan untuk kemudian dijual kepada masyarakat. Perjalanan serta pengembangan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh pendapatan yang diperoleh dalam operasi normal usaha serta daya dan upaya oleh perusahaan untuk menekan biaya sekecil mungkin tanpa mengganggu kegiatan usaha perusahaan. Oleh karena itu, pendapatan dapat dikatakan sebagai alat ukur prestasi manajemen atas keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan. PT. Rojoland Indonesia *Build* sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *real estat* harus benar-benar memahami pentingnya arti

pendapatan dalam pelaksanaan kegiatan usahanya.

PT. Rojoland Indonesia Build belum tepat dalam mengakui pendapatannya karena *down payment* (DP), angsuran pada saat penerimaan diakui langsung sebagai pendapatan bagi perusahaan. Dalam PSAK No. 44 mengatur bahwa untuk mengakui pendapatan penjualan (rumah, ruko, bangunan sejenis lainnya beserta kaplingan) metode akrual penuh (*full accrual method*) apabila seluruh kriteria berikut terpenuhi: (a) proses penjualan telah selesai; (b) harga jual akan tertagih; (d) tagihan penjual tidak akan bersifat subordinasi di masa mendatang terhadap pinjaman lain yang akan didapat oleh pembeli; (e) penjual telah mengendalikan resiko dan manfaat kepemilikan terhadap unit bangunan kepada pembeli melalui suatu jenis transaksi yang secara substansi yaitu penjualan dan penjual tidak lagi berkewajiban atau terlibat secara signifikan dengan unit bangunan tersebut;

Apabila pada praktiknya kriteria pada metode akrual penuh (*full accrual method*) belum terpenuhi maka pengakuan pendapatan akan ditangguhkan sampai keseluruhan kriteria terpenuhi maka perusahaan mengakui sebagai uang muka untuk transaksi tersebut. Dari kesimpulan tersebut dapat dilihat, jika perusahaan langsung menggunakan kas basis (*cash basic*) dalam mengakui pendapatan dari penerimaan kas. Perusahaan belum bisa menggunakan metode akrual (*accrual method*) karena salah satu kriteria dalam menggunakan metode akrual belum terpenuhi. Hal ini bisa dilihat pada saat pembayaran uang muka angsuran pertama sampai angsuran kedua belum mencapai 20% dari harga jual. Salah satu kriteria dalam menggunakan metode akrual adalah harga jual akan tertagih. Harga jual akan tertagih apabila jumlah pembayaran oleh pembeli setidaknya mencapai 20% dari harga jual.

Kriteria lainnya untuk bisa menggunakan metode akrual penuh adalah apabila penjual sudah mengendalikan manfaat dan risiko kepemilikan unit bangunan kepada pembeli melalui suatu transaksi yang secara substansi yaitu penjual dan penjual tidak berkewajiban lagi atau terlibat secara signifikan dengan unit bangunan tersebut. Di lain pihak, penerimaan uang muka oleh perusahaan menunjukkan perusahaan belum membangun rumah.

Rumah akan dibangun jika setelah uang muka dilunasi. Dengan kata lain pembangunan rumah harus terselesaikan oleh perusahaan sesuai dengan perjanjian. Oleh karena itu, penggunaan metode akrual (*accrual method*) atau mengakui langsung pendapatan pada saat menerima uang muka belum dapat diterapkan oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa PT. Rojoland Indonesia *Build* mengakui pendapatannya menggunakan metode *cash basic* sehingga berdampak adanya pendapatan yang dilaporkan lebih atau kurang dari yang semestinya diakui. Laporan keuangan yang disusun dengan menggunakan dasar *cash basic* tidak bisa menunjukkan suatu kejadian di masa lalu yang masih mempunyai pengaruh untuk menilai laporan keuangan di masa mendatang atau periode akuntansi berikutnya. Laporan keuangan yang disusun dengan menggunakan metode dasar *cash basic* adalah kurang tepat karena metode tersebut tidak menghasilkan laporan keuangan yang dapat menyajikan secara tegas jumlah pendapatan tersebut yang berkaitan dengan cara dan dasar perbandingan yang tepat.

Saran

Untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh PT. Rojoland Indonesia *Build*. Berdasarkan analisis pada bab sebelumnya, maka berikut ini beberapa saran diajukan oleh peneliti berkaitan dengan permasalahan tersebut yaitu agar dapat dihasilkan laporan keuangan yang wajar, maka PT. Rojoland Indonesia *Build* hendaknya tidak menggunakan metode *cash basic* di dalam pengakuan pendapatannya. PT. Rojoland Indonesia *Build* hendaknya menggunakan metode akrual penuh (*full accrual method*) sebagai metode pengakuan pendapatan untuk penjualan tanah dan bangunan rumah serta penjualan tanah matang. Sedangkan, pada penjualan unit strata bangunan perkantoran perusahaan menggunakan metode persentase penyelesaian (*percentage of completion method*). Namun dalam menentukan harga jual, perusahaan harus memperhitungkan ulang dengan seksama faktor lokasi geografis dan kondisi lingkungan. Laporan keuangan yang dibuat harus sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) tentang laporan keuangan yang terdiri dari: neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan. Karena PT. Rojoland Indonesia *Build* hanya membuat laporan laba rugi saja, maka hendaknya juga dibuatkan laporan keuangan neraca, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Shinta, Andolita.2007. *Akuntansi Aktivitas Pengembangan Real Estate Menurut PSAK No.44 Pada PT Ira Widya Utama Medan*.Universitas Sumatera Utara Medan:Medan.
- Dinirafi Nandayani, Rachmi.2007. *Tinjauan atas Penerapan Akuntansi Pengakuan Pendapatan pada Perusahaan Properti PT. Dam Utamasakti Prima*.Universitas Widyatama Bandung:Bandung.
- Ghozali,Imam dan Anis Chariri.2014. *Teori Akuntansi International Financial Reporting System(IFRS)*.Edisi 4.Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.
- Halim, Abdul.2015. *Akuntansi Keuangan Lanjutan*.Mitra Wacana Media:Jakarta.
- Martani, D.dkk.2016. *Akuntansi Menengah Keuangan Menengah Berbasis PSAK*.Salemba Empat:Jakarta.
- Republik Indonesia.2007. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*.Arkola:Surabaya.
- Puspitasari, Pipit.2004. *Analisis Akuntansi Penerapan Pendapatan dan Beban Menurut SAK ETAP pada KPRI Karya Husada di Dinas Kesehatan Kabupaten Lumajang*.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Gama Lumajang:Lumajang.
- Sanusi,Anwar.2011. *Metodelogi PenelitianBisnis*.SalembaEmpat:Jakarta.
- Standar Akuntansi Keuangan Efektif per 1 Januari 2017*.2017.Ikatan Akuntan Indonesia:Jakarta.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.Alfabet:Bandung.
- Taufiq, Muchamad.2017. *Aspek Hukum dalam Ekonomi*.Media Nusa Creative:Malang.
- Wahyuni, Tri.2003. *Pengakuan Pendapatan dan Biaya pada PT. Pembangunan Perumahan Cabang V Semarang*.Universitas Sebelas Maret Surakarta:Surakarta.
- Wardani Sri, Atik.2006. *Evaluasi Pengakuan Pendapatan atas Penjualan Angsuran Tahun 2004 dan 2005 pada UD Citra Jaya Motor*.Universitas Sebelas Maret Surakarta:Surakarta.

Pengaruh *Service Excellent, Brand Image Dan Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pakaian Muslim Mayang Collection Lumajang

Citra Paramita Dewi
STIE Widya Gama Lumajang
email :citraparamita227@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service excellent, brand image* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim mayang collection lumajang, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh *service excellent, brand image* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim mayang collection lumajang. Metode yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service excellent* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* muslim mayang collection lumajang, variabel *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* muslim mayang collection lumajang, dan *product quality* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* muslim mayang collection lumajang. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh *service excellent, brand image* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim mayang collection lumajang dengan koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,764, yang menunjukkan bahwa 76,4% *customer satisfaction* muslim mayang collection lumajang dipengaruhi oleh *service excellent, brand image* dan *product quality*, sedangkan sisanya yaitu 23,6% *customer satisfaction* dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *service excellent, brand image, product quality dan customer satisfaction*

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of service excellent, brand image and product quality to customer satisfaction Muslim clothing mayang collection lumajang, either partially or simultaneously. This study tested the hypothesis that there is the effect of service excellent, brand image and product quality to customer satisfaction Muslim clothing mayang collection lumajang. The method used is multiple linear regression statistic method. The result of this research shows that service excellent variables have influence to customer satisfaction muslim collection of lumajang, brand image variables influential on customer satisfaction mayang collection lumajang, and product quality does not affect customer satisfaction muslim mayang collection lumajang. While simultaneously there is the effect of service excellent, brand image and product quality to customer satisfaction Muslim clothes collection collection lumajang with coefficient of determination (Adjusted R²) diperoleh 0.764, which indicates that 76.4% customer satisfaction Muslim mayang collection lumajang influenced by service excellent, brand image and product quality, while the remaining 23.6% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this research.

Keyword : *service excellent, brand image, product quality dan customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia usaha dan industri juga mengalami perkembangan yang semakin pesat, terbukti dengan banyaknya para pengusaha baik mikro maupun makro dengan beragam usaha. Perkembangan dunia bisnis *fashion* khususnya di bidang *fashion* muslim dan muslimah telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia bisnis dalam upaya untuk menembus pasar yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis bisnis saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis bisnis. Untuk meraih posisi yang lebih baik maka setiap bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kepuasan konsumen atau

customer satisfaction. Terutama persaingan bisnis dalam bidang industri pakaian muslim khususnya.

Persaingan yang sangat ketat menuntut pengusaha agar lebih kreatif dan inovatif. Karena banyaknya pesaing dalam bidang yang sama. Selain dalam hal strategi pemasaran juga sangat penting dalam menghadapi persaingan dunia bisnis yang semakin maju. Karena setiap orang mendirikan usaha menginginkan usahanya hidup secara terus menerus (panjang umur), artinya dapat terus beroperasi, dan meningkatkan laba, semakin panjang umur suatu perusahaan maka menjadi salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan. Kunci keberhasilan perusahaan sangat tergantung dari manajemen dalam bidang pemasaran yang dimiliki agar keberlangsungan perusahaan dapat berlangsung lama.

Keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang, serta mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan (*Customer Satisfaction*). Banyaknya perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar.

Mayang *Collection* merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian muslim yang bertempat di Jl.PB. Sudirman No.11 B Lumajang. Mekanisme penjualan di Mayang *Collection* adalah konsumen datang ke toko untuk mencari dan memilih barang yang akan dibeli. Mayang *collection* menjual berbagai model pakaian muslim dan juga berbagai model kerudung dengan desain yang beda dari pada toko yang merupakan pesaing dengan jenis usaha yang sama, dan juga yang membedakan Mayang *Collection* adalah cara penyampaian pelayanan yang penuh dengan pengertian yang menjadikan konsumen yang datang ke Mayang *Collection* merasa diistimewakan dan menjadikan pelanggan nyaman, dengan *service excellent* pelanggan akan merasa bahwa Mayang *Collection* merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian muslim dengan kualitas pelayanan bagus dari pada yang lain, kesan dari pelanggan bahwasannya jika berbelanja di mayang *collection* merasa puas, karena memiliki produk yang berkualitas (*Quality Product*), dengan memperhatikan itu semua di indikasikan berpengaruh simultan terhadap *Customer Satisfaction*. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Service Excellent*, *Brand Image* Dan *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pakaian Muslim Mayang *Collection* Lumajang".

KAJIAN PUSTAKA

- **Service Excellent**

Kasmir (2017:47) *Service* diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.

Service excellent adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya pelanggan akan merasa puas dan menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu.

- **Brand Image**

Keller, 1993 dalam Ferinadewi (2008:165) *Brand image* adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut (Keller, 1993). Dapat dikatakan juga bahwa *Brand image* merupakan konsep yang diciptakan konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya, oleh karena itu dalam konsep ini persepsi konsumen menjadi lebih penting dari pada keadaan sesungguhnya (Dobni & Zinkhan, 1990)

- **Product Quality**

Menurut Kotler and Armstrong (2008:272) *product quality* adalah karakteristik product yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan.

John C. Mowel (2002:90) *product quality* didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Kotler and Armstrong (2012:283) *Quality product* adalah "*the ability of a product to perform its function, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*" yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi *product* yang atribut *product* lainnya.

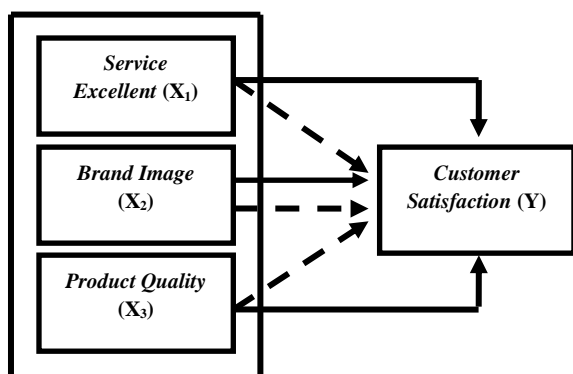
- **Customer Satisfaction**

John C. Mowel, Michael Minor (2002:89) mendefinisikan *customer satisfaction* sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh

dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan/mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Tjiptono (2015:16) *customer satisfaction* merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya, kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba.

Secara umum dikatakan bahwa *customer satisfaction* adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dengan kenyataan inilah yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkatan harapannya. Adapun tingkat kepuasan biasanya diukur dengan tingkatan sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.



Gambar 2 . Paradigma penelitian

Sumber : Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu

Pengajuan Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut :

b. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *service excellent* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh *service excellent* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

c. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *brand image* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh *brand image* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

d. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *product quality* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh *product quality* yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

e. Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *service excellent*, *brand image* dan *product quality* yang simultan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh *service excellent*, *brand image* dan *product quality* yang simultan terhadap *customer satisfaction* pelanggan pakaian muslim Mayang *collection* Lumajang.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan mencari hubungan yang bersifat *kausal*. Sugiyono (2008:36) menyatakan bahwa hubungan *kausal* adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi

dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel *service excellent*, *brand image*, *product quality* terhadap variabel dependen (Y) *customer satisfaction*, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu *service excellent* (X_1), *brand image* (X_2), *product quality* (X_3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu *customer satisfaction*.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah butik pakaian muslim Mayang collection Lumajang.

Objek penelitian adalah variabel independen adalah *service excellent* (X_1), *brand image* (X_2), *product quality* (X_3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu *customer satisfaction* produk pakaian muslim Mayang collection.

Sumber dan Jenis Data

g. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal. Data internal diperoleh dari Mayang collection Lumajang yang dijadikan sampel penelitian berupa data berupa data pembelian, data konsumen dan pelanggan, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tentang kondisi persaingan usaha sejenis khususnya di Lumajang

h. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan butik Mayang collection Lumajang. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini data jumlah pelanggan yang melakukan pembelian di butik Mayang collection Lumajang.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

f. Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang telah membeli produk pakaian muslim Mayang collection Lumajang.

g. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiono 2015:139).

Sugiono (2015:154) Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam dalam buku *Research Methods For Business* (1982:258).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil $10 \times 4 = 40$ orang.

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara
- Observasi
- Dokumentasi
- Kuisisioner
- Studi pustaka

Variabel Penelitian

Variabel Independen

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *service excellent* (X_1), *brand image* (X_2), *product quality* (X_3).

Service Excellent (X_1)

Service excellent adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dari definisi tersebut maka indikator *service excellent* antara lain:

- Tersedia karyawan yang baik
- Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga akhir

- C. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- D. Mampu berkomunikasi
- E. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- F. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

Brand Image (X₂)

Dobni & Zinkhan (1990) dalam Ferrinadewi (2008:165) *Brand image* merupakan konsep yang diciptakan konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya, oleh karena itu dalam konsep ini persepsi konsumen menjadi lebih penting dari pada keadaan sesungguhnya.

Dari definisi diatas maka indikator dari *brand image* antara lain :

- a. Persepsi (Mudah diingat)
- b. Kognisi (Product yang sesuai)
- c. Sikap (Merek product yang terpercaya)

Product Quality (X₃)

Kotler (2008:143) Yang dimaksud *product quality* dalam penelitian ini adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dari definisi diatas maka indikator dari *product quality* antara lain :

- d. Kinerja (*performance*)
- e. *Feature*
- f. Sesuai dengan harapan
- g. Daya tahan
- h. Keindahan product atau desain
- i. Kesan yang dirasakan

Variabel Dependen

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *customer satisfaction* (Y).

Wahyuni dkk (2015:7) *customer satisfaction* merupakan suatu perasaan yang dimiliki oleh seseorang jika produk yang dibeli sesuai dengan harapan. *customer satisfaction* merupakan tujuan utama perusahaan, karena dengan adanya kepuasan maka akan terjadi pembelian ulang terhadap produk yang dihasilkan.

Dari pernyataan diatas maka indikator *Customer Satisfaction* antara lain :

- a. Keluhan dan usulan diterima
- b. Kepuasan terhadap pelayanan
- c. Kepuasan terhadap kualitas produk
- d. Harapan

Teknik Analisis Data

Sugiono (2010:206) Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Sugiono (2015:126) analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dan penelitian ini jika korelasi antar skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Nugroho (2011:33) menyatakan bahwa "Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*". Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam table sebagai berikut:

No	Interval Alpha Conrbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2	0,201-0,40	Agak Reliabel
3	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4	0,601-0,80	Reliabel
5	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

A. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot* pada *output* SPSS, jika nilai – nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Singih Santoso, 2012:361).

B. Pengujian Multikolinieritas

Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 Menurut (Ghozali, 2001:92).

C. Pengujian Heteroskedastisitas

Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2010:210).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Adapun persamaan regresinya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (uji parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat” (Mudrajat, 2007:81).

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Mudrajat Kuncoro (2007:82) “uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *service excellent*, *brand image* dan *product quality* secara simultan terhadap variabel terikat yaitu *customer satisfaction* yang di uji dengan cara uji signifikan

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Santoso (2012:355)

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian Validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisa faktor hasil output SPSS. Jika korelasi antar skor butir dengan skor total diatas 0,3 maka butir-butir dalam instrumen dinyatakan valid. Koefisien korelasi dari pernyataan untuk variabel *service excellent*, *brand image*, *product quality* di dapat hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r minimal (0,3), sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk variabel dalam penelitian ini diperoleh hasil kuesioner *Service Excellent* X_1 sangat reliabel, hasil kuesioner *Brand Image* X_2 reliabel, hasil kuesioner *Product Quality* X_3 reliabel, hasil kuesioner *Customer Satisfaction* Y reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

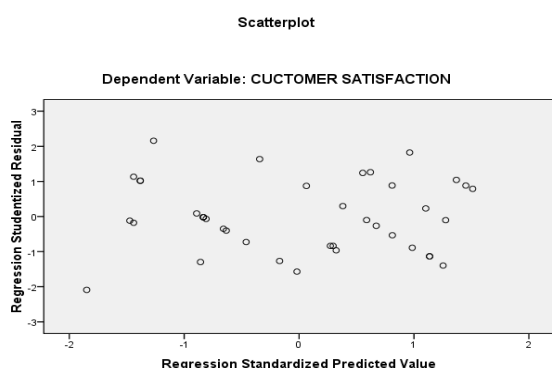
B. Hasil Uji Normalitas Data

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa dari 40 responden diperoleh nilai mean sebesar 3,08 dengan standart deviasi 0,961 dan titik puncak tepat berada di titik tengah atau tepat di angka 0. Hal ini berarti model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

C. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel *service excellent*, *brand image*, *product quality* yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

D. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini

Hasil analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu *service excellent*, *brand image* dan *product quality* secara parsial maupun simultan terhadap *customer satisfaction*.

$$Y = 1,068 + 0,338(X_1) + 0,374(X_2) + 0,084(X_3)$$

Diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *brand image* dengan koefisien 0,374.

Hasil Pegujian Hipotesis

1. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing - masing variabel independent, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(n-2) = 40 - 2 = 38$, maka diperoleh $t_{tabel} = \pm 2,024$.

a. Variabel *Service Excellent* (X_1)

Hasil uji t untuk variabel *service excellent* (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,003$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti $t_{hitung} (4,003) > t_{tabel} (2,024)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka hipotesis pertama dapat diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa variabel *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection.

b. Variabe *Brand Image* (X^2)

Hasil uji t untuk variabel *brand image* (X_2) diperoleh nilai t hitung = 2,593 dengan tingkat signifikansi 0,014. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t hitung (2,593) > t tabel (2,024), yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,014 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka hipotesis kedua dapat diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection

c. Variabel *Product Quality* (X^3)

Hasil uji t untuk variabel *product quality* (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,099$ dengan tingkat signifikansi 0,279. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t hitung (1,099) < t tabel (2,024), yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,279 yang berada diatas batas signifikansi 0,05 maka hipotesis ketiga tidak dapat diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa variabel *product quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F tabel. Hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = $40 - 3 - 1 = 36$, maka diperoleh F tabel = 2,87.

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 43,000 > F_{tabel} sebesar 2,87 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa secara simultan variabel *service excellent*, *brand image* dan *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection Lumajang. Berdasarkan uraian tersebut bahwa ada hubungan positif antara variabel *service excellent*, *brand image* dan *product quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,764. Hal ini berarti 76,4% *customer satisfaction* dapat dijelaskan oleh variabel *service excellent*, *brand image* dan *product quality* sedangkan sisanya yaitu 23,6% *customer satisfaction* dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pembahasan Hasil Pengujian Penelitian Hipotesis Pertama

service excellent yaitu memberikan pelayanan yang terbaik yang diberikan oleh perusahaan/ produsen kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dengan kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Mayang collection Lumajang selalu memberikan *service* yang memuaskan kepada konsumen, sehingga konsumen atau pengunjung selalu merasa diistimewakan dan dihargai. Hal itu menunjukkan bahwa karyawan Mayang collection sesuai dengan standart dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Dengan demikian *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

b. Pembahasan Hasil Pengujian Penelitian Hipotesis Kedua

Brand image yang merupakan persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang diperoleh dari suatu informasi atau pengalaman sendiri tentang merek tersebut. Dengan membangun *brand image* yang baik dimata konsumen dapat menguntungkan perusahaan dalam menjangkau konsumen, baik dalam artian dapat memuaskan konsumen dengan produk dan *service* yang diberikan oleh perusahaan, kemudian konsumen menceritakan kepada calon konsumen bahwa jika berbelanja di Mayang collection dapat memuaskan, dari itu dapat menjadi promosi yang gratis. Maka dari itu *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection Lumajang.

c. Pembahasan Hasil Pengujian Penelitian Hipotesis Ketiga

Product quality tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* karena konsumen merasa puas dengan Mayang collection bukan didasarkan pada produk yang dijual tetapi berdasarkan *image* atas Mayang collection. Terkadang konsumen memutuskan membeli produk cenderung mengabaikan faktor kualitas, tetapi jika sudah tertanam di *mindset* seseorang bahwa berbelanja di toko tersebut adalah produk dengan kualitas baik, karena itu kualitas produk cenderung diabaikan. Tetapi di Mayang collection konsumen mengetahui bahwasannya produk dari Mayang collection Lumajang memiliki kualitas yang bagus, sehingga konsumen sudah tidak ragu terhadap produk Mayang

collection dan Mengabaikan variabel *product quality*. Dan ada beberapa indikator yang membuat penelitian ini menghasilkan bahwa *product quality* tidak berpengaruh terhadap *customers satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.

d. Pembahasan Hasil Pengujian Penelitian Hipotesis Keempat

Meskipun *product quality* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection Lumajang tetapi ketika digabungkan dengan *service excellent* dan *brand image* dapat berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Mayang collection Lumajang. Hal ini berarti ketiga variabel *service excellent*, *brand image* dan *product quality* dapat meningkatkan *customer satisfaction*. Tiga variabel tersebut dapat meningkatkan *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang dikarenakan konsumen merasa *service* yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, konsumen nyaman dan merasa diistimewakan saat berbelanja di Mayang collection. Kemudian *brand image* atas Mayang collection sangat baik dimata konsumen, karena tertanam di *mindset* konsumen atau masyarakat Lumajang bahwa berbelanja di Mayang collection sangat baik dan dapat menunjukkan status social konsumen tersebut. Selain itu *product quality* dari Mayang collection sangat sesuai dengan konsumen baik dari model dan ukurannya, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan Mayang collection Lumajang. Atas kondisi ini *service excellent*, *brand image* dan *product quality* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara parsial *service excellent* memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara parsial *brand image* memiliki hubungan positif dan berpengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara parsial *product quality* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat terdapat pengaruh *service excellent*, *brand image* dan *product quality* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pakaian muslim Mayang collection Lumajang.

Saran

- b. Untuk tetap menjaga dan meningkatkan *service* kepada konsumen, dan melakukan pelatihan khusus bagi karyawan baru sehingga *service* tidak terjadi kesalahan atau meminimalkan kesalahan pada saat melakukan *service* kepada konsumen.
- c. Untuk tetap menjaga *brand image* yang telah melekat baik dibenak konsumen tentang pakaian muslim Mayang collection Lumajang, dengan demikian akan meningkatkan *customer satisfaction*.
- d. Tetap menjaga dan meningkatkan *product quality*, dengan lebih memilih produk yang dijual, selalu *update*, bervariasi dan berbeda dari produk yang lain sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang dijual.
- e. Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh *service excellent*, *brand image* dan *product quality*, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti lain dapat meneliti tentang variabel lain yang mempengaruhi *customer satisfaction* seperti harga, promosi, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo: Jakarta
- Ferinadewi, Erna. 2008. *Merek Dan Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Graham Ilmu. Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks

_____ dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13
Erlangga:Jakarta

_____ and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid
1. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad (2007), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga : Jakarta

Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga

Nugroho, Yohanes Anton. 2011. *It's Easy...Olah Dengan SPSS*. Cetakan 1. Perpustakaan Nasional:
Yogyakarta.

Santoso, Singgih, 2010. *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta:
Penerbit PT. Elex Media Komputindo

Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Sugiyono.2008.*Metodekuantitatif, kualitatif dan R & D*.Alfabeta.Bandung

_____.2010.*Metodepenelitian bisnis*.Alfabeta.Bandung

_____. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,
Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta: Bandung

_____. 2015. *Memahami penelitian Kualitatif* . CV Alfebeta: Bandung

Wahyuni,hana Catur.dkk.2015. *Pengendalian kualitas Aplikasi pada industry jasa dan manufaktur
dengan Lean, Sixma dan Servqual*.Yogjakarta:Graha ilmu

Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang

Intan Agustina¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: Intanakbar4@gmail.com

Rendra Wirawan²
STIE Widya Gama Lumajang
email: Rendrawiga2018@gmail.com

Sukma Irdiana³
STIE Widya Gama Lumajang
email: sukmapasah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada indomaret di Kecamatan Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang yang melakukan pembelian di indomaret kecamatan Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan untuk harga tidak berpengaruh secara parsial. Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di indomaret kecamatan Lumajang. Hasil koefisien determinasi R² menunjukkan sebanyak 51,8% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 48,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variable yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah produk, distribusi, orang, dan lain sebagainya.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the influence of price, promotion and quality of service to consumer purchasing decisions on indomaret in Lumajang District. The population in this study is Lumajang community who make purchases in indomaret Lumajang district. This population is heterogeneous which can be seen from the various age and gender with the number of 60 respondents with sampling technique in this study is random sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis hypothesis test. The results of this study indicate that the partial promotion and quality of service influence on purchasing decisions while for the price does not affect partially. Simultaneously price, promotion and quality of service have a significant positive effect on consumer purchasing decision in indomaret Lumajang district. The result of determination coefficient of R² shows that 51,8% of consumer purchasing decision can be explained by price variable, promotion and service quality, while the rest 48,2% consumer purchasing decision influenced by other variable not examined in this research. Variables not studied in this research are product, distribution, people, and so forth.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti ini kemajuan di bidang perekonomian telah banyak membawa pertumbuhan yang pesat dalam bidang usaha dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin tingginya tingkat persaingan di pasaran dan banyaknya produsen yang ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pada suatu produk.

Seiring dengan perkembangan perekonomian pada dunia usaha di Indonesia, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi dan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Selain itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran berbentuk toko, mini market, pasar swalayan dan lain-lain, saat ini banyak mini market atau pusat perbelanjaan khususnya yang menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, air mineral, susu, minyak goreng, dan lain-lain.

Keputusan pembelian produk di yang dipengaruhi oleh harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian antara lain adalah harga. "Harga berperan penting dalam pemasaran. Bagi sebagian pemasar, harga merupakan persoalan pelik yang membutuhkan pertimbangan matang dan cermat" (Tjiptono & Diana, 2016).

Promosi juga merupakan hal penting dalam kegiatan usaha, dimana dengan adanya promosi sebuah perusahaan dapat meningkatkan penjualan. "Promosi (promotion) adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku" (Cannon, Perreault, & McCharthy, 2009:69).

Kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan juga menentukan keberhasilan suatu perusahaan. "Kualitas jasa atau kualitas layanan (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa" (Tjiptono & Diana, 2016:113).

"Keputusan pembelian adalah konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, membeli merek yang paling disukai. Dalam maksud melakukan pembelian, konsumen dapat membentuk lima subjek keputusan : merek, penyalur, kuantitas, waktu, metode pembayaran" (Kotler & Keller, 2008:188).

KAJIAN PUSTAKA

Harga merupakan alat yang sangat penting, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli di dalam sektor publik" (Limakrisna, 2012:61).

Indikator harga menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

1. Harga terdaftar
2. Diskon
3. Potongan harga
4. Periode pembayaran
5. Syarat kredit

Promosi (promotion) adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku" (Cannon et al., 2009:69).

Indikator promosi menurut Kotler & Keller (2009:24) yaitu:

1. Promosi penjualan
2. Periklanan
3. Tenaga penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Pemasaran langsung

Kualitas jasa atau kualitas layanan (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa" (Tjiptono & Diana, 2016:113).

Indikator kualitas pelayanan menurut Algifari (2016:4) yaitu :

1. Ketersediaan fasilitas fisik (tangible) untuk pelayanan.
2. Ketepatan petugas dalam memberikan pelayanan (Reliability).
3. Kemauan dan kesiapan petugas dalam memberikan pelayanan
4. Keterampilan dan pengetahuan petugas dalam memberikan pelayanan
5. Sikap (sopan, respect, perhatian, keramahan)
6. Kejujuran dan dapat dipercaya terhadap petugas dalam memberikan pelayanan
7. Keamanan (fisik, keuangan, kerahasiaan)
8. Kemudahan untuk dihubungi atau ditemui petugas yang memberikan pelayanan
9. Cara berkomunikasi yang dimiliki oleh petugas dalam memberikan pelayanan
10. Usaha petugas dalam memahami kebutuhan konsumen.

Keputusan pembelian adalah konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilhan, membeli merek yang paling disukai. Dalam maksud melakukan pembelian, konsumen dapat membentuk lima subjek keputusan : merek, penyalur, kuantitas, waktu, metode pembayaran” (Kotler & Keller, 2008:188).

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2007:222) yaitu:

1. Tujuan dalam membeli sebuah produk
2. Proses informasi untuk sampai ke pemilihan merek
3. Kemapanan pada sebuah produk
4. Merekomendasikan pada orang lain
5. Melakukan pembelian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif artinya metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal. Penelitian assosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Obyek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Indomaret di kecamatan Lumajang. Sumber data penelitian ini adalah data eksternal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada Indomaret di Kecamatan Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner dan wawancara.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus bertempat normal terbebas dari Multikolinieritas (Multicolonerity) dan Heterokedastisitas. Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat Alpha Cronbach

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasilujiasumsiklasik yang terkaitdengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tollerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsiklasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Regresi Linier berganda Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.910	2.186		1.789	.079		
	JUMLAH_HARGA	-.061	.306	-.036	-.198	.844	.262	3.823

JUMLAH_PROM OSI	.511	.164	.380	3.117	.003	.578	1.730
JUMLAH_KUALIT AS_PELAYANAN	.505	.221	.443	2.281	.026	.228	4.385

a. Dependent Variable:

JUMLAH_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2016)

Berdasarkan tabel tersebut dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk Standardized Coefficients diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,910 - 0,061X1 + 0,511X2 + 0,505X3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai constant sebesar 3,910 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian akan sama dengan 3,910 jika nilai dari variabel harga (X1), promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) sama dengan 0.
- Koefisien variabel harga (X1) sebesar -0,061 (negatif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menurunkan keputusan pembelian sebesar -0,061 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar -0,061, dengan asumsi variabel X2 yaitu promosi adalah konstan.
- Koefisien variabel promosi (X2) sebesar 0,511 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel promosi akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,511 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel promosi akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,511, dengan asumsi variabel X3 yaitu kualitas pelayanan adalah konstan.
- Koefisien variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,505 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel kualitas pelayanan akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,505 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel kualitas pelayanan akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,505, dengan asumsi variabel X1 yaitu harga adalah konstan.

Uji T (Uji Parsial)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t-tabel. Hasil t-tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (n - 2) = 60 - 3 = 57, maka diperoleh t-tabel = ± 2,00247. Jadi kriteria pengujianya sebagai berikut :

- Hasil uji t pada variabel X1 yaitu harga diperoleh nilai $t_{hitung} = -0,198$ dengan signifikansi 0,844. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t-tabel sebesar ± 2,00247. Ini berarti $t_{hitung} (-0,198) < t_{tabel} (2,00247)$, Dengan tingkat signifikansi 0,844 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang.
- Hasil uji t pada variabel X2 yaitu promosi diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,117$ dengan signifikansi 0,003. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t-tabel sebesar ± 2,00247. Ini berarti $t_{hitung} (3,117) > t_{tabel} (2,00247)$, Dengan tingkat signifikansi 0,003 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada indomaret di Kecamatan Lumajang.
- Hasil uji t pada variabel X3 yaitu kualitas pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,281$ dengan signifikansi 0,026. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t-tabel sebesar ± 2,00247. Ini berarti $t_{hitung} (2,281) > t_{tabel} (2,00247)$, Dengan tingkat signifikansi 0,026 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada indomaret di Kecamatan Lumajang.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda simultan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
 Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.122	3	88.374	20.052	.000 ^a
	Residual	246.811	56	4.407		
	Total	511.933	59			

a. Predictors: (Constant), JUMLAH_KUALITAS_PELAYANAN, JUMLAH_PROMOSI, JUMLAH_HARGA

b. Dependent Variable: JUMLAH_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2016

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai F hitung = 20,052 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh Ftabel sebesar 2,77. Ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3
 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.518	.492	2.09937

a. Predictors: (Constant), JUMLAH_KUALITAS_PELAYANAN, JUMLAH_PROMOSI, JUMLAH_HARGA

b. Dependent Variable: JUMLAH_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,518. Hal ini berarti 51,8% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 48,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini antara lain lokasi, distribusi, kepuasan pelanggan dan lain sebagainya.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian antara harga dengan keputusan pembelian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang.

Hal ini tidak sejalan dengan teori harga yang mengatakan bahwa "Harga merupakan alat yang sangat penting, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli di dalam sektor publik" (Limakrisna, 2012:61).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jilly Bernadette Mandey (2013), yang menyatakan bahwa harga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian antara promosi dengan keputusan pembelian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang.

Hal ini sejalan dengan teori promosi yang mengatakan bahwa “Promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam meninformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya” (Subagyo, 2010:132).

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Miftakul Janahdinata (2011), Hariadi & Martoatmodjo (2012), Weenas et al., n.d. (2013), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang.

Hal ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan yang mengatakan bahwa “Kualitas pelayanan berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna layanan (konsumen) serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk memenuhi harapan pengguna layanan (konsumen)” (Algifari, 2016:2)

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widagdo (2011), dan Andreti, Zhafira, Akmal, & Kumar (2012), Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris.

Pembahasan Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Lumajang. Meskipun harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan tetapi ketika digabungkan dengan promosi dan kualitas pelayanan maka dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan variabel yang terdiri dari harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,518 menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 51,8%. Sedangkan sisanya sebesar 48,2 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan teori keputusan pembelian yang mengatakan bahwa “Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian” (Kotler & Keller, 2009:235).

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Yogyakarta: BPFE.
- Cannon, Perreault, & McCharthy. (2009). *Pemasaran Dasar* (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET

Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang

Khumairo¹
STIE Widya Gama Lumajang
khumairoq67383@gmail.com

Ninik Lukiana²
STIE Widya Gama Lumajang

Kasno T. Kasim³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen kopi kapal api di lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kopi kapal api di Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel *Simple Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang sedangkan untuk harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Secara simultan citra merek dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebanyak 38,1% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel citra merek dan harga sedangkan sisanya 61,9% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini diantaranya adalah kualitas produk, promosi, dan distribusi.

Kata kunci : Citra Merek, Harga , Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the influence of brand image and price to consumer purchasing decision of kopi kapal api in lumajang. the population in this study is the consumers of kopi kapal api in lumajang. This population is heterogeneous which can be seen from the diversity of age and gender with the number of 60 respondents with sampling technique simple random sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis hypothesis test. The results of this study indicate that partially brand image has a significant effect and has a positive relationship to the decision to buy kopi kapal api in Lumajang while for the price does not significantly affect the decision to buy kopi kapal api in Lumajang. Simultaneously brand image and price have significant influence to buying decision of kopi kapal api in Lumajang. The result of determination coefficient of R^2 shows that 38,1% of consumer purchasing decision can be explained by variable of brand image and price while the rest 61,9% consumer purchasing decision is influenced by other variable not examined in this research.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan perkembangan perekonomian dunia, persaingan terjadi pada berbagai industri, baik industri sektor jasa maupun non jasa. Untuk itu perusahaan dituntut untuk selalu mengerti apa yang terjadi pada pasar dan apa yang di inginkan oleh konsumennya, serta memahami

situasi yang terjadi pada lingkungan bisnisnya agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri minuman. Industri ini cukup menarik untuk di bahas karena bagi sebagian masyarakat minuman adalah kebutuhan sehari-hari terutama kopi. Kopi adalah minuman yang berasal dari tanaman biji, dengan seiring berkembangnya teknologi, masyarakat tidak perlu lagi bersusah payah menyangrai biji kopi kemudian menumbuk/menghaluskannya untuk sekedar menyeduh kopi. kopi dalam bentuk kemasan siap seduh bahkan kopi siap minum sudah banyak kita jumpai di pasaran. pada era millennium ini, masyarakat modern adalah masyarakat yang selalu disibukkan oleh berbagai kegiatan dan beragam jenis pekerjaan yang menyita waktu, sehingga berbagai masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi, ke pola konsumsi yang lebih praktis. Hal ini merupakan peluang yang prospektif bagi produsen kopi bubuk instan untuk memasarkan produknya. Pangsa pasar kopi bubuk instan di negara kita hingga kini masih dikuasai oleh merek kapal api yang hingga kini menguasai mayoritas *market share* kopi bubuk domestik.

Perusahaan minuman instan khususnya kopi bubuk instan harus mempunyai strategi pemasaran, agar konsumen tetap melakukan pembelian terhadap produknya. Keputusan pembelian konsumen umumnya dipengaruhi oleh faktor harga, harga yang terjangkau dapat mempengaruhi daya beli konsumen.

Perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor harga. Harga yang lebih rendah dapat memicu peningkatan pembelian konsumen, sedangkan harga yang lebih tinggi menentukan kualitas suatu produk. Kualitas suatu produk dapat memicu citra merek atau *brand image* perusahaan dan produk itu sendiri.

Pada faktanya kopi kapal api memiliki banyak pesaing yang menawarkan produk yang sama yang dapat mengambil perhatian konsumen. Dengan keterjangkaunya harga dan kualitas produk yang baik maka hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk kopi kapal api. Hal ini membuktikan bahwa kopi kapal api mempunyai konsumen yang loyal pada produknya, sehingga konsumen tetap percaya pada produk kopi kapal api dengan slogannya yaitu "jelas lebih nikmat".

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil topik dalam penelitian ini yaitu tentang "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang".

KAJIAN PUSTAKA

Sebuah merek adalah "sebuah nama, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari beberapa elemen ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu atau sekumpulan penjual dan untuk mendiferensiasikan mereka dari para pesaingnya. Komponen yang berbeda dari merek-nama merek, logo, simbol, desain dan lainnya disebut sebagai elemen merek" (Kotler & Lane, 2009:288).

Citra merek (*brand imager*) yaitu "kemampuan merek dalam memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. *Brand imagery* (citra merek) bisa terbentuk secara langsung (melalui pengalaman konsumen dan kontakannya dengan produk, merek, pasar sasaran, atau situasi pemakaian) dan tidak langsung (melalui iklan dan komunikasi gethot tular)" (Tjiptono, 2005:42).

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi, pandangan masyarakat atau konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Citra positif yang secara konsisten tampil kuat karena didukung oleh konsistensi antara kredibilitas dan pengalaman dinamis akhirnya menghasilkan reputasi perusahaan.

Menurut Kotler & Lane (2009:269), ada 6 (enam) kriteria utama untuk memilih elemen merek yaitu :

- Dapat diingat, seberapa jauh merek itu diingat dan dikenali.
- Berarti, apakah merek itu kredibel dan mengindikasikan kategori yang berhubungan dengan bahan produk.
- Dapat disukai, seberapa menarik estetika elemen merek, apakah merek dapat disukai secara verbal, visual atau dengan cara lain.
- Dapat ditransfer, apakah merek dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dalam kategori yang sama atau berbeda, apakah merek tersebut dapat menambah ekuitas merek.
- Dapat dilindungi, seberapa mudah elemen merek itu dapat dilindungi secara hukum dan secara kompetitif.

Menurut Stanton (1984:308), “harga adalah jumlah uang,(keungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”.

Dari teori di atas dapat di simpulkan harga adalah nilai dari suatu produk yang telah di tetapkan oleh pemasar yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen.

Menurut (Kotler & Keller, 2009:24). Indikator variabel harga dapat di jabarkan sebagai berikut:

- a. Harga Terdaftar
- b. Diskon
- c. Potongan harga

Keputusan pembelian adalah “proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan” (Kotler dan Armstrong, 2008:129).

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keadaan dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan keinginan konsumen tersebut.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008:184) adapun indikator variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh citra merek dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen kopi kapal api.

H_a : Terdapat pengaruh pengaruh citra merek dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen kopi kapal api.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini bersal dari konsumen kopi kapal api di Lumajang. Metode pengumpuln data yang digunakan dengan penelitian ini adalah Wawancara, Observasi dan Kuesioner. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validasi dan reabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Mulikolinieritas (*Multicolnearity*) dan heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap varibel dependent, baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Liner Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
 Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardiz ed Coefficient s	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.055	3.004		1.350	.182		

CITRA MEREK	.678	.135	.662	5.038	.000	.629	1.589
HARGA	-.089	.150	-.078	-.592	.556	.629	1.589

a. Dependent Variable:
KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2018.

Dari perhitungan regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,055 + 0,678X_1 - 0,089X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- b. Nilai *constant* sebesar 4,055 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian sama dengan 4,055 jika nilai dari variabel citra merek (X_1), Harga (X_2) dan sama dengan 0.
- e. Koefisien variabel citra merek (X_1) sebesar 0,678 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel citra merek akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,678 dan sebaliknya dengan asumsi variabel citra merek konstan.
- c. Koefisien variabel harga (X_2) sebesar -0,89 (negatif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,89 dan sebaliknya dengan asumsi variabel harga konstan.

Uji T (Uji Parsial)

Hasil analisis regresi berganda parsial dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji T (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.055	3.004		1.350	.182		
	CITRA MEREK	.678	.135	.662	5.038	.000	.629	1.589
	HARGA	-.089	.150	-.078	-.592	.556	.629	1.589

a. Dependent Variable:
KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2018.

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $(n - 2) = 60 - 2 = 58$, maka diperoleh $t_{tabel} = \pm 2,002$. Jadi kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu citra merek memiliki t_{hitung} sebesar 5,038 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 5% (0,05) diperoleh t_{tabel} sebesar 2,002. Artinya $t_{hitung} = 5,038 > t_{tabel} = 2,002$, dan dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh citra merek yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang.

Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu harga memiliki t_{hitung} sebesar -0,592 dan nilai signifikan sebesar 0,556. Dengan menggunakan batas signifikan 5% (0,05) diperoleh t_{tabel} sebesar 2,002. Artinya $t_{hitung} = -0,592 < t_{tabel} = 2,002$, dan dengan tingkat signifikan sebesar 0,556 > dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil analisis regresi berganda silmutan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^d

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.926	2	84.963	17.559	.000 ^a
	Residual	275.807	57	4.839		
	Total	445.733	59			

a. Predictors: (Constant), HARGA, CITRA MEREK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2018.

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,559$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 2,77. Artinya $F_{hitung} = 17,559 > F_{tabel} = 2,77$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya terdapat pengaruh citra merek, dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 4
 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.617 ^a	.381	.360	2.19971	.381	17.559	2	57	.000

a. Predictors: (Constant), HARGA, CITRA MEREK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil pengolahan Data Kuesioner, 2018.

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,381. Hal ini berarti 38,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 61,9% keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, diantaranya adalah kualitas produk, promosi, dan distribusi

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan memiliki hubungan yang positif. Artinya jika citra merek meningkat maka keputusan pembelian meningkat juga dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari Menurut Feldwick (1996a,1996b) dalam Tjiptono (2005:49), yang menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) yaitu deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Sejumlah teknik kuantitatif dan kualitatif telah dikembangkan untuk membantu mengungkap persepsi dan asosiasi konsumen terhadap sebuah merek tertentu.

Citra merek menjadi hal yang sangat penting diperhatikan oleh perusahaan, melalui citra merek yang baik, maka dapat menimbulkan nilai emosional pada diri konsumen, dimana akan timbulnya perasaan positif pada saat membeli atau menggunakan suatu merek, demikian sebaliknya apabila suatu merek memiliki citra (*image*) yang buruk dimata konsumen, kecil kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk dengan citra merek yang baik secara tidak langsung akan membantu kegiatan perusahaan dalam mempromosikan produk yang dipasarkan selanjutnya dan hal tersebut akan menjadi kekuatan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Konsumen memberikan tanggapan setuju pada citra merek terhadap produk kopi kapal api di Lumajang. Artinya citra merek mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian

konsumen terhadap produk kopi kapal api di Lumajang. Hal ini sesuai dengan indikator empiris variabel citra merek yang pertama yaitu dapat diingat, seberapa jauh merek itu diingat dan dikenali. Yang kedua berarti, apakah merek itu kredibel dan mengindikasikan kategori yang berhubungan dengan bahan produk. Ketiga dapat disukai, seberapa menarik estetika elemen merek, apakah merek dapat disukai secara verbal, visual atau dengan cara lain. Keempat dapat ditransfer, apakah merek dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dalam kategori yang sama atau berbeda, apakah merek tersebut dapat menambah ekuitas merek. Dan yang terakhir dapat dilindungi, seberapa mudah elemen merek itu dapat dilindungi secara hukum dan secara kompetitif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria Engla Sagita (2015), Fanny Puspita Sari dan Tri Yuniati (2016), Adam Akbar (2013) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhayati (2017) dan Desy Irana Dewi Lubis dan Rahmat Hidayat (2017) yang menyatakan bahwa variabel citra merek secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis atas pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Ini berarti citra merek memberikan peranan yang sangat penting terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Sehingga dari hasil penelitian dan teori diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra merek suatu produk bagi konsumen maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Pernyataan dari kuesioner yang diajukan kepada responden "Merek kopi bubuk instan Kapal Api sudah dikenal banyak orang" merupakan pernyataan citra merek yang mempunyai rata-rata terbesar dari indikator pernyataan yang lain. Artinya mayoritas responden menyatakan setuju bahwa merek kopi bubuk instan kapal api sudah dikenal oleh banyak orang. Sehingga citra merek dalam penelitian ini berperan penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan memiliki hubungan yang negatif. Artinya jika harga meningkat maka akan menurunkan keputusan pembelian dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori dari Kotler dan Keller. (2009:72) yang menyatakan bahwa untuk dapat menembus pasar yang lebih luas perusahaan harus melakukan aktivitas yang dapat mengembangkan dan mempertahankan konsumen. Konsumen dalam hal ini merupakan penerima harga. Praktik perusahaan dalam penetapan harga sangat berpengaruh terhadap kecenderungan konsumen dalam membeli produk, Perusahaan pemasar dalam hal ini menyadari bahwa konsumen sering mengakses harga secara aktif dan terus menerus untuk menentukan harga suatu produk berdasarkan dari pengalaman pembelian mereka sebelumnya, komunikasi formal (iklan, telepon penjualan, dan brosur), komunikasi informal (teman, kolega, atau anggota keluarga), titik pembelian atau sumber daya online, atau faktor lainnya.

Konsumen kini mulai berpikir selektif dan pandai dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas dalam artian produk yang sudah terkenal dan mempunyai citra merek yang bagus.

Pengujian hipotesis atas harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Dalam penelitian ini harga dapat di pergunakan sebagai indikator pengganti kualitas produk, dengan hasil bahwa harga lebih tinggi di pandang positif oleh konsumen tertentu, kemudian harga produk dapat memberikan pengaruh positif atau pengaruh negatif terhadap konsumen. Keberhasilan kopi kapal api sebagai *top brand award* selalu menduduki posisi puncak dan meraih *top market share* merupakan gambaran bagaimana *citra merek* suatu produk dapat mempengaruhi pasarnya. Citra merek kopi tertua di Indonesia ini telah melekat di benak konsumen sebagai kopi hitam terkuat dan bercita rasa khas bagi pecinta kopi sehingga faktor harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Konsumen memberikan tanggapan yang tidak setuju terhadap variabel harga. Artinya harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Indikator variabel harga diantaranya yaitu harga terdaftar produk yang terjangkau oleh konsumen, diskon produk pada setiap pembelian, potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar, periode pembayaran yang dilakukan, dan syarat kredit pembelian produk. Banyak hal yang melatar belakangi mengapa harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang

diantaranya karena konsumen memilih suatu produk kopi kapal api karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk kopi kapal api, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk kopi kapal api dan ingin dianggap loyal terhadap produk kopi kapal api. Selain itu produk kopi kapal api mempunyai citra yang baik dibenak konsumen sebagai kopi memiliki kualitas produk yang baik, dan merek yang dipercaya oleh konsumen sehingga pengaruh harga bukanlah suatu hal yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian produk kopi kapal api. Konsumen tidak akan memikirkan berapa besar uang yang mereka keluarkan untuk mendapatkan produk kopi kapal api yang mereka yakini mempunyai citra merek yang bagus sebagai barang yang mereka inginkan.

Hasil Penelitian Fitria Engla Sagita (2015), menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga akan mempengaruhi keputusan pembelian apabila harga suatu produk tersebut sesuai dengan kualitas, terjangkau, dan sesuai dengan manfaat.

Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Iryanita dan Y. Sugiarto (2013), Idham Kurnia Simamora et al. (2013) yang menyatakan bahwa harga secara parsial memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fivi Rahmatu Sofiyah (2013) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian atas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Ini berarti harga tidak memberikan peranan yang penting terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Sehingga dari hasil penelitian dan teori diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga suatu produk bagi konsumen maka tingkat perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian akan menurun. Pernyataan dari kuesioner yang diajukan kepada responden "harga kopi kapal api terjangkau oleh konsumen" merupakan pernyataan harga yang mempunyai rata-rata terkecil dari indikator pernyataan yang lain. Artinya mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa harga kopi kapal api dapat terjangkau oleh semua konsumen, sehingga harga dalam penelitian ini tidak berperan penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki hubungan yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang.

Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari citra merek dan harga secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara bersama variabel yang terdiri dari citra merek dan harga secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung teori Peter Jerry C. Olson (2013), yang menyatakan bahwa suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif. Pemasar secara khusus tertarik pada perilaku pembeli, terutama pilihan konsumen mengenai merek-merek yang akan di beli. Proses inti dalam pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan (*choice*) serta kognitif menunjukkan intensi perilaku.

Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,381, hal ini berarti 38,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 61,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, diantaranya adalah kualitas produk, promosi, dan distribusi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Irena Dewi Lubis & Rahmat Hidayat (2017) yang menyatakan bahwa secara simultan citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis atas pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa citra merek dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti kedua variabel dalam penelitian ini mempunyai peranan yang penting terhadap keputusan pembelian. Pernyataan dari kuesioner yang diajukan kepada responden "kopi kapal api tersedia di hampir semua toko" merupakan pernyataan keputusan pembelian yang memiliki rata-rata terbesar dari indikator pernyataan yang lain. Artinya selain citra merek yang bagus dan harga yang mampu bersaing dengan produk sejenis ketersediaan produk kopi kapal api di hampir semua toko yang ada di Lumajang menjadi pengaruh besarnya keputusan pembelian konsumen kopi kapal api di Lumajang.

Dalam situasi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap harga, mereka cenderung membandingkan harga mana yang relatif lebih murah dengan harga pesaing. tapi pada penelitian ini tidak sejalan dengan hal tersebut dikarenakan ada variabel lain yang lebih memiliki pengaruh lebih besar yaitu citra merek. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ulang sebuah produk adalah harga, dan citra merek (*brand image*) yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena apabila merek dengan citra yang baik akan memberikan jaminan kualitas sehingga meskipun harga yang ditetapkan oleh perusahaan tinggi, tidak menjadi suatu penghalang bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Dari teori dan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek suatu produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen, citra merek yang baik ditunjang dengan harga yang memadai dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian citra merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa citra merek terdapat pengaruh yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. hal ini terjadi karena produk kopi kapal api di Lumajang telah menerapkan indikator citra merek yaitu pada pernyataan "merek kopi bubuk instan Kapal Api sudah dikenal banyak orang". Pada indikator tersebut semua responden di lapangan mayoritas telah mengenal merek kopi kapal api.
- b. Hasil pengujian harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa harga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Hal ini dikarenakan produk kopi kapal api mempunyai citra yang baik dibenak konsumen sebagai kopi yang memiliki kualitas produk yang baik, dan merek yang dipercaya oleh konsumen sehingga pengaruh harga bukanlah suatu hal yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian produk kopi kapal api. Konsumen benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk kopi kapal api dan ingin dianggap loyal terhadap produk kopi kapal api.
- c. Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan terdapat pengaruh citra merek dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang. Yang artinya citra merek dan harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian kopi kapal api di Lumajang sebesar 38,1% sedangkan sisanya sebanyak 61,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- a. Citra Merek berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu diharapkan perusahaan kopi kapal api terus menjaga citra merek dan lebih mengenalkan lagi produk kopi kapal api di kalangan masyarakat melalui sistem pemasaran seperti lebih meningkatkan iklan dan promosi. Karena citra merek yang positif dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu disarankan perusahaan kopi kapal api untuk lebih memperhatikan harga dengan menciptakan harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat serta kualitas.
- c. Dikarenakan hasil dalam penelitian ini adalah citra merek dan harga yang signifikan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Adam. 2013. Analisa Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk, terhadap Keputusan pembelian Hanphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro).

- Iryanita, Rizky dan Y. Sugiyarto. 2013. Analisis pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk ATBM Pekalongan).
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., and Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Erlangga: Yogyakarta.
- _____.2009.*Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Erlangga : Yogyakarta.
- Lubis, Dessy dan Rahmat Hidayat.2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan.
- Sagita, Fitria Engla. 2015. Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried chicken (Kfc) di Cabang Bakso Grand Mall.
- Sari, Fanny Puspita dan Yuniati Tri.2016. Pengaruh Harga Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Simamora I.dkk. 2013. Pengaruh Harga, Citra Merek, Potitioning dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer (Studi Kasus pada Pondok Jamu Njonja Meneer Depok-Semarang).
- Stanton William J. 1984 *Fundamentals Of Marketing. Sevent Edition*. McGraw Hill,inc. Alih bahasa : Drs Yohames Lamarto.1994.*Prinsip Pemasaran*.Edisi Ketujuh. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sofiyah, Fivi Rahmatus. 2013. Pengaruh Harga dan Waktu terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Kaki Lima Daerah Medan Johor Medan.
- Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang

Dwi Maimun Farid¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: dwimaimunfar95@gmail.com

Tri Palupi Robustin²
STIE Widya Gama Lumajang

Noer Aisyah Barlian³
STIE Widya Gama Lumajang
email: berlian.0302@gmail.com

Abstrak

Manajemen Sumber Daya Manusia salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja berpengaruh secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada 75 responden pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian variabel pertama menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian variabel kedua menunjukkan bahwa kompensasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai. Sedangkan hasil penelitian variabel ketiga menunjukkan bahwa disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,214. Hal ini berarti 21,4% kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja, sedangkan sisanya 78,6% kinerja pegawai dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya, motivasi kerja, lingkungan kerja, stress kerja, dan lain-lain.

Kata Kunci : Gaya Kepemimpinan, Kompensasi, Disiplin Kerja, Dan Kinerja Pegawai

Abstract

Human Resource Management is one of the areas of general management covering aspects of planning, organizing, implementing, and controlling. The purpose of this research is to know the style of leadership, compensation, and work discipline influence partially or simultaneously. This research was conducted on 75 respondents of Kaliwungu Village Office Official of Tempeh Sub-district of Lumajang Regency. Technical analysis of data used in this research is technical analysis of multiple linear regression. The results of the first variables showed that the leadership style did not significantly affect the performance of employees. The result of the second variables research shows that compensation has no significant effect on employee performance. While the result of third variable research indicate that work discipline has a significant effect on employee performance. The leadership style, compensation, and work discipline simultaneously have a significant effect on the performance of the employees of the Kaliwungu Village Office in Tempeh District, Lumajang District. Based on the coefficient of determination (R^2) obtained by 0.214. This means 21.4% of employee performance can be explained by independent variable that is leadership style, compensation, and work discipline, while the rest 78,6% employee performance influenced by other variables not examined in this research for example, work motivation, environment work, job stress, and others.

Keywords : Leadership Style, Compensation, Work Discipline, and Employee Performance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa). Pemerintahan desa dalam pembagian wilayah *administratif* Indonesia berada di bawah kecamatan. Desa dipimpin oleh seorang kepala desa. Penyelenggara pemerintahan desa merupakan sub sistem dari penyelenggaraan pemerintahan, sehingga desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya (Widjaja, 2013).

Sumber daya manusia adalah asset penting untuk pengembangan dan mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Sumber daya manusia merupakan salah satu organisasi. Sumber daya manusia yang berkualitas akan memotivasi organisasi semakin maju dan berkembang. Mengelola sumber daya manusia dalam organisasi merupakan hal yang tidak mudah, karena melibatkan berbagai elemen didalamnya antara lain karyawan pimpinan, maupun sistem itu sendiri.

Kinerja merupakan hasil dari suatu organisasi, baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkannya selama satu periode waktu. Kinerja tinggi yang diharapkan dari para pegawai tidak hanya ada pada *level top* kepala kantor saja, tetapi juga harus ada *middle* kepala dan para bawahan. Jika terdapat kepala kantor saja dengan mempunyai kinerja tinggi, tetapi bawahannya tidak mempunyai kinerja tinggi, maka kualitas pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat akan rendah. Dengan upaya peningkatan kinerja organisasi harus meliputi keseluruhan level organisasi, sebab tingkat kinerja suatu organisasi tidak hanya diukur dari para pelaksana pelayanan, tetapi justru dari penerima layanan (masyarakat).

Gaya kepemimpinan merupakan cara pemimpin berperilaku secara konsisten terhadap bawahan sebagai anggota kelompok. "Kepemimpinan adalah proses memengaruhi kegiatan individu dan kelompok dalam usaha untuk mencapai tujuan dalam situasi tertentu"(Sutrisno, 2009:214).

"Kompensasi adalah dorongan atau motivasi utama seseorang karyawan untuk bekerja. Kompensasi merupakan balas jasa (*reward*) perusahaan terhadap pengorbanan waktu, tenaga, dan pikiran yang telah diberikan mereka kepada perusahaan"(Sutrisno, 2009:181).

"Disiplin merupakan sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan menaati norma-norma peraturan yang ada disekitar" Singodimedjo (2002) dalam Sutrisno (2009:86). Disiplin kerja merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia yang penting dan merupakan kunci terwujudnya tujuan organisasi, karena tanpa adanya kedisiplinan, maka sulit terwujudnya tujuan yang maksimal.

Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang termasuk desa maju. Karena jumlah penduduk yang meningkat juga keadaan sosial ekonomi dan budaya masyarakat tinggi. Agar desa ini lebih maksimal untuk mencapai tujuan organisasi dalam pemerintahan desa, maka untuk itu perlu pimpinan yang baik dan bijaksana dalam melakukan organisasi desa. Dalam gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh kepala kantor desa sudah cukup baik, tetapi terkadang tidak jarang juga pemimpin melakukan kesalahan yang secara langsung berdampak ketidakpuasan pegawai dan kompensasi yang tidak sesuai perundang-undangan yang diharapkan oleh pegawai. Dalam Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang disiplin kerja merupakan meningkatkan pelayanan yang baik untuk masyarakat dan perilaku positif dalam suatu organisasi dalam mewujudkan kinerja pegawai yang maksimal terhadap pelayanan masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang?
2. Apakah ada pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang?
3. Apakah ada pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang?

Apakah ada pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi dan disiplin kerja secara simultan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang?

KAJIAN PUSTAKA

Gaya Kepemimpinan

Menurut Wahyudi (2015:121), "gaya kepemimpinan merupakan cara pemimpin berperilaku secara konsisten terhadap bawahan sebagai anggota kelompok."Kepemimpinan adalah sebagai suatu proses mempengaruhi aktivitas dari individu atau kelompok untuk mencapai tujuan dalam situasi tertentu" (Sunyoto, 2012:34). gaya Kepemimpinan merupakan pola perilaku seorang pemimpin untuk memimpin bawahan , mengatur, dan menerapkan suatu pekerjaan dan tugas yang dilaksanakan oleh bawahan.

Kompensasi

"Kompensasi di definisikan sebagai sesuatu yang diberikan perusahaan atas pekerjaan yang dilakukan untuk memotivasi karyawan agar mencapai prestasi yang diinginkan" (Sunyoto, 2012:30). Kompensasi merupakan salah satu fungsi yang penting dalam manajemen sumber daya manusia (MSDM). Sutrisno (2009:181), mengemukakan "kompensasi dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada organisasi". kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan kepada karyawan, yang bersifat finansial maupun non finansial pada periode yang tetap.

Disiplin Kerja

Menurut Handoko (2001) dalam Sinambela (2016:334), "disiplin kerja adalah kesediaan seseorang yang timbul dengan kesadaran sendiri untuk mengikuti peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi". Heidjrachman dan Husnan (2002:15) mengungkapkan "disiplin adalah setiap perseorangan dan juga kelompok yang menjamin adanya kepatuhan terhadap "perintah" dan berinisiatif untuk melakukan suatu tindakan yang diperlukan seandainya tidak ada "perintah". Dalam manajemen sumber daya manusia disiplin merupakan tindakan manajemen untuk mendorong para anggotanya memenuhi tuntutan berbagai ketentuan.

Kinerja Pegawai

Menurut Sinambela (2016:48), mengemukakan bahwa kinerja pegawai didefinisikan sebagai kemampuan pegawai dalam melakukan sesuatu keahlian tertentu. Selain itu, kinerja adalah hasil seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama Rivai dan Basri (2004: 14). Mangkunegara (2000) dalam Rumondor, dkk., (2016) menyatakan "kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya".

Penelitian Terdahulu

Penelitian Setiawan dan Mujiati(2016) meneliti Pengaruh Kepemimpinan,dan Kompensasi Terhadap Kinerja KaryawanPT. Astra Honda Nusa Dua Kabupaten Badung.Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemimpinan, dan kompensasi terhadap kinerja karyawanPT. Astra Honda Nusa Dua Kabupaten Badung. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Data dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan dan kompensasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Penelitian oleh Rumondor, dkk (2016) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kanwil Ditjen Kekayaan Negara Suluttenggomalu. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan, motivasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan

pada Kantor Wilayah Ditjen Kekayaan Negara Sulawesi Utara, Tengah, Gorontalo, dan Maluku Utara. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai

Penelitian Turang, dkk (2015) dengan judul *Influence Of Leadership Style, Motivation, And Work Discipline On Employee Performance InPT.Dayana Cipta*. Dalam penelitian ini memiliki tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan di PT.Dayana Cipta, secara simultan dan parsial. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan analisis faktor, uji reliabilitas dengan

cronbach. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil Analisis menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan, motivasi, dan disiplin kerja memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan secara simultan. Gaya kepemimpinan mempengaruhi kinerja karyawan secara parsial. Motivasi mempengaruhi kinerja karyawan secara parsial. Dan disiplin kerja mempengaruhi disiplin terhadap kinerja karyawan.

Hipotesis

Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh gaya kepemimpinan yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh gaya kepemimpinan yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh kompensasi yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh kompensasi yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh disiplin kerja yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh disiplin kerja yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Hipotesis Keempat

Ho : Tidak terdapat pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Jenis Data dan Sumber Data

Data merupakan bahan baku utama bagi sebuah penelitian pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini perangkat di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang terdapat Kepala dan Perangkat Desa 12 pegawai, BPD terdapat 11 pegawai dan Dusun terbagi menjadi 5 (lima) Dusun terdapat 47 Rt. 5 Rw. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dengan jumlah populasi relatif besar yaitu 75.

Metode Analisis

Uji Validitas dan Reliabilitas

Valid tidaknya suatu item instrumen pada penelitian ini diuji dengan membandingkan indeks korelasi product moment Pearson dengan level signifikansi 5%. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini berpedoman pada nilai Cronbach Alpha. Instrumen dapat dikatakan andal (reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan secara bersamaan dengan proses uji regresi. Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik, jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi multikolinieritas, heteroskedastisitas dan uji normalitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan analisis Regresi Linier Berganda :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Pegawai

X_1 = Gaya Kepemimpinan

X_2 = Kompensasi

X_3 = Disiplin Kerja

a = konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

e = error

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang diajukan, maka digunakan statistik uji t dan uji F. Uji t adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri, sedangkan Uji F adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Gaya Kepemimpinan (X_1)

Gaya kepemimpinan adalah pola perilaku seorang pemimpin untuk memimpin bawahan, mengatur dan menerapkan suatu pekerjaan dan tugas yang dilaksanakan bawahan. Indikator dari variabel gaya kepemimpinan menurut Chapman (1997:127) dalam Sunyoto, (2012:35) dalam penelitian ini adalah:

- Cara berkomunikasi
- Pemberian motivasi
- Kemampuan memimpin
- Pengambilan keputusan
- Kekuasaan yang positif

Kompensasi (X_2)

Kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan kepada karyawan, yang bersifat finansial maupun non finansial pada periode yang tetap. Indikator dari variabel independen kompensasi menurut Hakim (2014:122-123) yaitu:

- Kompensasi Finansial
 - Gaji
 - Bonus
 - Tunjangan hari raya
 - Jaminan Kesehatan
- Kompensasi Nonfinansial
 - Sarana tempat ibadah
 - Keamanan

Disiplin Kerja (X_3)

Disiplin kerja merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia yang penting dan merupakan kunci terwujudnya tujuan organisasi. Indikator variabel disiplin kerja menurut Hasibuan (2007) dalam Sinambela (2016:356) yaitu:

- Tujuan dan kemampuan
- Teladan pimpinan
- Balas Jasa
- Keadilan
- Hubungan kemanusiaan

Kinerja Pegawai (Y)

Sesuatu yang dicapai, kemampuan dan kemauan pegawai yang dipengaruhi oleh imbalan yang diberikan oleh organisasi sehingga karyawan terdorong untuk bekerja lebih giat. Indikator variabel kinerja pegawai dalam penelitian ini menurut Amins(2012) adalah:

1. Kualitas pribadi
2. Kualitas pekerjaan
3. Kemandirian
4. Inisiatif

Hasil Pengujian Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koeisien Cronbach's Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Gaya Kepemimpinan(X_1)	0.790	0.601 – 0.80	Reliabel
Kompensasi (X_2)	0.725	0.601 – 0.80	Reliabel
Disiplin Kerja (X_3)	0.775	0.601 – 0.80	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0.799	0.601 – 0.80	Reliabel

Sumber Data: Data Primer diolah 2018

Tabel 1 di atas, menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel, lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas

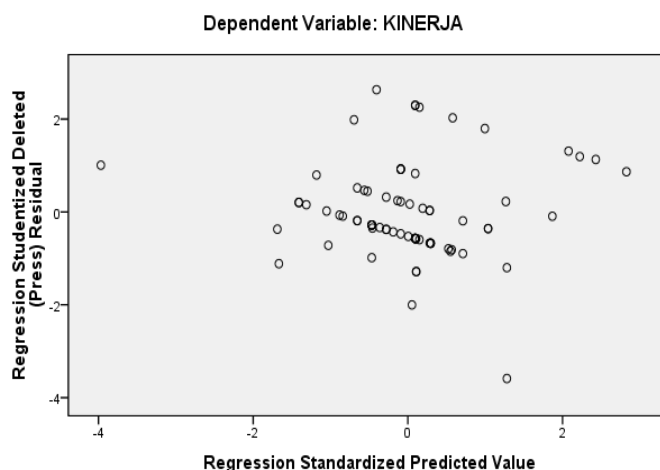
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Gaya Kepemimpinan(X_1)	0.851	1.176	Bebas Multikolinieritas
Kompensasi (X_2)	0.743	1.345	Bebas Multikolinieritas
Disiplin Kerja (X_3)	0.760	1.315	Bebas Multikolinieritas

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (Variance Inflating Factor). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas atau non multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Gambar 1. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Uji Normalitas Data

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji chi square terhadap nilai standar residual hasil persamaan regresi. Bila probabilitas hasil uji chi square lebih kecil dari 0,05 (5%) maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.932	2.618		3.793	.000		
	GAYA KEPEMIMPINAN	-.169	.112	-.172	-1.509	.136	.851	1.176
	KOMPENSASI	.138	.089	.189	1.549	.126	.743	1.345
	DISIPLIN KERJA	.347	.110	.381	3.161	.002	.760	1.315

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Dari tabel 3 di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=9,932-0,169X_1+0,138X_2+0,347X_3$$

Keterangan:

Y = Kinerja Pegawai

9,932 = Konstanta

-0,169 =Koefisien Gaya Kepemimpinan

0,138 =Koefisien Kompensasi

0,347 =Koefisien Disiplin Kerja

X₁=GayaKepemimpinan

X₂= Kompensasi

X₃= Disiplin Kerja

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- d. Nilai *constant* sebesar 9,932 menunjukkan bahwa nilai kinerja pegawai akan sama dengan 9,932 jika nilai dari variabel gaya kepemimpinan (X₁), kompensasi (X₂), dan disiplin kerja (X₃) sama dengan 0.
 - e. Koefisien variabel gaya kepemimpinan (X₁) sebesar 0,169 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel gaya kepemimpinan akan menaikkan kinerja pegawai sebesar 0,169 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel gaya kepemimpinan akan menurunkan kinerja pegawai sebesar 0,169, dengan asumsi variabel X₂ yaitu kompensasi adalah konstan.
 - f. Koefisien variabel kompensasi (X₂) sebesar 0,138 (positif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel kompensasi akan menaikkan kinerja pegawai sebesar 0,138 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel kompensasi akan menurunkan kinerja pegawai sebesar 0,138, dengan asumsi variabel X₃ yaitu disiplin kerja adalah konstan.
- Koefisien variabel disiplin kerja (X₃) sebesar 0,347 (positif menunjukkan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel disiplin kerja akan menaikkan kinerja pegawai sebesar 0,347 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel disiplin kerja akan menurunkan kinerja pegawai sebesar 0,347, dengan asumsi variabel X₁ yaitu gaya kepemimpinan adalah konstan.

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.932	2.618		3.793	.000		
	GAYA KEPEMIMPINAN	-.169	.112	-.172	-1.509	.136	.851	1.176
	KOMPENSASI	.138	.089	.189	1.549	.126	.743	1.345
	DISIPLIN KERJA	.347	.110	.381	3.161	.002	.760	1.315

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS, 2018.

Pada tabel 4, ditemukan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel X_1 sebesar -1.509 t_{tabel} sebesar 0,136. Dengan tingkat signifikan 0,136 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh gaya kepemimpinan yang tidak signifikan terhadap kinerja pegawai Y. Pada variabel X_2 nilai $t_{hitung}=1,549$ dengan signifikansi 0,126. Dengan tingkat signifikan 0,126 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kompensasi yang tidak signifikan terhadap kinerja pegawai Y. Data ini juga menunjukkan bahwa variabel X_3 nilai $t_{hitung}= 3,161$ dengan signifikansi 0,002 terdapat pengaruh disiplin kerja yang signifikan terhadap kinerja pegawai Y.

b. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.216	3	13.405	6.432	.001 ^a
	Residual	147.971	71	2.084		
	Total	188.187	74			

a. Predictors: (Constant), DISIPLIN KERJA, GAYA KEPEMIMPINAN, KOMPENSASI

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Pengujian F_{hitung} 6,432 terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F_{tabel} . Hasil F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(n-k-1) = 75 - 3 - 1 = 71$, maka diperoleh $F_{tabel} = 2,73$. Nilai $F_{hitung} = 6,432$ dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 2,73. Ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,001 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.462 ^a	.214	.180	1.44364

a. Predictors: (Constant), DISIPLIN KERJA, GAYA KEPEMIMPINAN, KOMPENSASI

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,214. Hal ini berarti 21,4% kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu gaya kepemimpinan, kompensasi dan disiplin kerja, sedangkan sisanya yaitu 78,6% kinerja pegawai dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya motivasi, stress kerja, lingkungan kerja, dan lain-lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang memberikan tanggapan tidak setuju terhadap variabel Gaya Kepemimpinan.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung hasil penelitian ini yang dilakukan oleh Koech dan Namusonge (2012), Timothy, dkk (2012) dan Posuma (2013). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Jadi penelitian ini mendukung dari semua hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang tidak mendukung dengan hasil penelitian dilakukan oleh Richard Christian Turang, dkk.,(2015), Suwuh (2015), Rumondor dkk.,(2016), menyimpulkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja sehingga penelitian terdahulu tidak mendukung penelitian ini.

Hubungan antar variabel Menurut Sunyoto (2012:34), "gaya kepemimpinan adalah cara pemimpin berperilaku secara konsisten terhadap bawahan sebagai anggota kelompok". Selain itu penelitian pada Setiawan dan Mujiati, (2016), menyimpulkan bahwa apabila gaya kepemimpinan meningkat maka kinerja karyawan akan meningkat secara signifikan.

Pemimpin Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang kurang mampu berkomunikasi dengan baik dan jelas terhadap bawahan sehingga pegawai tidak memahami apa yang akan dilaksanakan tugasnya. Pemimpin tidak mampu memotivasi bawahannya untuk bekerja dengan baik, untuk bekerja perlu diberikan motivasi pegawai lebih optimal dalam pekerjaannya. Dengan kemampuan memimpin, pemimpin Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang kurang mampu memimpin bawahannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya pengambilan keputusan bersama pemimpin Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang tidak mengutamakan musyawarah bersama kepada bawahannya. Pemimpin Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang tidak dapat memberikan kekuasaan positif kepada bawahannya. Salah satu hal yang dapat ditempuh pemerintahan desa agar mampu bertahan dalam persaingan yang ketat yaitu meningkatkan kinerja desa dengan mempertahankan gaya kepemimpinan terhadap kantor desa.

Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang memberikan tanggapan tidak setuju terhadap variabel Kompensasi.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung hasil penelitian ini dilakukan oleh Njoroje, dkk., (2015), Fauziah (2016), dan Pradita (2017). Jadi penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu. Demikian dari penelitian yang tidak mendukung dengan hasil penelitian ini adalah posuma (2013), Thief, dkk., (2015), dan Setiawan dan Mujiati (2016), menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Jadi penelitian ini tidak mendukung dengan penelitian terdahulu.

Menurut Sinambela, (2016:218), mengatakan bahwa "kompensasi adalah imbalan jasa atau balas jasa yang diberikan oleh organisasi kepada para tenaga kerja karena tenaga kerja tersebut telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran demi kemajuan organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan". Selain itu penelitian pada Posuma (2013), menyimpulkan kompensasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan.

Pemimpin Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang memberikan gaji kepada bawahan tidak sesuai dengan beban pekerjaannya karena pegawai sudah melaksanakan pekerjaan dengan optimal. Diberikannya bonus dalam kaitanya dengan penyelesaian pekerjaan pemimpin tidak mengutamakan bawahan yang sudah diprioritaskan pegawai. Adanya tunjangan hari raya setiap tahunnya pemimpin kurang memperhatikan apa yang telah dilakukan oleh bawahan selama bekerja satu tahun di tempat kerja. Pemimpin tidak memberikan jaminan kesehatan kepada bawahan, sehingga bawahan kurang puas dalam fasilitas kantor yaitu tidak diberikan jaminan kesehatan bagi pegawai dan keluarganya. Pemimpin memberikan fasilitas yang memadai dalam Kantor Desa, akan tetapi kompensasi non finansial dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan motivasi maupun kinerja pegawai, karena pada umumnya kompensasi non finansial yang diterima para responden sesuai atau bahkan melebihi harapan responden, seperti memberikan sarana tempat ibadah di lingkungan kantor dan keamanan ditempat kerja.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Disiplin Kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang memberikan tanggapan tidak setuju terhadap variabel Disiplin Kerja.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung antara lain penelitian yang dilakukan oleh, Thief, dkk.,(2015), Richard Cristian Turang, Paulus Kindangen, (2015), dan Zahra, dkk.,(2016) Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Disiplin Kerja mempunyai berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Jadi penelitian ini mendukung dari semua hasil penelitian terdahulu.

Hubungan antar variabel menurut Sinambela,(2016:334), "disiplin kerja adalah kesediaan seseorang yang timbul dengan kesadaran sendiri untuk mengikuti peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi". Selain itu penelitian pada Rumondor dkk.,(2016), menyimpulkan bahwa disiplin kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Hasil ini memberi bukti bahwa kinerja pegawai yang ditunjukkan dengan adanya Disiplin Kerja karena disiplin penting untuk pertumbuhan organisasi, terutama untuk memotivasi pegawai agar dapat mendisiplinkan diri dalam melaksanakan pekerjaan baik secara perorangan maupun kelompok. Disiplin mencerminkan rasa tanggung jawab atas tugas-tugasnya karena pimpinan bisa dijadikan teladan untuk kinerja, pemimpin kantor desa memberikan balas jasa terhadap kinerja yang sesuai, dengan berperilaku adil kepada bawahan serta memiliki hubungan sosial agar kinerja lebih dekat dengan pemimpin bisa bekerja dengan baik, semakin baik disiplin pegawai semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompensasi, Disiplin Kerja Secara Simultan Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis dengan uji F dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan terhadap kinerja pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Karena saling berkaitan dalam suatu organisasi untuk mendorong dan meningkatkan kinerja pegawai agar dapat mencapai tujuan dan sistem organisasi yang berkualitas. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,214. Hal ini berarti 21,4% kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu gaya kepemimpinan, kompensasi dan disiplin kerja, sedangkan sisanya yaitu 78,6%.

Beberapa penelitian terdahulu yang konsisten terhadap penelitian ini yang dilakukan oleh Posuma (2013) menunjukkan besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel kompetensi, kompensasi, dan kepemimpinan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan., Rumondor, dkk. (2016) menunjukkan besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel pengaruh kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai

Hubungan antar variabel gaya kepemimpinan merupakan pola perilaku seorang pemimpin untuk memimpin bawahan, mengatur, dan menerapkan suatu pekerjaan dan tugas yang dilaksanakan oleh bawahan. Kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan kepada karyawan, yang bersifat finansial maupun non finansial pada periode yang tetap. Disiplin kerja merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia yang penting dan merupakan kunci terwujudnya tujuan organisasi, karena tanpa adanya kedisiplinan, maka sulit terwujudnya tujuan yang maksimal.

Jadi gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja mempunyai keterkaitan dengan kinerja pegawai, karena adanya tiga variabel ini dapat tercapai. Dengan kata lain pegawai yang efisien dan efektif dalam mencapai hasil kerja yang optimal. Kinerja yang memecahkan masalah sendiri, kualitas pekerjaan untuk mengambil keputusan yang mendesak, serta kinerja berinisiatif atas menyelesaikan tugasnya. Sehingga dapat mencapai hasil kerja sesuai dengan keinginan dan tujuan organisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan Gaya Kepemimpinan, Kompensasi, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut ini:

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama atas pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan variabel gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

- b. Hasil pengujian hipotesis kedua atas pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan variabel kompensasi terhadap kinerja pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.
- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga atas pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.
- d. Hasil pengujian hipotesis ke empat atas pengaruh gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja secara simultan atau bersama-sama terhadap kinerja pegawai, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel gaya kepemimpinan, kompensasi, dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran-saran sebagai pelengkap terdapat hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut:

1. Untuk instansi Kantor Desa Kaliwungu Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang hendaknya lebih meningkatkan gaya kepemimpinan dan motivasi kinerja lebih reletif baik untuk kedepannya agar lebih ditingkatkan lagi.
2. Untuk mengoptimalkan hasil dari penelitian ini, maka diharapkan penelitian yang akan datang mengenai masalah yang sama bisa menambah variabel-variabel lain yang dipandang relevan dan lebih mendalam lagi pembahasannya, misalnya dengan membedakan tingkat kinerja pegawai pada tiap bagian atau unit kerja. Selain itu semisal memakai kuesioner sebaiknya dalam pengisiannya dipandu tambah dengan wawancara langsung tiap pegawai yang diteliti sehingga nantinya dapat terisi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Z., & Taufiq, M. (2012). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Lumajang*. Jurnal WIGA, 2(1), 79–97. <https://doi.org/2088-0944>
- Koech, P. M., & Namusonge, G. (2012). *The Effect of Leadership Styles on Organizational Performance at State Corporations in Kenya*. International Journal of Business and Commerce, 2(1), 1–12.
- Posuma, C. O. (2013). *Kompetensi, Kompensasi, Dan Kepemimpinan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Ratumbusang Manado*. Jurnal EMBA, 1(4), 646–656.
- Richard Christian Turang, Paulus Kindangen, J. T. (2015). *Influence of Leadership Style, Motivation, and Work Discipline on Employee Performance in Pt. Dayana Cipta*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(4), 505–516.
- Rumondor, R. B., Tumbel, A., & Sepang, J. L. (2016). *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kanwil Ditjen Kekayaan Negara Sulut tenggomalu*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi, 4(2), 254
- Setiawan, K. A., & Mujiati, N. W. (2016). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra Honda Nusa Dua Kabupaten Badung*. E-Jurnal Manajemen Unud, 5(12), 7956–7983.
- Suwuh, M. (2015). *The Influence of Leadership Style , Motivation , and Work Discipline on Employee Performance At Bank Sulut KCP Likupang*. Jurnal EMBA, 3(4), 611
- Thaief, I., Baharuddin, A., Priyono, & Idrus, M. S. (2015). *Effect of training, compensation and work discipline against employee job performance: (Studies in the office of PT. PLN (Persero) Service Area and Network Malang)*. Review of European Studies, 7(11), 23–33. <https://doi.org/10.5539/res.v7n11p>
- Timothy, O., Okwu, A. T., & Akpa, V. O. (2011). *Effects of Leadership Style on Organizational Performance: a Survey of Selected Small Scale Enterprises in Ikosi-Ketu Council Development*

Area of Lagos State, Nigeria. Australian Journal of Business and Management Research, 1(7), 100–111.

Zahra, S. F. A. (2016). *KARYAWAN MELALUI DISIPLIN KERJA (Studi pada Karyawan Patra Jasa Convention Hotel Semarang)*. KARYAWAN MELALUI DISIPLIN KERJA (Studi Pada Karyawan Patra Jasa Convention Hotel Semarang), 5(2010), 1–14.

Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. bUMI Aksara.

Sunyoto, D. (2012). *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data SUMBER DAYA MANUSIA*. Yogyakarta: CAPS.

Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Goup.

Amins, Achmad. (2012). *Manajemen Kinerja Pemerintah Daerah*. Yogyakarta. LaksBang PRESSindo.

Hakim, A. (2014). *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi (Pendekatan Konvensional dan Nilai-nilai Islami)*. Semarang: Press Digimedia.

<http://www.desa.web.id/2014/latarbelakang-des.html>

Fauziah, Sumainah, (2016). *Pengaruh kompensasi langsung dan kompensasi tidak langsung terhadap motivasi kerja karyawan dan kinerja karyawan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 37 No. 1 Agustus 2016| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Pradita, Mokhammad Yanuar (2017). *Pengaruh kompensasi, gaya kepemimpinan dan karakteristik tenaga pemasar terhadap motivasi dan kinerja tenaga pemasar pada pt. Bank rakyat indonesia (persero) tbk. Cabang jombang*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2, Juni 2017, p 153-164.

Sheila, Josephat (2015) . *Influence of Compensation and Reward on Performance of Employees at Nakuru County Government*. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668, Volume. 17, Nov 2015.

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat
Di Apotek Hartono Farma Di Kecamatan Yosowilangun
Kabupaten Lumajang**

Rofek Hermanto¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: Rofiqmj7@gmail.com

Kasno T.Kasim²
STIE Widya Gama Lumajang

Noer Aisyah Barlian³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada apotek hartono farma di yosowilangun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kasual atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 40 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di apotek hartono farma di kecamatan yosowilangun. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat di apotek hartono farma di yosowilangun. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan $Y = 7,008 - 259X_1 + 0,574X_2$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 14,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 85,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti harga dan kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan tempat yang berbeda.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the price and quality of service significantly simultaneously to the purchase decision at the pharmacy hartono farma in yosowilangun. This research is a quantitative research by looking for associative association which is casual or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. The sample taken is 40 people. Sample technique used is simple random sampling (simple random sampling). The results of this study indicate that the partial price has no significant effect on purchasing decisions, while the quality of service has a significant influence on the decision to purchase drugs at the pharmacy hartono farma yosowilangun disecamatan. Simultaneously the price and quality of service have a significant influence on drug purchase decision at hartono pharmacy pharmacy in yosowilangun. The simple linear regression function generated $Y = 7,008 - 259X_1 + 0,574X_2$, The result of determination coefficient shows that 14,6% of purchasing decision can be explained by independent variable that is price and service quality while the rest is 85,4% purchasing decision influenced by variable- other variables not examined in this study. The limitation of this research is to examine the price and quality of service as a factor influencing purchasing decision, while other variables that can influence the purchasing decision are expected to be examined by the next researcher in different period and place.

Keywords: Price, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada era persaingan di dunia usaha semakin kompetitif dan semakin berkembangnya teknologi yang berakibat setiap perusahaan berusaha untuk menjadi pemenang dalam memasarkan produknya. Seiring semakin berkembangnya populasi manusia, berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi semakin canggih dan semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat, sangat berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan akan pentingnya kesehatan. Banyak perusahaan-perusahaan kesehatan memberikan produk unggulan agar dapat perhatian dari konsumen. Ditengah ketatnya persaingan tersebut, perusahaan berusaha melakukan kebijakan bisnis untuk meraih pangsa pasar. Kekuatan pasar saat ini berada di tangan konsumen, dimana yang memegang peran penting dalam menentukan pilihan dan memutuskan untuk membeli kebutuhan adalah konsumen. Para pengusaha harus menjalin hubungan yang intensif kepada konsumen, karena konsumen atau pembeli dapat dikategorikan sebagai raja. Dalam perilaku konsumen banyak di temukan faktor yang mempengaruhi konsumen di antaranya adalah harga dan kualitas pelayanan.

Apotek merupakan perusahaan yang mengalami pertumbuhan di Indonesia yang meningkat secara tajam. Meski merupakan perusahaan kecil namun perusahaan ini adalah salah satu yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi adalah kesehatan, baik dari obat herbal atau bebas. Dimana kesehatan itu merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan kita. Dalam perkembangan jaman yang semakin moderen manusia telah banyak yang lalai dalam menentukan pilihan konsumsi yang baik dan juga aktivitas yang cukup hal ini akan berdampak negatif bagi kesehatan. Untuk itu perlu kiranya kita memilih obat yang tepat disaat sakit. Karena pemilihan obat yang tepat dan benar serta aman untuk dikonsumsi menjadi prioritas utama dalam menyembuhkan penyakit luar maupun dalam.

Mengenai masalah obat-obatan, Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun telah menyediakan berbagai jenis obat sesuai dengan keluhan konsumen. Obat herbal atau obat bebas yang tersedia di Apotek Hartono Farma Yosowilangun adalah salah satu sekelompok kebutuhan masyarakat yang tidak bisa di tunda. Dimana kesehatan adalah peran terpenting dalam kehidupan masyarakat. Apotek Hartono Farma juga menetapkan standar harga sesuai dengan keadaan ekonomi masyarakat dan juga kualitas produknya. Karena perusahaan telah menyadari bahwa penetapan harga yang tepat akan lebih mudah untuk meraih pangsa pasar dan juga sebagai pendorong bagi konsumen dalam memutuskan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka peneliti mengambil judul sebagai berikut: **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Hartono Farma Di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang"**

KAJIAN PUSTAKA

Harga. "Harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa" Kotler dan Armstrong (2011) dalam (Setyaningrum Ari, 2015:128).

"Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lainnya menghasilkan biaya" (Kotler dan Keller, 2008:67).

Berdasarkan definisi atas dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum harga adalah sebuah tawaran atau sebayah eksperimen untuk mengukur denyut nadi pasar, untuk mengadakan pertukaran barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan pendapatan.

Kualitas Pelayanan. "Kualitas pelayanan adalah satuan aktivitas dan program yang dikerjakan oleh ritel untuk membuat pengalaman berbelanja pelanggan lebih bersifat memberikan penghargaan untuk pelanggan mereka" (Utami Christina, 2012:290).

"Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan" (Kasmir, 2017:47).

Berdasarkan dari pernyataan teori diatas bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat melayani, memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan memberikan suatu informasi tentang manfaat suatu produk dengan tujuan mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya beli pelanggan.

Keputusan Pembelian. "Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dengan sisi negatif suatu merek (*compensatory decision rule*) ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen (*non-compensatory*)" (Sudaryono, 2016:102).

"Keputusan pembelian: Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan" (Kotler dan Keller, 2008:188)

Berdasarkan Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian akan terjadi setelah konsumen sudah mengevaluasi antar merek atau kualitas produk yang mereka sukai dan

mendapat perbandingan antara keunggulan masing-masing produk dan manfaat dari produk hingga harga dari produk tersebut.

Hipotesis. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap pengambilan Keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

2) Hipotesis Kedua

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

3) Hipotesis Ketiga

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga, kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan harga, kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)” (Sugiyono, 2008 :37).

Obyek penelitian variabel independen adalah Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang,

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun dari bulan Januari-Maret 2018.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, Sugiyono (2014:218), *Probability sampling* adalah “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi dipilih untuk menjadi anggota sampel”. “*Simple Random Sampling*. “*Simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu” (Sugiyono ,2015:152).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Laki – laki	3	7,5 %
2	Perempuan	37	92,5 %
Jumlah		40	100 %

Sumber data : Hasil Kuesioner Penelitian, 2018

Data diatas menunjukkan bahwa dari 40 responden 3 orang atau 7,5 % diantaranya adalah laki - laki dan sisanya sebanya 37 orang atau 92,5 % adalah perempuan. Dari data diatas menunjukkan pembeli lebih banyak perempuan dibanding laki - laki. Dari data tersebut menunjukkan bahwa laki - laki dan perempuan sama-sama melakukan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun.

Tabel 2
Jumlah Responden Menurut Usiaa

No	Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1	10-20	3	7,5 %
2	21-29	18	45 %
3	30-39	12	30 %
4	40-49	5	12,5 %
5	50-60	2	5 %
Jumlah		40	100 %

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian, 2018

Data diatas menunjukkan bahwa dari 40 responden, 3 orang atau 7,5 % adalah usia 10 - 20 tahun, 18 orang atau 45 % adalah usia 21 - 29 tahun, 12 orang atau 30 % adalah usia 30 - 39 tahun, 5 orang atau 12,5 % adalah usia 40 - 49 tahun, 2 orang atau 5 % adalah usia usia 50 - 60 tahun. Data ini menunjukkan bahwa responden usia 21 - 29 mendominasi melakukan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun

Tabel 3
Hasil Rekapitulasi Validitas

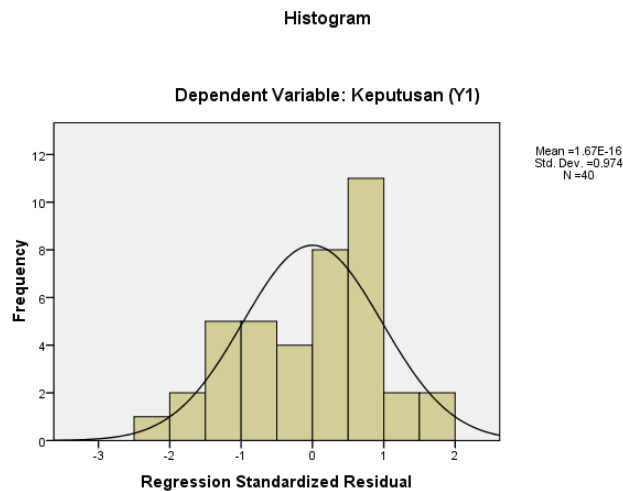
NO	Kuisisioner	r hitung	r minimal	Signifikansi	Hasil
1	Harga (X1)				
	-Pernyataan 1	0,630	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 2	0,753	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,837	0,3	0,000	Valid
	-Pertanyaan 4	0,824	0,3	0,000	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)				
	-Pernyataan 1	0,605	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 2	0,527	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,782	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,616	0,3	0,000	Valid
	-Pertanyaan 5	0,648	0,3	0,000	Valid
3	Keputusan Pembelian (Y) Tahap 1				
	-Pernyataan 1	-0,195	0,3	0,228	Tidak Valid
	-Pernyataan 2	0,532	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,701	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,834	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 5	0,408	0,3	0,009	Valid
	Tahap 2				
	-Pernyataan 2	0,531	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,750	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,863	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 5	0,367	0,3	0,020	Valid

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS.16

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Interval Reabilitas	Hasil
Harga (X1)	0,801	0,801-1,00	Sangat Realibel
Keputusan Pembelian (X2)	0,750	0,601-0,80	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,552	0,401-0,60	Cukup Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS.16 (2018)

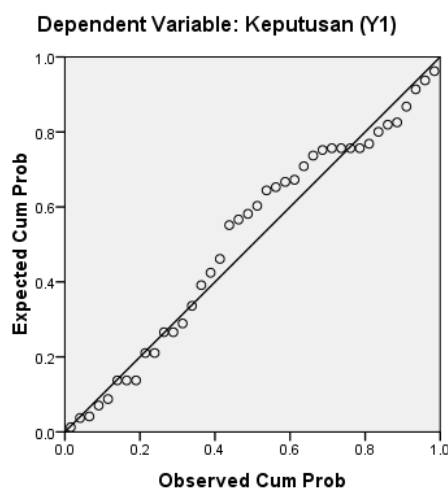


Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS.16 (2018)

Gambar 1. Uji Normalitas Data

Distribusi yang normal memiliki bentuk yang simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa dari 40 responden diperoleh nilai mean sebesar 1,67 dengan standart deviasi 0,974 dan titik puncak berada di titik tengah atau tepat di angka 0. Hal ini berarti model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Normal Plot Normalitas Data

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS.16 (2018)

Jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal, maka persyaratan normalitas terpenuhi (Santoso, 2012:361). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

kapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas

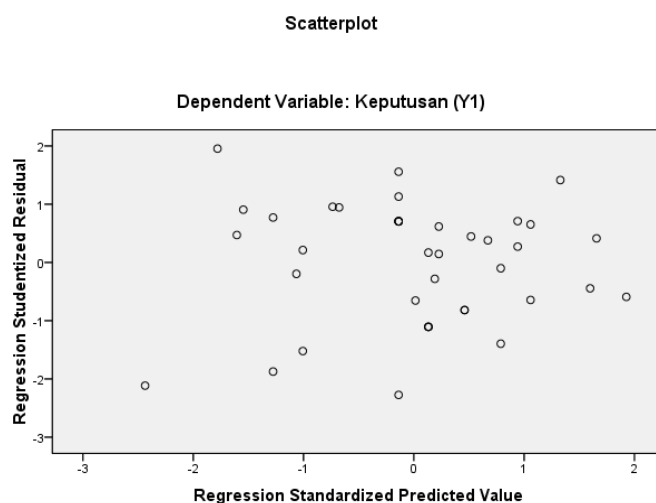
Tabel 5
Hasil Pengujian Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,689	1.451	Bebas multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,689	1.451	Bebas multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiner dengan SPSS.16 (2018)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018).

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut.hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.008	3.781	
	Harga (X1)	-.259	.172	-.275
	Kualitas (X2)	.574	.229	.460

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,008 - 0,259 X_1 + 0,574 X_2.$$

Tabel 7
Hasil Uji t (Parsial)

	Model	T	Sig
1	(Constant)	1.854	.072
	Harga (X1)	-1.503	.141
	Kualitas (X2)	2.511	.017

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (n-2) = 40-2= 38, maka diperoleh t tabel = ± 2,42.

Tabel 8
Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.429	2	16.215	3.272	.049 ^a
	Residual	183.346	37	4.955		
	Total	215.775	39			

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F tabel. Hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (n – k – 1) = 40 – 2 – 1 = 37, maka diperoleh F tabel = 3,25.

Tabel 9
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.382 ^a	.146	.100	2.383

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,146. Hal ini berarti 14,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 85,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Harga Dalam Melakukan Keputusan Pembelian. Dalam Pembahasan hasil pengujian hipotesis menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan bias saja tidak mempertimbangkan harga karena yang mereka butuhkan adalah untuk menyembuhkan rasa sakit yang di derita. Sehingga mereka tidak mempertimbangkan seberapa mahal obat yang mereka beli namun lebih memfokuskan pada tujuan utama yaitu untuk menyembuhkan rasa sakit yang mereka rasakan, sehingga harga tidak mempengaruhinya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Melakukan Keputusan Pembelian. Dalam pembahasan hasil penelitian ini pengujian hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam melakukan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Artinya kualitas pelayanan sangat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting agar konsumen tidak mengurungkan niatnya

ketika akan melakukan keputusan pembelian walaupun kebutuhan utama konsumen yang mengunjungi Apotek adalah memenuhi kebutuhan untuk menyembuhkan rasa sakit yang dirasakan, mereka juga menginginkan suatu kenyamanan dan suatu informasi tentang kasiat dari obat tersebut hal itu dapat di peroleh melalui pelayanan yang memuaskan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Hartono Farma Di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang Secara Simultan.

Hasil menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Karena telah diketahui nilai F hitung sebesar 3,272 lebih besar dari F tabel 3,25.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Kesimpulan yang dapat di tarik sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Harga tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- c. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Saran. Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh dalam penelitian ini, maka di ajukan saran - saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Mengingat kualitas pelayanan adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan dalam penelitian ini sudah dilakukan uji t (uji parsial) yang memberikan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat, maka perlu adanya meningkatkan kualitas pelayanan memberikan suatu informasi yang tepat dan jelas kepada pelanggan, memberikan kenyamanan kepada pelanggan untuk mempertahankan pelanggan dan tercapainya tujuan perusahaan.

Sedangkan harga dalam penelitian ini sudah lakukan uji t (uji parsial) yang memberikan hasil harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun, dari hasil pengujian di atas maka untuk variabel harga perlu adanya mempertahankan harga yang dipasang pada saat ini hingga kedepannya dengan tujuan mempertahankan pelanggan dan tercapainya tujuan perusahaan.

Agar lebih meningkatkan pembelian dan tercapainya tujuan perusahaan diharapkan perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan harga, dan memasang harga yang sesuai pada saat ini atau kedepannya dan memberikan pelayanan memberikan kenyamanan, memperhatikan keluhan pelanggan, memberikan informasi - informasi pada pelanggan manfaat produk - produk tersebut dengan harapan mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya. Diharapkan bagi peneliti lain bisa memperbanyak jumlah sampel penelitian agar hasil semakin berkembang dan hasilnya semakin sempurna dan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diantaranya adalah : Promosi, Kualitas Produk, dan lain - lain.

Di harapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan di lakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat, agar hasil lebih baik dan tetap berhubungan dengan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Setyaningrum Ari. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Andi). Yogyakarta.

Kotler Dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Marketing Managemen, Thirteenth Edition* (Pertama). Jakarta: Erlangga.

Utami Christina. (2012). *Manajemen Retail*. Jakarta: Salemba Empat.

Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yokyakarta: Andi.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen* (Keempat). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal Ilmu Manajemen Advantage, Vol.01, No.1, Mei, 2018

Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)

Savina Maya Trinanda¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : savinamaya@gmail.com

M. Yahdi²
STIE Widya Gama Lumajang
email : myahdi.505@gmail.com

Noviansyah Rizal³
STIE Widya Gama Lumajang
email : noviansyah.rizal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kategori *Global Reporting Indeks (GRI) versi 3.0* yang dilihat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa sektor real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016. Dari 44 perusahaan yang terdaftar, hanya 35 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial size dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan bahwa secara parsial size dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.

Kata kunci : Size, profitabilitas, leverage, GRI indeks, Corporate Social Responsibility (CSR)

Abstract

This study aims to determine and analyze the influence of company size, profitability and leverage of social responsibility disclosures of listed property and real estate services company in Indonesia Stock Exchange in 2016 (BEI). Measurement of corporate social responsibility is based on the category of the Global Reporting Index (GRI) version 3.0 is seen in the company's annual financial report. The population in this study is a company registered in the Indonesia Stock Exchange in 2016. Of the 44 companies listed, only 35 companies that meet the criteria of the study sample has been determined. The data analysis technique with classical assumption test. Testing of hypotheses using multiple linear regression analysis with SPSS 25.0 for windows. The results showed that Partially, size and leverage significant positive effect on Corporate Social Responsibility Disclosure, while profitability does not significantly affect the company's Corporate Social Responsibility Disclosure.

Key words: Size, profitability, leverage, GRI index, Corporate Social Responsibility (CSR)

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perubahan teknologi, sosial ekonomi, budaya pada era globalisasi saat ini ditandai oleh besarnya kontribusi perusahaan dan masyarakat yang saling bersinergi dalam penentuan keberhasilan pembangunan suatu bangsa. Revolusi ini melahirkan kapitalis modern, dimana uang sangat memegang peranan penting. Revolusi memberikan akibat yang besar untuk masyarakat, lingkungan dan sosial. Selain meningkatkan mutu serta kualitas kehidupan bermasyarakat, perusahaan juga

melahirkan banyak kaum-kaum buruh serta beberapa kerusakan lingkungan dampak dari aktivitas suatu perusahaan.

Begitupun kesadaran masyarakat akan peran serta perusahaan dalam lingkungan sosial pun semakin meningkat. Masyarakat membutuhkan informasi tentang mengenai sebagaimana perusahaan sudah melaksanakan kegiatan sosialnya agar memastikan bahwa hak-hak masyarakat sekitar telah terpenuhi.

Tanggung jawab sosial perusahaan bisa dilihat sebagai ketersediaan berbagai informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi perusahaan terhadap lingkungan fisik juga lingkungan sosial, yang bisa membuat suatu laporan tahunan perusahaan juga laporan kegiatan sosial di tiap tahunnya. Definisisecara luas yang tertulis suatu organisasi dunia World Bisnis Council for Sustainable Development (WBCD) yang mengaku bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha dalam beraksi etis dan menyerahkan kontribusi untuk perkembangan ekonomi dari perkumpulan di daerah setempat maupun dalam masyarakat luas, dengan bersamaan penambahan taraf hidup para pekerjanya beserta semua keluarga.

Penelitian menjelaskan mengenai faktor-faktor yang memprovokasi pengungkapan tanggung jawab sosial di wilayah Indonesia menimbulkan hasil yang menarik dan beragam untuk dikaji lebih dalam. Penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti terdahulu mengindikasikan bahwa ada perbedaan hubungan profit terhadap pengungkapan CSR. Gray et al (2001) mengaku bahwa profit dominan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan itu, Patten (1991), Hackston and Milne (1996), Sembiring (2003) mengungkapkan bahwa profit tidaklah signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dari kejadian-kejadian yang terjadi dan dari hasil riset terdahulu terdapat sejumlah variabel yang dominan terhadap pengungkapan CSR masih mengindikasikan hasil yang berbeda, bahkan berlawanan dengan antara hasil penelitian satu sama lainnya. Dalam penelitian hal inilah yang akan dijadikan *research gap*, sehingga sangat menarik dan penting dilaksanakan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* ini.

Penelitian ini diadopsi dari GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 3.0 yang sudah disesuaikan dengan keadaan pelaksanaan CSR di wilayah Indonesia sebagai suatu item penilaian variabel dependen pada *sustainability reporting* perusahaan jasa utamanya di sektor property dan real estate. Berdasarkan uraian diatas serta pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dari itu, didalam penelitian ini penulis akan mengambil judul "ANALISIS PENGARUH SIZE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)"

KAJIAN PUSTAKA

Teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa perusahaan bukan hanya entitas yang saja beroperasi guna kepentingan sendiri tetapi harus memberikan sebuah manfaat untuk bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, eksistensi suatu perusahaan mempunyai pengaruh didalam hal dukungan yang diserahkan oleh stakeholder untuk perusahaan itu (Ghozali dan Chariri, 2007).

Wibisono (dalam Kirana, 2009) menafsirkan stakeholders sebagai pemangku kepentingan yakni pihak atau kumpulan yang berkepentingan, baik langsung maupun tak langsung, terhadap keberadaan atau kegiatan perusahaan, dan dikarenakan suatu kelompok atau komunitas tersebut mempunyai pengaruh dan/ atau dipengaruhi oleh perusahaan. Definisi lain dilontarkan oleh Rhenald Kasali sebagaimana dilansir oleh Wibisono (dalam Kirana, 2009), yang menyatakan bahwa yang dimaksud stakeholder ialah setiap kelompok yang sedang didalam maupun diluar perusahaan yang memiliki peran dalam menilai keberhasilan perusahaan. Menurut *Clarkson* stakeholder dibagi menjadi dua, yakni stakeholder sekunder dan stakeholder primer. Stakeholder primer adalah pihak dimana tanpa ada partisipasinya yang berkelanjutan perusahaan tidak dapat bertahan. Contohnya pemilik modal atau saham, kreditor, karyawan, konsumen, pemasok, penyalur atau rekanan. Sedangkan stakeholder sekunder didefinisikan sebagai suatu pihak yang mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh perusahaan tetapi mereka tidak langsung dilibatkan dalam transaksi dengan perusahaan atau tidak berkepentingan dalam kelangsungan operasional perusahaan. Contohnya Pemerintah setempat, media massa, kelompok sosial, anggota pendukung dan masyarakat. Stakeholder pada dasarnya bisa mengendalikan atau memiliki keahlian untuk mempengaruhi penggunaan sumber-sumber ekonomi yang dipakai perusahaan. Oleh karena itu kekuatan stakeholder merupakan penentu besar kecilnya kekuatan yang dipunyai stakeholder atas sumber itu (Ghozali dan Chariri, 2007). Kekuatan tersebut dapat berupa kemampuan atau skill untuk membatasi suatu penggunaan sumber ekonomi yang sangat terbatas (tenaga kerja dan modal), akses terhadap media-media yang berpengaruh, kemampuan untuk menata perusahaan, atau keterampilan untuk mempengaruhi konsumsi atas

barang dan jasa yang didapatkan perusahaan (Deegan2000, Ghazali dan Chariri, 2007). Oleh sebab itu, "pada saat *stakeholder* memberikan kendali sumber ekonomi yang sangat penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan berusaha dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*" (Ullman 1982, Ghazali dan Chariri, 2007).

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang sehubungan dengan laporan pertanggungjawaban sosial dengan GRI (*Global Report Initiative*) versi 3.0. *Global Reporting Initiative* (GRI) ialah sebuah jaringan berbasis organisasi yang sudah memelopori pertumbuhan dunia, paling tidak sedikit menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen guna terus-menerus mengerjakan perbaikan dan penerapan di semua dunia (www.globalreporting.org). GRI digagas oleh PBB melewati *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage. Berikut ini akan dibahas pengertian dari masing-masing variabel.

a. Ukuran Perusahaan

Size perusahaan adalah variabel yang tidak sedikit digunakan untuk menyatakan pengungkapan sosial yang dilaksanakan perusahaan didalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan menjelaskan informasi lebih tidak sedikit daripada perusahaan kecil. Hal ini sebab perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil.

Secara teoritis perusahaan besar tidak bakal lepas dari desakan politis, yaitu desakan untuk mengerjakan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih banyak adalah pengurangan biaya politis untuk perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melewati pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka masa-masa panjang dapat terhindar dari biaya yang paling besar dampak dari tuntutan masyarakat.

Size perusahaan berdasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), volume penjualan, jumlah tenaga kerja dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Pada penelitian ini *size* (ukuran perusahaan) perusahaan ditetapkan dengan jumlah tenaga kerja yang dipunyai oleh perusahaan. Pengukuran ini dilaksanakan untuk memahami bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dipunyai maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang mesti diungkapkan.

CSR bukan sekedar kegiatan amal, dimana CSR mewajibkan suatu perusahaan dalam pemungutan keputusannya supaya dengan betul-betul memperhitungkan dampak terhadap semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, tergolong karyawan. CSR bisa juga dipakai untuk menyusun suatu atmosfer kerja yang nyaman salah satu para staf, terutama bilamana mereka bisa melibatkan dalam kegiatan yang mereka percayai dapat mendatangkan manfaat untuk masyarakat luas, baik tersebut bentuknya "penyisihan gaji" dan "penggalangan dana" ataupun kesukarelawanan (*volunteering*) dalam bekerja guna masyarakat.

b. Profitabilitas

Ukuran profitabilitas dapat sekian banyak macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) menjelaskan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas mengindikasikan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak diberikan untuk pemegang saham ialah keuntungan sesudah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang didapatkan semakin besar keterampilan perusahaan guna membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi pun akan mendapat *power* yang lebih banyak dalam menilai kebijakan perusahaan. Dengan begitu semakin besar dividen (*dividend payout*) bakal semakin menghemat biaya modal, di sisi lain semua manajer (*insider*) menjadi bertambah *power*nya bahkan dapat meningkatkan kepemilikannya dampak penerimaan keuntungan, laba sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi bahan pertimbangan penting untuk investor didalam keputusan investasinya.

c. Leverage

Leverage adalah alat yang digunakan mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai ketergantungan pada kreditur dalam mengongkosi aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi itu berarti paling memiliki ketergantungan kepada pinjaman di luar didalam memberikan biaya asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage lebih rendah lebih tidak sedikit membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat leverage perusahaan, dengan demikian mencerminkan risiko finansial perusahaan. Teori keagenan memperkirakan

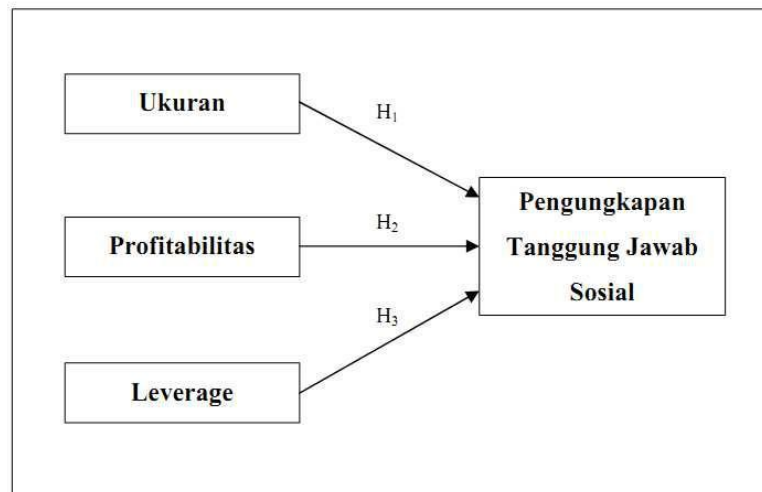
bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi bakal mengungkapkan lebih tidak sedikit informasi, dikarenakan biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti tersebut lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi dibutuhkan untuk membuang keraguan pemegang obligasi atas dipenuhinya hak- hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Fitriany, 2001).

Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial kepada perusahaan yang ada dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia ini adalah rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya (replikasi). Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Belkaovi dan Karpik (1989) menunjukkan hasil bahwa variabel leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sembiring (2003) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasibuan (2001) menunjukkan hasil bahwa variabel size berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Gray et al (2001) dan Sembiring (2003) menunjukkan bahwa size berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Robert (1992) dan Davey (1982) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda dimana size tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel yang akan dipakai didalam penelitian ini adalah metode purposive sampling (BEI 2016). Jenis data yang bisa digunakan didalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan pada tahun 2016 perusahaan sampel. Data ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dengan periode waktu tahun 2016. Dari jumlah tersebut, terdapat 35 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan.

Adapun kriteria-kriteria yang dipakai didalam penelitian sampel adalah:

- 1) Perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif selama tahun 2016.
- 2) Perusahaan jasa sektor property dan real estate tersebut menerbitkan *annual report* selama periode tahun 2016.
- 3) Perusahaan jasa sektor property dan real estate tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR selama periode tahun 2016.

Metode pengumpulan data yang digunakan terutama dengan cara studi dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa laporan tahunan yang telah diberitahukan oleh perusahaan sampel pada periode tahun 2016 di website BEI (www.idx.co.id). Pengumpulan data dikerjakan yakni dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih hingga menjadi sampel. Sebagai petunjuk, yang digunakan instrumen penelitian yakni berupa *check list* atau daftar beberapa pertanyaan yang berisi tentang item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Seleksi sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

ata Sampel Perusahaan Jasa Sektor Property dan Real Estate

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif selama Tahun 2016	44
Perusahaan jasa sektor property dan real estate yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> selama periode Tahun 2016	(7)
Perusahaan jasa sektor property dan real estate yang tidak menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR selama periode Tahun 2016	(2)
Jumlah perusahaan jasa sektor property dan real estate yang memenuhi syarat sebagai sampel pada Tahun 2016	35

Setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis data untuk pembuktian hipotesis penelitian yang diambil dari rumusan masalah penelitian. Untuk tujuan pengumpulan data maka variabel penelitian dioperasionalkan secara jelas mulai dari variabel/dimensi, konsep, indikator, satuan pengukuran dan skala pengukurannya secara detail.

Fokus penelitian digunakan untuk memberi batasan studi dalam penelitian, sehingga obyek yang diteliti lebih terarah dan tidak meluas. Adapun obyek dalam penelitian ini adalah *size* yang diprosikan dengan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan property dan real estate tersebut. *Profitabilitas* yang penulis proksikan dengan menggunakan pendapatan per-lembar saham (*earning per-share*).

Leverage yang diprosikan dengan menggunakan rasio hutang terhadap modal sendiri. Dan untuk indikator yang digunakan dalam pengungkapan tanggung jawab diprosikan mencakup kinerja lingkungan, kinerja ekonomi, dan indikator kinerja social dalam suatu perusahaan property dan real estate.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Untuk memahami apakah model regresi benar-benar mengindikasikan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model itu harus mengisi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal/tidak, uji yang dipakai adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Apabila Sign hitung $>\alpha$, maka data terdistribusi normal. Sedang jika sebaliknya maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik merupakan yang harusnya tidak terjadi suatu korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidaklah ortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2006). Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 atau nilai *tolerance* $> 0,10$ maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilaksanakan untuk memahami apakah dalam sebuah model regresi terjadi suatu ketidaksamaan variabel dari residual suatu penelitian ke penelitian yang lain. Situasi heteroskedastisitas akan mengakibatkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homoskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Gozhali, 2006). Deteksi ada tidaknya suatu heteroskedastisitas bisa dilihat dengan mencermati ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah *studentized*.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilaksanakan untuk memahami

apakah model berisi autokorelasi atau tidak, yakni adanya hubungna diantara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Dalam upaya untuk mendeteksi adanya suatu autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dapat dilakukan dengan melihat nilai D-W (Durbin-Watson) dari *output* SPSS. Nilai D-W dari model regresi berganda terpenuhi jika nilai $du < d$ hitung $< d4-du$.

Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji suatu hipotesis dapat digunakan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan SPSS 25.0 *for windows*. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a. = Konstanta

b1, b2, b3, = Koefisien regresi

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

X3 = Leverage

Nilai koefisien regresi sangatlah menentukan karena sebagai dasar analisis, mengingat bahwa penelitian ini bersifat *fundamental method*. Hal ini berarti apabila koefisien b bernilai positif (+) maka dapat disebutkan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen, setiap eskalasi nilai variabel independen akan mengakibatkan eskalasi variabel dependen. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-), hal ini mengindikasikan adanya pengaruh negatif dimana eskalasi nilai variabel independen akan menyebabkan penurunan nilai variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel didalam menaksir nilai aktual bisa diukur dari *goodness of fit* nya. Dimana secara statistik, setidaknya ini dapat dinilai/diukur dari uji parsial (uji T) dan nilai koefisien determinansi (R^2).

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T independen ini untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Ghozali, 2006). Kriteria pengujian dengan menggunakan uji T independen sbb:

$$H_a : B = 0$$

$$H_a : B \neq 0$$

- Jika $sign < 0,05$, maka H_a diterima yang berarti variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $sign > 0,05$, maka H_a diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pada dasarnya pengujian simultan ini dilakukan dengan koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengetahui apakah terdapat sebuah pengaruh yang secara serentak variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka diyakini bahwa secara keseluruhan variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan. Bila $sign F < 0,05$ berarti variabel independen secara serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen didalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti semakin signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Hasil Uji Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Aktiva	35	1,67	456,04	95,7263	110,88619
Earning per Share	35	-,21	12,65	1,3714	2,87964
Debt to Equity Ratio	35	,03	1,91	,7200	,52886
Corporate Social Responsibility	35	2,53	54,43	17,9017	11,27681
Valid N (listwise)	35				

Sumber: SPSS 25.0 for windows

Hasil perhitungan analisis deskriptif atas menunjukkan variabel ukuran perusahaan nilai yang terkecil adalah 1,67 dan yang terbesar adalah 456,04 orang dengan nilai rata-rata sebesar 95,7263. Hal ini menunjukkan bahwa total aktiva yang dimiliki perusahaan paling kecil pada Perusahaan Rista Bintang Mahkota Sejati Tbk (RBMS) sebesar 1,67 dan yang terbesar adalah 456,04 pada Perusahaan Lippo Karawaci Tbk (LPKR). Standar deviasi sebesar 110,88619 menunjukkan variasi yang terdapat dalam ukuran perusahaan. atas variabel profitabilitas menunjukkan nilai yang terkecil adalah -,21 yang dimiliki oleh perusahaan Perusahaan Rista Bintang Mahkota Sejati Tbk (RBMS) dan nilai terbesar adalah 12,65 pada Perusahaan Metropolitan Kentjana Tbk(MKPI). Nilai rata-ratanya sebesar 1,3714 dengan nilai standar deviasi sebesar 2,87964 menunjukkan variasi yang terdapat dalam rasio profitabilitas perusahaan. Pada variabel rasio leverage perusahaan menunjukkan nilai yang terkecil adalah 0,03 yang dimiliki oleh Perusahaan Rista Bintang Mahkota Sejati Tbk (RBMS) dan nilai terbesar adalah 1,91 pada Perusahaan Cowell Development Tbk (COWL). Nilai rata-ratanya sebesar 0,7200 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,52886 menunjukkan variasi yang terdapat dalam rasio leverage perusahaan. variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai yang terkecil adalah 2,53 pada Perusahaan Fortune Mate Indonesia (FMII) dan nilai yang terbesar adalah sebesar 54,43 pada Perusahaan Bumi Serpong Damai Tbk (BSDE). Nilai rata-ratanya sebesar 17,9017 dengan nilai standar deviasi sebesar 11,27681 menunjukkan variasi yang terdapat dalam indeks CSR perusahaan. Besarnya indeks menunjukkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan yakni untuk mengetahui apakah didalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik yakni mempunyai tingkat distribusi normal atau mendekati normal. Bahwa grafik histogram membentuk lonceng atau pola distribusi normal dan pada gambar penyebaran titik-titik berada di sekitar garis diagonal dan searah garis diagonal. Uji statistik yang bisa dipergunakan didalam uji normalitas adalah uji *Kolmogorov – Smirnov*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yakni sebagai berikut:

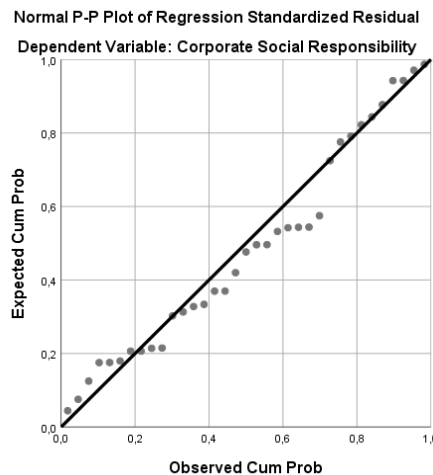
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	10,21980090
Most Extreme Differences	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,078
Test Statistic		,140
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c

Sumber: SPSS 25.0 for windows

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada hasil tabel diatas, data pada penelitian ini sudah terdistribusi normal. Hal ini bertujuan dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,140 dan signifikansi pada 0,081. Nilai signifikansi dari hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari $0,081 > 0,05$, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Berdasarkan analisis grafik dan statistik di atas bisa diketahui bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan gambaran grafik sebagai berikut:



Sumber: SPSS 25.0 for windows

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai agar mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Uji ini bisa diukur dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *cut-off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolinieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0,10 atau *VIF* kurang dari 10.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Aktiva	,834	1,200
Earning per Share	,966	1,035
Debt to Equity Ratio	,813	1,231

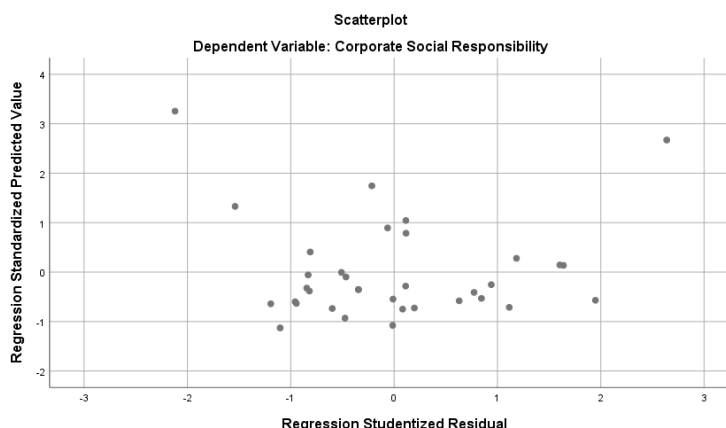
Sumber: SPSS 25.0 for windows

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan *VIF* juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai *VIF* lebih dari 10. Oleh sebab itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi. Karena berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier dengan OLS, maka model regresi linier yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditunjukkan dengan menggunakan grafik *Scatter Plot* antara variabel dependen (SRESID) dan variabel residualnya (ZPRED). Grafik ini menunjukkan pola penyebaran titik-titik. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang akan digunakan.



Sumber: SPSS 25.0 for windows

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik yang tersebar secara acak, tidak membentuk suatu pola/alur tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menilai apakah dalam model regresi linear terdapat suatu korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinilai ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Regresi yang bebas dari autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* jika memenuhi syarat $du < d < 4 - du$.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,423 ^a	,179	,099	10,70289	1,808

Sumber: SPSS 25.0 for windows

- a. Predictors: (Constant), Debt to Equity Ratio, Earning per Share, Aktiva
- b. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Berdasarkan tabel Model Summary^b diatas diperoleh nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,808. Besarnya DW-tabel: dl (batas luar) = 1,613; du (batas dalam) = 1,736; $4 - du = 2,264$; dan $4 - dl = 2,387$. Hasil uji DW dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Hasil ini menunjukkan bahwa pada model regresi terletak pada daerah tidak ada autokorelasi, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu pengamatan.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hubungan profit terhadap pengungkapan CSR. Gray et al (2001) menyatakan bahwa profit

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan itu, Patten (1991), Hackston and Milne (1996), Sembiring (2003) menyatakan bahwa profit tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda mempunyai maksud untuk menguji sejauh mana pengaruh dan arah pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan output SPSS 25.0 nampak bahwa pengaruh secara bersama-sama ketiga variabel independen (AKT, EPS dan DER) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dari analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	15,023	3,431		4,379	,000
Aktiva	,043	,018	,427	2,393	,023
Earning per Share	-,335	,648	-,086	-,517	,609
Debt to Equity Ratio	-1,131	3,850	-,053	-,294	,771

Sumber: SPSS 25.0 for windows

Berdasarkan tabel, persamaan regresi yang dapat disusun adalah :

$$Y = 15,023 + 0,043 \text{ AKT} + (-0,335) \text{ EPS} + (-1,131) \text{ DER} + e$$

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui hubungan signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T dibutuhkan untuk mengetahui mana saja diantara ketiga variabel independen yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	15,023	3,431		4,379	,000
Aktiva	,043	,018	,427	2,393	,023
Earning per Share	-,335	,648	-,086	-,517	,609
Debt to Equity Ratio	-1,131	3,850	-,053	-,294	,771

Sumber: SPSS 25.0 for windows

Berdasarkan tabel dari ketiga variabel independen yang dimasukkan dalam model dengan signifikansi 5% atau 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel *size* perusahaan (AKT) sebesar $0,023 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sedangkan variabel *profitabilitas* (EPS) sebesar $0,609 > 0,05$ dan *leverage* (DER) sebesar $0,771 > 0,05$ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji Anova atau uji F pada tabel terlihat bahwa nilai Fhitung sebesar 2,248 dan nilai sig sebesar 0,102. Dengan menggunakan tingkat α (alfa) 0,05 atau 5%, maka keputusan dalam penelitian ini adalah model ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (EPS) dan leverage (DER) secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	772,553	3	257,518	2,248	,102 ^b
	Residual	3551,107	31	114,552		
	Total	4323,660	34			

Sumber: SPSS 25.0 for windows

- a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility
 b. Predictors: (Constant), Debt to Equity Ratio, Earning per Share, Aktiva

Sumber: SPSS 25.0 for windows

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengungkapkan bahwa sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai *R-Square* atau *Adjusted R-Square*. *R-Square* dipakai pada saat dimana variabel bebas hanya satu saja atau biasa disebut dengan Regresi Linier Sederhana, sedangkan *Adjusted R-Square* dipakai pada saat variabel bebas lebih dari satu. Akan tetapi dalam menghitung nilai koefisien determinasi beberapa peneliti menggunakan *R-Square*, biarpun variabel bebas lebih dari satu. Nilai *R-Square* merupakan *goodness of fit* yang berkisar antara 0-1. Nilai ini juga menggambarkan layak atau tidaknya suatu model, jika nilai *Adjusted R-Square* positif menggambarkan suatu model layak atau sebaliknya. Seperti halnya pada gambar yang ditampilkan sebagai berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,423 ^a	,179	,099	10,70289

Sumber: SPSS 25.0 for windows

Berdasarkan gambar Model Summary^b dalam uji regresi linear berganda ini dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (R^2) secara keseluruhan. Hasil pengujian menunjukkan R^2 sebesar 0,179 atau 17,9 %. Jadi dapat dikatakan bahwa 17,9% besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial disebabkan oleh ukuran perusahaan (AKT), profitabilitas (EPS) dan leverage (DER). Sedangkan 82,1% besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Pembahasan Hipotesis

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan (AKTIVA) secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Adanya hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan sosial mengandung arti bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa profitabilitas (EPS) secara statistik berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan digambarkan dengan besarnya EPS, dengan demikian tingkat profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap besar pengungkapan CSR. Artinya bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata.

c. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage (DER) tidak signifikan dan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketergantungan perusahaan

terhadap hutang didalam membiayai kegiatan operasinya tidak tergantung dalam tingkat leverage. Leverage ini juga menunjukkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mempunyai kewajiban agar dapat melaksanakan ungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan dengan rasio leverage yang rendah. Berdasarkan keterangan dari Belkaoui and Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) mengungkapkan bahwa semakin tinggi leverage, kemungkinan besar perusahaan akan merasakan pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk mengadukan laba kini lebih tinggi dikomparasikan laba masa depan. Agar laba yang diadukan tinggi maka manajer mesti meminimalisir biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan didalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan atau bersama-sama variabel *size* perusahaan, *profitabilitas* dan *leverage* ditolak dan tidaklah mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016.
2. Secara parsial variabel *size* perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016.
3. Secara parsial variabel *profitabilitas* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016.
4. Secara parsial variabel *leverage* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jasa sektor property dan real estate yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016.

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian, maka diperoleh beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Bagi Investor

Investor hendaknya memahami semua informasi yang relevan yang tersedia di pasar modal baik melalui laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan atau informasi lain yang dirasa relevan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *Current Ratio*, *Inventory Turnover Ratio*, *Rasio Utang* dan *Return On Equity* secara bersama-sama berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Price/Earning Ratio*. Hasil tersebut dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan didalam menentukan suatu kebijakan perusahaan maupun pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga mampu menjaga kepercayaan investor untuk dapat berinvestasi di perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Menambah jumlah sampel yang diteliti, tidak hanya meliputi perusahaan jasa sektor property dan real estate saja, tetapi dapat diperluas pada sektor perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
- c. Periode pada penelitian ini hanya 1 tahun, sehingga hasil dalam jangka panjang dari pelaksanaan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diabaikan. Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk memperpanjang menjadi beberapa tahun agar bisa memberikan prediksi hasil penelitian dalam jangka panjang dan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
- d. Populasi penelitian juga tidak hanya dikhususkan pada perusahaan jasa sektor property dan real estate saja, tetapi dapat diperluas pada perusahaan sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- e. Tidak ditemukannya perbedaan antara profitabilitas, leverage, dan umur dengan corporate social responsibility, maka sebaiknya dalam penelitian mendatang menggunakan proksi yang lain dalam menilai ketiga variabel tersebut. Misalnya untuk proksi profitabilitas digunakan ROE, untuk leverage digunakan DAR (*Debt Asset Ratio*).

DAFTAR PUSTAKA

Belkaoui, Ahmed Riahi, 2000, **Teori Akuntansi**, Terjemahan Marwata, Harjanti Widiastuti, Heni Kurniawan, Alie Ariesanti, Buku Satu, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Belkaoui, Ahmed and Philip G Karpik, 1989, "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 2, No. 1: 36- 51.
- Cahyonowati, Nur, 2003, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan", Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Undip (Tidak dipublikasikan)
- Ghozali, Imam dan A. Chariri, 2007, **Teori Akuntansi**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, BP Undip, Semarang.
- Gray, R., Javad, M., Power, David M., and Sinclair C. Donald., 2001, "Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extension", **Journal of Business Finance and Accounting**, Vol. 28, No. 3, pp 327-356.
- Sembiring, Eddy Rismanda, 2003, "Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", **Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VI**, Surabaya, 16 – 17 Oktober 2003.
- Zeghal, Daniel and Sadrudin A. Ahmed, 1990, "Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 3, No. 1, p. 38-53
- Soedarsa Herry Gunawan dan Prita Rizky Arika. 2016. **Pengaruh Tingkat Inflasi Pertumbuhan PDB, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Properti dan Property dan real estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2013**.
- Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2003. **Metode Penelitian Bisnis**. Alfabeta: Bandung.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)", Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G Karpik, 1989, "**Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information**", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 2, No. 1: 36- 51.
- Cahyonowati, Nur, 2003, "**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan**", Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Undip (Tidak dipublikasikan)
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D., 1987, "**The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis**", *Accounting, Organizations and Society*, Vo. 12, No. 12.
- Devina, Florence., Suryanto, L dan Zulaikha, 2004, "**Pengaruh Karakteristik perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ)**", *Jurnal Maksi*, Vol.4. Agustus : 161-177.
- Donovan, Gary O, dan Gibson, Kathy, 2000, "**Environmental Disclosures in The Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study**", Paper for Presentation at
- Gray, R., Javad, M., Power, David M., and Sinclair C. Donald., 2001, "**Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extension**", *Journal of Business Finance and*
- Hasibuan, Rizal, 2001, "**Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial**", Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Henny dan Murtanto, 2001, "**Analisis Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan**", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 1, No.2

PENGARUH PENERAPAN E-FILLING, TINGKAT PEMAHAMAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN DALAM MELAPORKAN SPT DI KP2KP LUMAJANG

Riza Umami ¹
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wajib pajak dalam melaporkan SPT di KP2KP Lumajang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif korelasional. Obyek penelitian di KP2KP Lumajang. Hasil dari penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa penerapan sistem E-filing berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak restoran, tingkat pemahaman perpajakan berpengaruh positif signifikan serta kesadaran wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak.

Kata kunci: penerapan e-filling, tingkat pemahaman, kesadaran wajib pajak, kepatuhan melaporkan SPT

PENDAHULUAN

Salah satu sumber pendapatan Negara terbesar adalah penerimaan pajak. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk pembiayaan pembangunan nasional. Hal ini dilakukan untuk mensejahterakan masyarakat. Peranan pajak dalam pembangunan nasional sangat dominan. Peranan dari pajak dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat yang dirasakan dari pajak adalah fasilitas pendidikan, fasilitas transportasi, fasilitas kesehatan sarana dan prasarana umum. Pentingnya peran pajak dalam pembangunan membutuhkan peningkatan dalam penerimaan pajak.

Pajak didapat dari kontribusi masyarakat (Wajib Pajak) dengan menggunakan sistem *self assessment*. Sistem *self assessment* merupakan sebuah sistem reformasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Sistem ini menggantikan sistem *official assessment* yang berlaku sebelumnya. Sistem *self assessment* adalah sistem dimana Wajib Pajak diberi kepercayaan untuk menghitung dan melaporkan sendiri pajak yang terutang oleh Wajib Pajak, sedangkan petugas pajak sendiri bertugas untuk mengawasinya. Hal itu berarti berhasil atau tidaknya sistem ini sangat ditentukan oleh kepatuhan sukarela para Wajib Pajak dan pengawasan yang optimal dari aparat pajak sendiri. Sistem ini sangat bergantung pada kesadaran Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya masih banyak Wajib Pajak yang tidak patuh untuk melaporkan dan membayar pajak.

Menurut data Pajak.go.id Hingga tahun 2015, Wajib Pajak (WP) yang terdaftar dalam sistem administrasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencapai 30.044.103 WP, yang terdiri atas 2.472.632 WP Badan, 5.239.385 WP Orang Pribadi (OP) Non Karyawan, dan 22.332.086 WP OP Karyawan. Hal ini cukup memprihatinkan mengingat menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), hingga tahun 2013, jumlah penduduk Indonesia yang bekerja mencapai 93,72 juta orang. Artinya baru sekitar 29,4% dari total jumlah Orang Pribadi Pekerja dan berpenghasilan di Indonesia yang mendaftarkan diri atau terdaftar sebagai WP.

Penerimaan pajak sangat berperan dalam kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu, hasil pungutan pajak diharapkan meningkat dari tahun ke tahun. Pemerintah selalu berusaha untuk meningkatkan penerimaan pendapatan dari pajak.

Direktorat Jenderal Pajak berusaha untuk meningkatkan penerimaan pendapatan pajak dengan melakukan perubahan atas peraturan-peraturan perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak juga mencoba untuk memberikan pelayanan yang prima kepada para Wajib Pajak dan melakukan inovasi-inovasi dalam pelayanannya. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak adalah dengan melakukan perubahan pada administrasi pelaporan perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak membuat sebuah sistem yang lebih sederhana dalam pelaporan pajak.

Teknologi informasi yang berkembang semakin maju sangat berpengaruh dalam pembuatan sistem ini. Jika dulu butuh waktu cukup lama untuk memproses data maka dengan adanya teknologi informasi semuanya menjadi lebih cepat. Teknologi informasi menyentuh berbagai aspek

di sektor pemerintahan dan membuat semuanya menjadi lebih mudah. Salah satu sektor pemerintahan yang mendapatkan kemudahan dengan perkembangan teknologi informasi ini adalah bidang perpajakan. Adanya teknologi informasi yang memadai dan pelaporan yang lebih mudah dari pada manual diharapkan semakin banyak wajib pajak yang akan membayar pajak.

Modernisasi sistem pelaporan pajak dilakukan sejak tanggal 24 Januari 2005. Aplikasi e-SPT atau disebut dengan Elektronik SPT adalah aplikasi yang dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak dan digunakan oleh wajib pajak untuk kemudahan dalam menyampaikan SPT. Aplikasi *e-filing* adalah suatu cara penyampaian SPT atau Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan yang dilakukan secara *online* dan *real time* melalui Penyedia Jasa Aplikasi atau *Application Service Provider* (ASP). Di sini terlihat perbedaan antara e-SPT dan *e-filing*. E-SPT adalah medianya sedangkan *e-filing* adalah cara penyampaiannya. Adanya sistem pelaporan pajak dengan menggunakan *e-filing* dapat memudahkan Wajib Pajak. Wajib Pajak dapat melaporkan SPTnya 24 jam selama 7 hari. Hal ini berarti wajib pajak dapat melaporkan SPTnya meskipun pada hari libur. Sistem ini sangat bermanfaat untuk wajib pajak yang tidak melaporkan SPTnya dengan alasan sibuk. Selain itu, dengan adanya *e-filing* ini dapat mengurangi biaya yang ditimbulkan dari penggunaan kertas. Namun, faktanya masih banyak Wajib Pajak yang belum mengerti sepenuhnya cara melaporkan SPTnya secara elektronik, padahal banyak manfaat yang didapatkan apabila menggunakan *e-filing* ini.

Masih ada beberapa Wajib Pajak yang tidak sepenuhnya memahami tentang peraturan perpajakan akan berdampak pada penerimaan pajak di Indonesia. Seorang Wajib Pajak dapat dikatakan patuh dalam kegiatan perpajakan apabila memahami secara penuh tentang peraturan perpajakan antara lain: mengetahui dan berusaha memahami Undang-Undang Perpajakan, cara pengisian formulir perpajakan, cara menghitung pajak, cara melaporkan SPT dan selalu membayar pajak tepat waktu.

Dikarenakan kurangnya pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya masih rendah. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang pajak dengan judul *"Pengaruh Penerapan E Filing, Tingkat Pemahaman Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Dalam Melaporkan SPT di KPP Lumajang"*

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif korelasional. Studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi.

Obyek Penelitian

Yang menjadi obyek dalam penelitian kali ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak penerapan *e-filing*, tingkat pemahaman perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak. KPP Lumajang.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Kuncoro (2004) penelitian secara deskriptif adalah penelitian yang meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab status terakhir dari subjek penelitian. Menurut Muhammad (2009) penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menggunakan model matematis, statistik, atau komputer. Jadi, metode deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan dan mengungkap suatu masalah, keadaan, peristiwa sebagaimana adanya.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kontribusi dan analisis regresi berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2.1 Faktor Penerapan Sistem E-filing (X1) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variabel undang-undang pajak terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,071 dan mempunyai t hitung sebesar 0,656 dengan signifikansi alfa $0,015 > 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa penerapan sistem E-filing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam membayar pajak restoran. Hasil analisa ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Eviant (2002), karena menurut hasil penelitian Eviant, dengan adanya penerapan sistem e-filing akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh penerapan sistem e-filing terhadap kepatuhan pajak menunjukkan hasil signifikan pada penelitian ini tentunya ada beberapa alasan. Salah satunya karena WP memahami tentang peraturan dan tata cara pembayaran pajak yang berlaku. Dari hasil wawancara dengan beberapa WP, mereka tidak keberatan dengan besarnya pajak yang ditetapkan pemerintah. Karena menurut mereka

asal omzetnya memenuhi dengan standar omzet yang ditetapkan pemerintah tidak masalah bagi mereka.

4.2.2 Faktor Tingkat Pemahaman Pajak (X2) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variabel penyuluhan pajak terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,139 dan mempunyai t hitung sebesar 0,960 dengan signifikansi alfa sebesar 0,043 > 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa tingkat pemahaman pajak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam membayar pajak restoran. Hasil analisis ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Eviant (2002), bahwa sebagian responden menyatakan bahwa tingkat pemahaman pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak..

4.2.3 Faktor Ksadaran Wajib Pajak (X3) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variabel sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,782 dan mempunyai t hitung sebesar 4,564 dengan signifikansi alfa sebesar 0,010 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa sanksi pajak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak restoran.

Hasil analisis ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Eviant (2002), hasilnya adalah responden yang patuh akan menyadari pentingnya membayar pajak bagi pembangunan negara. Kesadaran wajib pajak perlu dibangun dari diri wajib pajak itu sendiri. Karena berawal dari kesadaran diri sendiri tersebut wajib pajak merasa tidak dipaksa untuk membayar pajak. Untuk menumbuhkan kesadaran wajib pajak maka wajib pajak harus benar-benar memahami masalah perpajakan dengan sistem yang ada. Namun dalam jika dilihat dari uraian faktor-faktor lain diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik restoran patuh karena ada unsur paksaan. Kalau mereka tidak membayar pajak akan dikenakan sanksi, oleh karena itu mereka patuh membayar pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan :

1. Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variable penerapan sistem E-filing terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,071 dan mempunyai t hitung sebesar 0,656 dengan signifikansi alfa sebesar 0,015 > 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa penerapan sistem E-filing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam membayar pajak restoran. Hal ini menunjukkan bahwa WP memahami tentang penerapan sistem E-filing.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variabel tingkat pemahaman pajak terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,139 dan mempunyai t hitung sebesar 0,960 dengan signifikansi alfa sebesar 0,043 > 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa tingkat pemahaman perpajakan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan WP dalam membayar pajak. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pajak yang baik menyebabkan WP membayar pajak sesuai peraturan yang berlaku.
3. Hasil analisis regresi menunjukkan parameter hubungan antara variabel kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak adalah sebesar 0,792 dan mempunyai t hitung sebesar 4,564 dengan signifikansi alfa sebesar 0,010 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa kesadaran wajib pajak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam membayar pajak. Hal ini menunjukkan bahwa WP patuh karena ada unsur paksaan. Kalau mereka tidak membayar pajak akan dikenakan sanksi, oleh karena itu mereka patuh membayar pajak.

Saran-Saran :

1. Sampel yang diambil peneliti sebagai obyek penelitian adalah individu sebagai WP yang ada di Lumajang saja, sehingga hasil yang didapat kurang mewakili obyek dalam halnya kepatuhan pajak dengan wilayah yang lebih luas. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang dapat digeneralisasi, penelitian selanjutnya perlu dilakukan dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga diharapkan hasil tersebut benar-benar merupakan kesimpulan secara umum.

Agar pemerintah lebih gencar memberikan sosialisasi tentang pentingnya penggunaan E-filing dalam pembayaran pajak, terutama dalam kemudahan pembayaran, fasilitas sarana prasarana dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2009, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek Edisi Revisi V*, Rineke Cipta: Jakarta
- Alam, Pradita. 2009, *Potensi Pengembangan Pajak Daerah*, BPFE: Yogyakarta

- Baik Eviant. 2002, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Dalam Membayar Pajak Hotel Dan Restoran Di Jakarta*, skripsi: UI
- Chotimah, Chusnul. 2007, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Penghasilan Orang Pribadi (Survei di Kota Klaten)*, Skripsi thesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Devas, Nick. 1989, *Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia*, Salemba Empat: Jakarta
- Ghozali, Imam. 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi revisi*, Universitas Diponegoro: Semarang
- Hardiningsih, Pancawati. 2011, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak*, Universitas Stikubank.
- Kahono, Sulud. 2003, Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan wajib pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (Studi empiris di wilayah KP. PBB Semarang), Master thesis Pascasarjana Universitas Diponegoro: Semarang.
- Koswara, E. 2000, *Menyongsong Pelaksanaan Otonomi Daerah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999*, CSIS: Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2004, *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*, Erlangga: Jakarta
- Mardiasmo. 2003, *Perpajakan*, Andi: Yogyakarta
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2001. 2001, *Tentang Pajak Daerah*, Departemen Dalam Negeri.
- Resmi, Siti. 2003, *Perpajakan: Teori dan Kasus Edisi Kelima*, Salemba Empat: Jakarta
- Sekaran, Uma. *Metode Penelitian Bisnis 2 edisi 4*, Salemba Empat: Jakarta
- Singgih, Santoso. 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo: Jakarta
- Sugiyono. 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung
- Suryadi. 2006, *Model Hubungan kausal kesadaran, pelayanan, kepatuhan wajib pajak dan pengaruhnya terhadap kinerja penerimaan pajak: Suatu survei di wilayah Jawa Timur*, Jurnal Keuangan Publik Vol.4 No.1.
- Susanto, Herry 2012, *Membangun Kesadaran Dan Kepedulian Sukarela Wajib Pajak (online)*. (www.pajak.go.id)
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, 1999. *Tentang Pemerintah Daerah*, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009, 2009. *Tentang Pajak Daerah dan Keuangan Daerah*, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008, 2008. *Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Pajak Daerah*, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004, 2004. *Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Pajak Daerah*, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2000, 2000. *Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Pajak Daerah*, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.

Analisis Kepatuhan Syari'Ah Terhadap Sistem Operasional Pada Bank Bni Syari'Ah Kcp Mikro Lumajang

Dina Fitri Khasanah
STIE Widya Gama Lumajang
email: dinafitri47@gmail.com

Abstrak

Prinsip syariah bagi bank syariah merupakan karakteristik yang khas dan pembeda jika dibandingkan dengan bank konvensional. Penerapan prinsip syariah dalam dunia perbankan syariah merupakan bentuk konkret dari sistem hukum ekonomi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sehingga dalam operasional kegiatan usahanya wajib berdasarkan nilai-nilai Islam yang dituangkan melalui fatwa oleh Dewan Syariah Nasional yang dipositifkan melalui Peraturan Bank Indonesia. Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan usaha dituntut untuk patuh terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional yang berlaku dan juga harus patuh pada prinsip syariah dan budaya kepatuhan. Pada umumnya makna dari kepatuhan syariah adalah terlaksananya fungsi kepatuhan dengan baik bagi bank syariah. Sedangkan fungsi dari kepatuhan sendiri merupakan wujud penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) bagi bank syariah yang menjadi tugas tugas Direktur yang membawakan fungsi kepatuhan yang berkoordinasi dengan Dewan Pengawas Syariah serta Dewan Komisaris yang berfungsi sebagai pengawas intern pelaksana fungsi kepatuhan.

Kata Kunci : Kepatuhan Syariah, Fungsi Kepatuhan, Prinsip Syariah

Abstract

Sharia principles for sharia banks are distinctive characteristics and differentiators when compared with conventional banks. Implementation of sharia principles in the world of sharia banking is a concrete form of Islamic economic law system that comes from Al-Qur'an and As-Sunnah, so that in the operational activities of its business must be based on Islamic values poured through a fatwa by the National Sharia Council is dipositifkan through Bank Indonesia Regulation. Sharia Banks in conducting business activities are required to comply with the applicable National Sharia Council Fatwa and must also adhere to Sharia principles and compliance culture. In general, the meaning of shari'ah compliance is the implementation of good compliance function for sharia bank. While the function of the compliance itself is a manifestation of the implementation of Good Corporate Governance for syariah bank which is the duty of the Director's duty to carry out the compliance function in coordination with Sharia Supervisory Board and Board of Commissioners which function as the internal supervisor of the compliance function implementer.

Keywords: Shariah compliance, The function of compliance, Principles of sharia

PENDAHULUAN

Krisis moneter yang melanda Indonesia dan sejumlah Negara Asia lainnya beberapa tahun lalu bagi orang-orang mukmin memberikan hikmah tersendiri yang patut di syukuri. Hal ini terbukti ketika banyak perbankan konvensional yang gulung tikar, namun justru perbankan syari'ah tetap bertahan malah belakangan ini mengalami perkembangan. Kinerja bank syari'ah ditentukan oleh kinerja sektor riil, maka pada saat perekonomian sedang lesu, bagi hasil yang akan di terima perbankan syari'ah menurun dan pada gilirannya bagi hasil yang akan di terima penabung juga menurun. Sebaliknya pada perekonomian yang tinggi, bagi hasil yang di terima pihak perbankan dan penabung juga ikut tinggi. Sudah cukup lama masyarakat Indonesia menginginkan sistem perekonomian yang berbasis nilai dan prinsip syari'ah (Islamic Economic System) untuk dapat diterapkan di berbagai aspek bisnis dan transaksi karena memang mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam. Keinginan ini didasari oleh suatu kesadaran untuk menerapkan hukum Islam secara utuh dan total seperti yang di tegaskan dalam Al-Qur'an oleh Allah SWT. Suharto (2000:7) hasil survey oleh BI atas peran bank, lebih dari 30% mayoritas umat islam tidak mau bersentuhan dengan bank.

Seiring dengan perkembangan bank syari'ah di Indonesia yang semakin pesat, Bank Indonesia (BI) telah berusaha keras untuk mendorong tumbuhnya bank syari'ah yang kuat secara financial dan selalu berpedoman kepada ketentuan-ketentuan syari'ah. Berbagai fasilitas kebijakan telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia dalam rangka mewujudkan cetak biru perbankan syari'ah

Indonesia, diantaranya Bank Indonesia meminta agar praktik perbankan syariah senantiasa mengacu kepada prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) Organization for Economic (OECD) mengatakan bahwa GCG adalah suatu mekanisme penting yang diharapkan mendorong praktik bisnis yang sehat. Bisnis memiliki suatu mekanisme yang mengatur mengenai peran dan kewajiban seluruh elemen perusahaan mulai dari dewan komisaris, dewan direksi sampai seluruh stakeholders lainnya. BI menyadari bahwa pelaksanaan GCG untuk bank syariah tidak dapat hanya berlandaskan kepada prinsip-prinsip GCG, namun juga berpedoman kepada ketentuan-ketentuan syariah. Untuk itu, Bank Indonesia menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/33/PBI/2009 mengenai Good Corporate Governance (GCG) untuk bank syariah. Bank Indonesia menjelaskan bahwa dalam mendorong praktik perbankan syariah yang kuat dan sehat secara financial dan senantiasa mengacu kepada prinsip-prinsip GCG berupa transparansi, akuntabilitas, tanggungjawab, kebebasan, kewajaran dan kepatuhan kepada ketentuan-ketentuan syariah.

Perbedaan implementasi GCG pada perbankan syariah dan konvensional terletak pada Shariah Compliance, yaitu kepatuhan bank syariah. Sedangkan prinsip-prinsip transparansi, kejujuran, kehati-hatian, kedisiplinan, merupakan prinsip universal yang juga terdapat dalam aturan GCG konvensional. Berdasarkan survey dan penelitian mengenai preferensi masyarakat yang dilakukan oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi, tampaknya di samping pelayanan dan kinerja bank syariah yang masih belum memenuhi harapan masyarakat juga terdapat keraguan masyarakat tentang kepatuhan bank terhadap prinsip syariah (Sharia Compliance). Idat (2000:20) apalagi kondisi tidak segera mendapatkan penanganan yang intensif dari berbagai pihak, maka secara perlahan akan menghambat perkembangan-perkembangan perbankan syariah dan sedikit demi sedikit masyarakat bisa meninggalkan sistem ini. Kondisi ini sangat memprihatinkan jika sistem yang sangat baik ini terkubur karena kesalahan dari praktisinya sendiri. Disamping pelanggaran kepatuhan tersebut, terdapat faktor yang perlu diperhatikan yakni penyajian informasi akuntansi sesuai dengan syariah islam. Triuwono (2000:19) informasi akuntansi mempunyai kekuatan pada seseorang dalam pengambilan keputusan. Oleh karenanya kelayakan penyajian informasi mengenai kepatuhan bank terhadap prinsip syariah islam merupakan salah satu elemen penting yang mencerminkan bahwa bank benar-benar sesuai dengan nash Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Penting untuk dilakukan pengawasan fungsi kepatuhan syariah di industri keuangan syariah dimana fungsi kepatuhan menunjukkan tindakan dan langkah yang bersifat ex-ante (preventif), untuk memastikan kebijakan, ketentuan, sistem dan prosedur serta kegiatan usaha yang dilakukan oleh bank islam sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia, fatwa DSN dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini dilakukan untuk mengontrol operasional perbankan syariah serta menjadikan bank syariah agar tidak keluar dari koridornya, disiplin dan langkah untuk meminimalisir resiko perbankan.

Maka kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah harus mendapatkan perhatian yang intensif untuk membuktikan bahwa bank syariah mampu dan layak memberikan rasa keadilan dan kesejahteraan dalam bermuamalah secara islam. Penjelasan di atas menjadikan sebuah pernyataan yang perlu di bahas mengenai "Analisis Kepatuhan Syariah Terhadap Sistem Operasional pada Bank BNI Syariah KCP Mikro Lumajang".

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

a. Pengertian Kepatuhan Syariah

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.13/2/PBI/2011 tentang pelaksanaan fungsi kepatuhan Bank Umum, maka yang di maksud kepatuhan adalah nilai, perilaku, dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan yang berlaku termasuk prinsip syariah bagi bank umum syariah dan unit syariah.

Adapun Arifin menyatakan bahwa makna kepatuhan syariah (Syariah Compliance) dalam bank syariah adalah "Penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait". Selain itu Ansori juga berpendapat bahwa syariah compliance adalah salah satu indikator pengungkapan islam untuk menjamin kepatuhan bank islam terhadap prinsip syariah. Hal itu berarti Syariah Compliance sebagai bentuk pertanggung jawaban pihak bank dalam pengungkapan kepatuhan bank terhadap prinsip syariah.

Dari beberapa pengertian kepatuhan syariah di atas dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah adalah penerapan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan peraturan yang telah di atur sesuai syariat islam.

b. Sistem Operasional

Pada sistem operasional bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan adanya motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misal untuk modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan bersama. Sistem operasional tersebut meliputi:

a. Sistem penghimpun dana.

Untuk metode penghimpun dana yang ada pada bank-bank konvensional didasari teori yang diungkapkan Keynes yang mengemukakan bahwa orang membutuhkan uang untuk 3 kegunaan, yaitu fungsi transaksi, cadangan dan investasi. Teori tersebut menyebabkan produk penghimpunan dana disesuaikan dengan 3 fungsi tersebut, yaitu berupa giro bank, tabungan bank dan deposito bank. Berbeda halnya dengan hal tersebut bank syariah tidak melakukan pendekatan tunggal dalam penyediaan produk penghimpunan dana bagi nasabahnya. Pada dasarnya, dilihat dari sumbernya dana bank syariah terdiri atas:

1. Modal
2. Titipan (Wadi'ah)
3. Investasi (Mudharabah)

b. Sistem penyaluran dana (Financing)

Produk penyaluran dana di bank syariah dapat dikembangkan dengan tiga model, yaitu:

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli. Prinsip jual beli ini dikembangkan menjadi bentuk pembiayaan-pembiayaan murabahah, salam dan istishna'.

2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa (ijarah). Transaksi ijarah dilandasi adanya pemindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya. Bila pada jual beli obyek transaksinya adalah barang, maka pada ijarah obyek transaksinya jasa.

3. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil. Sistem bagi hasil untuk produk pembiayaan di bank syariah dioperasionalkan dengan pola-pola musyarakah dan mudharabah. Jasa layanan perbankan, yang dioperasionalkan dengan pola hiwalah, rahn, al-qardh, wakalah dan kafalah.

Penelitian Terdahulu

1. Ayu Widiastuti (2017) dalam penelitiannya yang berjudul " Good Governance Bisnis Syariah (GGBS) Terhadap Islamicity Financial Performance Index Bank Umum Syariah " menyimpulkan bahwa penerapan good governance bisnis syariah terhadap kinerja keuangan bank syariah di Indonesia diketahui dari hasil uji simultan nilai signifikan $<0,005$ yaitu sebesar 0,009 yang secara signifikan mempengaruhi variabel Islamic financial performance index.

2. Ade Sofyan Mulazid (2016) dalam penelitiannya yang berjudul " Pelaksanaan Sharia Compliance Pada Bank Syariah " menyimpulkan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sistem pengawasan terhadap kepatuhan syariah telah dilaksanakan dengan baik oleh Bank Indonesia dan Dewan Pengawas Syariah Mandiri. Fungsi kepatuhan syariah oleh direktur kepatuhan kepada seluruh jajaran bank syariah mandiri secara normative telah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip kepatuhan, budaya kepatuhan, manajemen resiko dan kode etik kepatuhan bank syariah mandiri. Sedangkan pelaksanaan audit internal di bank syariah mandiri belum berjalan efektif, hal ini dibuktikan masih ditemukan praktek fraud, dengan demikian pelaksanaan sharia compliance pada bank syariah mandiri terus harus ditingkatkan.

3. Budi Sukardi (2013) dalam penelitian yang berjudul "Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance) Dan Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia" menyimpulkan bahwa seluruh bank islam wajib memahami seluruh ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sehingga kepatuhan merupakan tanggungjawab dari devisa kepatuhan. Bank syariah harus memegang teguh komitmen mematuhi hukum dan peraturan perundangan agar menghindari sanksi dari pihak regulator yang dapat memancarkan reputasi bank dimata stakeholders. Karena itu bank harus menjaga diri agar terhindar dari segala bentuk sanksi.

4. Budi Sukardi (2012) dalam penelitiannya yang berjudul "Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia" menyimpulkan bahwa keberadaan PBI No. 13/2/PBI/2011 mendorong awareness Bank Syariah dalam mengelola resiko kepatuhan yang dihadapi, sehingga seluruh potensi resiko kepatuhan yang diperkirakan akan terjadi dapat termitigasi dengan baik guna meminimalkan resiko kepatuhan bank. Bank Syariah harus memegang teguh komitmen mematuhi peraturan perundangan serta menghindari sanksi dari pihak regulator yang dapat mencemarkan reputasi bank dimata stakeholders. Oleh karena itu, bank harus menjaga diri agar terhindar dari segala bentuk sanksi.

5. Prihartono (2003) "Kepatuhan Kegiatan Operasional Dan Penyajian Laporan Keuangan Terhadap Prinsip Syariah dan PSAK No.101-106" yaitu studi kasus pada BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, peneliti mempunyai kesimpulan bahwa dalam operasionalnya yaitu dala pembiayaan dana dan penggalanga dana maupun kegiatan operasionalnya meskipun bank perkreditan rakyat tersebut termasuk masih baru tetapi dala pelaksanaan operasionalnya telah sesuai denga prinsip syariah yaitu dengan tidak menjalin kerja sama dengan bank konvensional, tetapi bekerja sama dengan bank-bank syariah sebagaimana tergambar dalam flowcard, yaitu dalam operasionalnya telah benar-benar menjauhi praktek-praktek bunga atau riba. Sedangkan penyajian laporan keuangannya telah memenuhi PSAK No.59 yang ditujukan dengan penempatan dan penghitungan akuntansi dan rekening secara tepat, analisa keptuhan penyajian pelaporan keuangan disajikan hanya terbatas pada laporan neraca dan laporan laba rugi denga menggunakan analisis komperatif laporan keuangan (sebelum di analisis). Dengan laporan keuangan (setelah dianalisis) dan laporan yang dianalisis adalah laporan perbulan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui fenomena ataupun populasi tertentu dari subyek yang berupa : individual, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun sebuah teori yang dapat berfungsi memprediksi dan mengontrol suatu gejala. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang di amati.

Obyek Penelitian

Suharsini Arikunto (2002:15) "Obyek penelitian adalah variabel apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subyek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat". Menunjuk pada definisi tersebut di atas, obyek yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kepatuhan syari'ah pada PT Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang di jalan PB Sudirman No. 1A Lumajang. Alasan yang mendasari pertimbangan di pilihnya obyek ini adalah karena tersedianya data yang ingin di teliti oleh peneliti.

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

a. Internal

Data internal merupakan data dari dalam suatu organisasi yang menggambarkan keadaan organisasi tersebut.

b. Eksternal

Data eksternal merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dapat memberikan data kepada peneliti, misalnya bisa lewat orang lain, dokumen-dokumen, website atau media perantara yang lainnya.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitia internal dengan melakukan wawancara langsung di Bank BNI Syari'ah kantor cabang pembantu mikro Lumajang serta website sebagai pendukungnya.

Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview, observasi. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara mengenai sistem operasional Bank BNI Syari'ah tentang kepatuhan syari'ahnya.

b. Data Sekunder

Sanusi, (2011:104) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen perusahaan berupa laporan keuangan perusahaan, yang meliputi neraca dan laporan laba rugi. Data sekunder adalah data sekunder adalah data yang diperoleh/ dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi dan fungsinya untuk melengkapi data primer.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang di peroleh langsung dari Bank BNI Syari'ah dan data sekunder yang di peroleh melalui berbagai dokumen perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

Studi Pustaka

Data diperoleh dengan cara mempelajari dan mengkaitkan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Langkah ini digunakan sebagai landasan teoritis serta pedoman dalam menganalisa masalah-masalah yang ada atau penelitian.

Studi Lapangan

Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

Survey

Metode ini dilakukan dengan cara mewawancarai langsung oleh pihak yang bersangkutan. Wawancara ini peneliti melakukan di Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang di jalan PB Sudirman No. 1A Lumajang.

Interview

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang diinginkan dengan cara melakukan komunikasi tanya jawab langsung dengan narasumber.

Dokumentasi

Mengumpulkan, mencatat dan mengcopy data yang ada dari lokasi penelitian di Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang yang beralamat di jalan PB Sudirman No. 1A Lumajang.

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian "Analisis Kepatuhan Syari'ah Terhadap Sistem Operasional di Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang" terdapat dua variabel penelitian, yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel independen disebut juga dengan variabel perlakuan, kuasa, risiko, variabel stimulus, antecedent, variabel pengaruh, treatment dan variabel bebas. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (independen) pada penelitian ini meliputi Kepatuhan Syari'ah.

b. Variabel Dependen

Variabel yang di pengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat di pengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, variabel output, konsekuen, variabel tergantung, kriteria, variabel terpengaruh dan variabel efek. Variabel terikat (dependen) pada penelitian ini meliputi sistem operasional di Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang.

Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual mengemukakan definisi dari semua variabel yang terlibat, diantaranya :
Sharia Compliance

Anshori (2001) mengemukakan sharia compliance adalah pemenuhan terhadap nilai-nilai syari'ah di lembaga keuangan syari'ah (dalam hal ini perbankan syari'ah) yang menjadikan fatwa DSN MUI dan peraturan Bank Indonesia sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syari'ah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di bank syari'ah.

Sistem Operasional

Sistem operasional pada bank syari'ah , pemilik dana menanamkan uangnya di bank dan tidak ada motif untuk mendapatkan bunga bank, tapi dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan bagi hasil dari bank.

Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61).

Variabel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah :

Sistem operasional, yaitu yang di lakukan oleh pihak akuntan perusahaan (institusi yang bersangkutan).

Panduan khusus bank syari'ah, merupakan buku pedoman atau alat yang dijadikan sebagai acuan untuk menganalisis data yang akan di audit.

Shariah Compliance (Kepatuhan Syari'ah), yang artinya tunduk dan sesuai dengan ketentuan yang mengatur dan mengikat atau dengan kata lain sejalan dengan peraturan didalamnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.

Teknik Analisis Data

Patton, 1980 (dalam Lexy J. Moleong 2002: 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Hakikat analisis data dapat didefinisikan Bafadal (2003) dalam Prihartono (2003 : 50), sebagai proses penelahan, pengututan dan pengelompokan data menjadi kesimpulan sebagai penemuan

penelitian. Data dalam penelitian kualitatif biasanya lebih berwujud kata, beberapa kata, kalimat, dan beberapa kalimat. Data tersebut di kumpulkan melalui studi dokumentasi. Dalam metode analisis data dilakukan sejak awal dan sepanjang proses penelitian berlangsung, Miles dan Huberman dalam Bafadal (2003:171) dalam Prihartono (2003) ada empat prosedur analisis data yaitu sebagai berikut :

Reduksi Data

Data diperoleh di lokasi penelitian (data langsung) dengan membuat ringkasan tema dan menulis memo.

Penyajian Data

Penyajian data atau "Display Data" dimaksudkan agar memudahkan bagi peneliti untuk membuat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian.

Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan yaitu verifikasi data penelitian kualitatif ini dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak awal memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data-data yang dikumpulkan dan akan berkembang sesuai dengan bertambahnya data melalui proses verifikasi secara terus menerus, maka diperoleh kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya BNI Syari'ah

Bank Negara Indonesia atau biasa di sebut BNI Syari'ah adalah lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa keuangan syariah. Pada Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syari'ah. Prinsip syari'ah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang no.10 tahun 1998, setelah masa krisis moneter berakhir, mulailah perkembangan bank syari'ah dan didirikannya bank-bank syari'ah seperti Bank Negara Indonesia (BNI) Syari'ah. BNI Syari'ah didirikan pada tanggal 29 April 2000 dan didirikan Unit Usaha Syari'ah (UUS) BNI Syari'ah dengan membuka kantor cabang di 5 daerah di Indonesia. Pada awal pembangunan UUS BNI Syari'ah masyarakat mulai memahami arti kehadiran bank syari'ah, dan banyak pula masyarakat yang beralih kepada bank syari'ah karena adanya lembaga keuangan yang diawasi dengan Dewan Pengawas Syari'ah. Selanjutnya setelah berkembang pesatnya BNI Syari'ah bank yang berlandaskan syari'ah, Unit Usaha Syari'ah (UUS) BNI Syari'ah akhirnya terus berkembang membuka 28 kantor cabang di seluruh Indonesia dan 31 kantor cabang pembantu.

Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, nasabah Bank BNI Syari'ah juga bisa menikmati pelayanan yang ditawarkan oleh bank syari'ah di kantor cabang BNI Konvensional dengan lebih kurangnya outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syari'ah telah memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syari'ah. Dibawah naungan Dewan Pengawas Syari'ah (DPS), semua produk BNI Syari'ah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Corporate plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS yang bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syari'ah sebagai Bank Umum Syari'ah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU no. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syari'ah Negara (SBSN) dan UU no.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah. Disamping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syari'ah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syari'ah juga semakin meningkat. Semakin berkembangnya dunia perbankan syari'ah juga mempengaruhi perkembangan BNI Syari'ah dalam melayani jasa-jasa keuangan yang berlandaskan prinsip syari'ah dan pada bulan September 2013 jumlah cabang BNI Syari'ah mencapai 64 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerak, dan 16 payment point.

Visi Dan Misi BNI Syari'ah

Pemahaman dan pengusahaan manajemen atau pengurus terhadap pola syari'ah sangatlah menentukan sejauh mana penerapan prinsip syari'ah yang di terapkan. Penguasaan yang penting adalah terhadap visi, misi dan cara operasionalnya pada syari'ah. Visi dan misi akan menentukan pola syari'ah terhadap sistem dalam cara pikir konvensional dari masyarakat dan para pengusaha.

a. Visi BNI Syariah

Menjadi Bank Syari'ah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi BNI Syariah

Memberikan solusi bagi masyarakat, untuk kebutuhan jasa perbankan syari'ah.

Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.

Menciptakan wahana terbaik, sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan di Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang diketahui sistem operasional terdiri dari Usaha penyaluran dana ke masyarakat dan usaha penghimpunan dana,

Sistem operasional Bank BNI Syariah :

a. Bank adalah lembaga keuangan dari pihak yang surplus dana kepada pihak minus dana. Pihak surplus dana adalah pihak-pihak yang mengamanahkan atau menyimpan uangnya kepada bank. Pihak surplus dana meliputi tiga pihak yaitu: dana pihak pertama, dana pihak kedua dan dana pihak ketiga. Dana pihak pertama adalah dana yang berasal dari pemodal, pemegang saham. Akad perjanjian antara pihak pertama dengan pihak bank adalah akad syariah. Dana pihak kedua adalah dana yang berasal dari pinjaman lembaga keuangan (bank dan bukan bank lain), pinjaman dari Bank Indonesia. Dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari dana simpanan tabungan atau deposito.

b. Setelah dana-dana tersebut dapat dikumpulkan, maka dana tersebut disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit dan pembiayaan. Secara umum pembiayaan yang diberikan atau dikeluarkan oleh bank syari'ah meliputi tiga akad pembiayaan, yaitu : pembiayaan ber-akad ba'i (jual-beli), pembiayaan ber-akad syari'ah (kerja sama/kongsi), dan pembiayaan ber-akad hasan (kebajikan). Pembiayaan ber-akad ijarah (jual-beli) dapat digolongkan sebagai berikut: Al-Ba'i Bitsaman Ajil (jual beli dengan cara angsuran), Al-Murabahah (jual beli dengan cara jatuh tempo), dan ijarah (sewa menyewa). Pembiayaan ber-akad syari'ah (kerja sama/kongsi), digolongkan sebagai pembiayaan yang bersifat modal kerja, jenis produk pembiayaan kategori syariah: pembiayaan Al-Musyarakah (pembiayaan dengan jumlah modal sebagian antara pihak bank dengan pihak peminjam) dan pembiayaan Al-Mudharabah (pembiayaan dengan dana 100% dari pihak bank). Pembiayaan ber-akad Hasan (pembiayaan yang berorientasi kepada kebajikan, yaitu bank akan memberikan pembiayaan kepada pihak-pihak yang tergolong dalam 8 Asnaf.

Kegiatan Operasional PT. Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang:

a. Usaha Penyaluran Dana ke Masyarakat

Dalam usaha penyaluran dana ke masyarakat Bank BNI Syari'ah membagi menjadi dua model pembiayaan, yaitu pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif.

1. Pembiayaan Konsumtif.

Griya IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko ataupun untuk membeli kavling siap bangun (KSB). Griya IB Hasanah di dalam akadnya menggunakan akad jual-beli.

Oto IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang di biayai dengan pembiayaan ini.

Fleksi IB Hasanah

Pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan/lembaga untuk pembelian barang dan penggunaan jasa yang tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah islam.

Multiguna IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa fixed Asset. Ditujukan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan sesuai dengan syariah Islam.

Pembiayaan Emas IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang di angsur secara pokok setiap bulannya melalui akad murabahah (jual-beli).

2. Pembiayaan Produktif (modal kerja dan investasi)

Tunas Usaha IB Hasanah

Merupakan pembiayaan modal kerja atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang feasible namun belum bankable dengan prinsip syariah.

Wirasaha IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Usaha Kecil IB Hasanah

Merupakan pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah. Keunggulan produk pembiayaan ini adalah persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah. Untuk jangka waktu pembiayaan sampai 7 (tujuh) tahun. Plafond pembiayaan sampai dengan Rp.10 (sepuluh) Milyar.

b. Usaha Penghimpunan Dana

Dalam usaha penyaluran dana ke masyarakat Bank BNI Syariah KCP Mikro Lumajang memiliki beberapa produk, diantaranya:

1. Tabungan.

a. Tabungan IB Hasanah

merupakan tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang tersedia dengan berbagai transaksi e-Banking seperti internet banking, sms banking dan lain-lain.

b. Tabungan IB Prima Hasanah

merupakan tabungan bagi nasabah High Networth dengan bagi hasil yang lebih yang lebih kompetitif. Tabungan dengan manfaat lebih berupa fasilitas transaksi e-banking dan fasilitas executive lounge bandara yang telah bekerja sama dengan BNI Syari'ah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah atau simpanan berdasarkan akad wadiah.

c. Tabungan IB Bisnis Hasanah

merupakan tabungan yang informasi transaksi dan mutasi rekening lebih detail, dengan bagi hasil yang kompetitif, yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah dan dilengkapi detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan.

d. Tabungan IB THI Hasanah

merupakan tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah Umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.

e. Tabungan IB Taspen Hasanah

merupakan tabungan berjangka dengan akad mudharabah untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

f. Tabungan IB Tunas Hasanah

merupakan tabungan dengan akad wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

g. TabunganKu IB

merupakan produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

2. Giro IB Hasanah

Merupakan titipan dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

3. Deposito IB Hasanah

merupakan investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dengan menggunakan akad mudharabah.

Hasil Analisis Data

Pedoman dalam kegiatan operasional digunakan untuk menilai kepatuhan syariah. Pedoman yang digunakan untuk mengukur kepatuhan syari'ah Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang dalam mencapai kepatuhan syari'ahnya berpedoman terhadap fatwa DSN MUI tentang perbankan syari'ah. Berikut ini akan dipaparkan fatwa-fatwa DSN MUI tentang perbankan syari'ah dalam sistem operasional perbankan syari'ah serta hasil dari analisis data yang di peroleh peneliti melalui wawancara terhadap narasumber:

FATWA DSN MUI	HASIL WAWANCARA	HASIL ANALISIS
1. Fatwa DSN No: 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro.	Narasumber: CS BNI Syari'ah	

a. Giro berdasarkan prinsip mudharabah dan atau wadi'ah.	Pada BNI Syari'ah Giro menggunakan prinsip wadi'ah	Sesuai
b. Berdasarkan transaksi wadi'ah giro bersifat titipan	Sifat giro pada BNI Syari'ah berupa titipan dana dari pihak ketiga	Sesuai
c. Titipan bisa di ambil kapan saja (on call).	Penarikannya dapat dilakukan setiap saat menggunakan cek, bilyet giro, syarat perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan	Sesuai
d. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali pemberian ('athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.	Bonus yang besarnya tidak di perjanjikan di awal	Sesuai

2. Fatwa DSN No: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a.Tabungan berdasarkan prinsip mudharabah dan atau wadi'ah	Tabungan BNI Syari'ah menggunakan prinsip mudharabah dan wadi'ah	Sesuai
b.Dalam transaksi mudharabah nasabah sebagai shahibul mal (pemilik dana), bank sebagai mudharib (pengelola dana)	Perbankan mengelola dana dari nasabah	Sesuai
c. Sebagai mudharib, bank dapat melakukan usaha atau pengembangan sesuai prinsip syari'ah.	BNI Syari'ah mengelola dana dari nasabah melalui pembiayaan yang sesuai prinsip syari'ah	Sesuai
d. Modal dinyatakan dengan jumlah, dalam bentuk tunai bukan piutang	Tabungan dalam bentuk uang tunai	Sesuai
e.Pembagian keuntungan harus dalam bentuk nisbah yang di jelaskan dalam akad pembukaan rekening.	Insentif diberikan khusus untuk akad mudharabah mutlaqah, bagi hasil dengan nisbah 25% (nasabah), 75% (bank)	Sesuai
f.Bank menutup biaya operasional tabungan dengan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.	Bebas biaya operasional	Sesuai
g. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah.	Nisbah sesuai dengan perjanjian awal tidak ada pengurangan	Sesuai
h. Dalam transaksi wadi'ah bersifat simpanan	Tabungan dengan prinsip wadi'ah sifatnya simpanan	Sesuai
i. Simpanan bisa di ambil kapan saja berdasarkan kesepakatan	Tabungan dapat di ambil sewaktu-waktu sesuai kesepakatan di awal	Sesuai
j. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('athaya) yang sifatnya sukarela dari pihak bank	Pada produk tabungan yang berprinsip wadi'ah tidak menggunakan bagi hasil tapi dengan sistem bonus sukarela dari pihak bank	Sesuai

3. Fatwa DSN No: 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito.	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a.Deposito berdasarkan	Investasi berjangka yang	Sesuai

prinsip mudharabah	menggunakan prinsip mudharabah dengan akad mudharabah muthalaqah	
b. Dalam transaksi ini nasabah sebagai shahibul mal (pemilik dana) bank sebagai mudharib (pengelola dana)	Pihak bank mengelola dana dari pihak ke tiga (nasabah)	Sesuai
c. Sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang sesuai syari'ah islam dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.	Pihak bank mengelola dana DPK dengan cara menyalurkan melalui pembiayaan yang berdasarkan prinsip syari'ah	Sesuai
d. Modal harus di nyatakan dengan jumlah, tunai dan bukan piutang.	Dalam investasi di BNI Syari'ah harus tunai bukan piutang	Sesuai
e. Pembagian keuntungan harus dalam bentuk nisbah dan di jelaskan dalam akad pembukaan rekening	Pembagian keuntungan dalam bentuk nisbah bagi hasil Untuk deposito 1 bulan nisbah 49% (nasabah) 51% (bank) Untuk deposito 3 bulan nisbah 51% (nasabah) 49% (bank) Untuk deposito 6 bulan nisbah 53% (nasabah) 47% (bank) Untuk deposito 12 bulan nisbah 55% (nasabah) 45% (bank)	Sesuai
f. Bank menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah yang menjadi haknya	Bebas biaya operasional	Sesuai
g. Bank tidak di perkenankan mengurangi nisbah tanpa persetujuan yang bersangkutan	Tidak ada pengurangan dalam nisbah sesuai dengan kesepakatan awal	Sesuai

4. Fatwa DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a. Bank dan nasabah melakukan akad bebas riba	Dalam pembiayaan di BNI Syari'ah dengan prinsip murabahah dengan melakukan jual beli barang bebas riba	Sesuai
b. Barang yang di perjualbelikan tidak haram	Barang yang diperjual belikan harus sesuai syari'ah bukan barang haram	Sesuai
c. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang sesuai kesepakatan	Fasilitas pembiayaan barang sesuai kesepakatan	Sesuai
d. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian harus sah serta bebas riba	Pembelian barang melalui nasabah	Tidak sesuai
e. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian	Pada pertama pembiayaan di sebutkan beberapa biaya-biaya pembelian	Sesuai
f. Bank menjual barang	Pihak bank menilai harga beli	Sesuai

tersebut kepada nasabah dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya.	di tambah keuntungan untuk pembiayaan	
g. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank	Pembiayaan barang di wakikan kepada nasabah dan ada bukti pembelian	Tidak sesuai
h. Jika nasabah telah dinyatakan pailit, bank harus menunda tagihan utang sampai ia sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan	Untuk nasabah yang sudah tidak bisa membayar angsuran di lakukan perpanjangan dan perubahan angsuran serta jangka waktu sesuai kemampuan nasabah	Sesuai
5. Fatwa DSN No: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah (Qiradh).	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a. Pembiayaan disalurkan oleh LKS kepada pihak lain untuk suatu usaha produktif	Pembiayaan produktif yang diberikan BNI Syari'ah untuk nasabah dengan usaha produktif	Sesuai
b. Dalam pembiayaan ini LKS sebagai shahibul maal (pemilik dana) membiayai 100% kebutuhan suatu proyek (usaha)	BNI Syari'ah mendanai nasabah yang mempunyai usaha	Sesuai
c. Jangka waktu, tata cara pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak	Dalam pembiayaan dengan prinsip mudharabah pihak bank dan nasabah melakukan kesepakatan tentang jangka waktu, pengembalian dana dan keuntungan bersama	Sesuai
d. Mudharib boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah di sepakati sesuai syari'ah, LKS tidak ikut serta dalam manajemen perusahaan namun mempunyai hak melakukan pembinaan dan pengawasan.	BNI Syari'ah menjadwalkan monitoring usaha setiap bulannya untuk melakukan review serta meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan	Sesuai
e. Jumlah dana harus dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tunai bukan piutang	Pihak Bank menjelaskan dana yang di berikan kepada nasabah secara jelas dalam akad kesepakatan awal	Sesuai
f. LKS sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah kecuali mudharib melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian	Kerugian nasabah pengelola dana yang dapat di tanggung oleh Bank selaku pemilik dana adalah maksimal sebesar jumlah pembiayaan yang di berikan (Ra'sul Mal)	Sesuai
g. Bagian keuntungan harus dalam bentuk prosentase nisbah	Nisbah bagi hasil ke LKS mengacu pada tariff pembiayaan yang berlaku di BNI Syari'ah, sedangkan tarif ke end user di tentukan oleh	Sesuai

	LKS namun setinggi-tingginya tidak melebihi 30% p.a.	
h. Pada dasarnya dalam mudharabah tidak ada ganti rugi karena sifatnya amanah, kecuali akibat dari kesalahan disengaja, kelalaian atau pelanggaran kesepakatan.	Tidak ada ganti rugi karena pada dasarnya dalam pembiayaan mudharabah tidak ada ganti rugi kecuali kesalahan akibat dari disengaja, lalai, atau pelanggaran kesepakatan awal	Sesuai

6. Fatwa DSN No: 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a. Kerjasama antara dua belah pihak atau lebih sesuai dengan kesepakatan	Kerjasama atau kontrak dua orang atau lebih yang telah sepakat	Sesuai
b. Modal yang di berikan harus uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama seperti contoh aset perdagangan, properti dan sebagainya	Dalam pembiayaan proyek nasabah dan pihak bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut. Pada bank-bank yang di bolehkan investasi dalam kepemilikan perusahaan, musyarakah diterapkan dalam skema modal ventura	Sesuai
c. Pada prinsipnya dalam pembiayaan musyarakah tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan LKS dapat meminta jaminan	Tidak ada jaminan pada pembiayaan musyarakah, tetapi untuk menghindari penyimpangan biasanya LKS meminta jaminan	Sesuai
7. Fatwa DSN No: 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.	Narasumber: CS BNI Syari'ah	
a. LKS menyediakan barang yang disewakan atau jasa yang di berikan	Barang di sediakan oleh LKS untuk disewakan kepada pihak bank.	Sesuai
b. Terdapat pembayaran sewa atau upah (ujroh/fee) yang di terima pihak bank atas sewa yang di berikan	Nasabah membayar sewa (ujroh) kepada pihak Bank	Sesuai

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang, menurut Customer Service (CS) :

1. Giro.

Pada Giro BNI Syari'ah menggunakan prinsip wadi'ah yang bersifat titipan dana dari pihak ketiga dengan bonus yang besarnya tidak diperjanjikan di awal dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, syarat perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

2. Tabungan.

Tabungan BNI Syari'ah menggunakan prinsip mudharabah dan wadi'ah yang dimana pihak perbankan mengelola dana dari nasabah melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Tabungan harus dalam bentuk uang tunai. Bebas biaya operasional dan nisbah sesuai dengan perjanjian awal tidak ada pengurangan. Khusus untuk akad mudharabah mutlaqah insentif bagi hasil nisbah 25% (nasabah), 75 % (bank). Tabungan dengan prinsip wadi'ah sifatnya simpanan dan tidak menggunakan bagi hasil namun dengan sistem bonus sukarela dari pihak bank. Tabungan bisa di ambil sewaktu-waktu sesuai dengan kesepakatan di awal.

3. Deposito.

Deposito pada BNI Syari'ah merupakan investasi berjangka yang menggunakan prinsip mudharabah dengan akad mudharabah muthalaqah dimana pihak bank mengelola dana dari pihak ketiga (nasabah). Pihak bank mengelola dana DPK dengan cara menyalurkan melalui pembiayaan yang berdasarkan prinsip syari'ah. Dalam investasi di BNI Syari'ah harus secara tunai bukan piutang. Bebas biaya operasional dan tidak ada pengurangan dalam nisbah sesuai dengan kesepakatan di awal. Pembagian keuntungan dalam bentuk nisbah bagi hasil untuk deposito 1 bulan nisbah 49% (nasabah) 51 % (bank), deposito 6 bulan nisbah 53% (nasabah) 47% (bank), dan deposito 12 bulan nisbah 55% (nasabah) 45% (bank).

4. Pembiayaan Murabahah.

Pembiayaan di BNI Syari'ah dengan prinsip murabahah yaitu dengan melakukan jual beli barang bebas riba harus sesuai syari'ah bukan barang haram. Fasilitas pembiayaan barang sesuai kesepakatan yang dimana pembeli barang melalui nasabah. Pada pertama pembiayaan disebutkan beberapa biaya-biaya pembelian. Pada proses pembiayaan barang di wakikan kepada nasabah dan ada bukti pembelian asli. Dalam pembayaran angsuran untuk nasabah yang sudah tidak bisa membayar angsuran akan di lakukan perpanjangan dan perubahan angsuran serta jangka waktu yang di sesuaikan dengan kemampuan nasabah.

5. Pembiayaan Mudharabah.

Pembiayaan dengan prinsip mudharabah BNI merupakan pembiayaan produktif yang diberikan BNI Syari'ah untuk nasabah dengan usaha produktif dimana BNI Syari'ah yang mendanai nasabah pemilik usaha. Pihak bank dan nasabah melakukan kesepakatan tentang jangka waktu, pengembalian dana dan keuntungan bersama. Pada pembiayaan BNI Syari'ah menjadwalkan Monitoring usaha setiap bulannya untuk melakukan review serta meminta bukti dari laporan hasil usaha nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam akadnya di awal pihak bank menjelaskan dana yang diberikan kepada nasabah secara jelas. Nisbah bagi hasil mengacu pada tarif pembiayaan yang berlaku di BNI Syari'ah, sedangkan tarif ke end user ditentukan oleh LKS namun setinggi-tingginya tidak melebihi 30% p.a. Apabila terjadi kerugian pada nasabah pengelola dana, yang dapat di tanggung oleh Bank selaku pemilik dana adalah maksimal sebesar jumlah pembiayaan yang diberikan dan tidak ada ganti rugi karena pada dasarnya dalam pembiayaan mudharabah tidak ada ganti rugi kecuali kesalahan akibat dari disengaja, lalai atau pelanggaran kesepakatan awal.

6. Pembiayaan Musyarakah.

Pembiayaan musyarakat di BNI Syari'ah yaitu dengan kerja sama atau kontrak dua orang atau lebih yang telah sama-sama sepakat. Dalam pembiayaan proyek nasabah dan pihak bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut. Pada bank-bank yang dibolehka investasi dalam kepemilikan perusahaan, musyarakat diterapkan dalam skema modal ventura. Pada pembiayaan ini tidak ada jaminan, tetapi untuk menghindari penyimpangan biasanya LKS meminta jaminan.

7. Pembiayaan Ijarah.

Pembiayaan ijarah di Bank BNI Syari'ah dengan sistem LKS menyediakan barang untuk disewakan kepada pihak bank dan nasabah membayar sewa (ujroh) kepada pihak bank.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti tentang kepatuhan syari'ah terhadap sistem operasional pada Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang yang berpedoman pada Fatwa DSN MUI, sebagai berikut :

1. Giro

Giro pada Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro dimana secara prinsip mudharabah atau wadi'ah, transaksi dan bonus semua telah dijalankan tanpa ada perbedaan dengan pedomannya.

2. Tabungan.

Tabungan pada Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan dimana prinsipnya mudharabah dan wadi'ah, transaksi pengelolaan dana dari nasabah, modal dalam bentuk tunai, pembagian keuntungan, serta operasionalnya telah dijalankan sesuai dengan pedoman pada fatwanya.

3. Deposito.

Deposito pada Bank BNI Syari'ah dimana prinsipnya menggunakan mudharabah, transaksi pengelolaan dana pihak ketiga (nasabah), penyaluran DPK melalui pembiayaan, pembagian keuntungan dalam bentuk nisbah, penutupan biaya operasional dengan nisbah, dan tidak ada pengurangan nisbah sesuai kesepakatan awal telah dijalankan sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito.

4. Pembiayaan Murabahah.

Pembiayaan murabahah pada Bank BNI Syari'ah dilakukan dengan akad jual beli barang bebas riba dan bukan barang haram, fasilitas pembiayaan sesuai kesepakatan, dan apabila nasabah tidak bisa membayar angsuran dilakukan reschedule sesuai kemampuan nasabah. Murabahah pada Bank BNI Syari'ah telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah, namun ada yang tidak sesuai pada alur pembelian barang yang dimana pada Bank BNI Syari'ah pembelian barang diwakilkan melalui nasabah sedangkan pada fatwanya pembelian barang tidak boleh di wakilkan oleh nasabah sendiri.

5. Pembiayaan Mudharabah.

Pembiayaan mudharabah pada Bank BNI Syari'ah diberikan untuk nasabah dengan usaha produktif, pihak bank dan nasabah melakukan kesepakatan tentang jangka waktu, pengembalian dana dan keuntungan bersama, setiap bulannya diadakan pengawasan, pihak bank menanggung semua kerugian kecuali kesalahan akibat disengaja, lalai atau pelanggaran kesepakatan telah dijalankan sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah.

6. Pembiayaan Musyarakah.

Pembiayaan musyarakat pada Bank BNI Syari'ah dilakukan dengan kerja sama antara dua belah pihak atau lebih sesuai kesepakatan, modal yang diberikan berupa uang untuk membiayai proyek, dan tidak ada jaminan telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah.

7. Pembiayaan Ijarah.

Pembiayaan ijarah pada Bank BNI Syari'ah dilakukan dengan penyediaan barang yang disewakan kepada nasabah dan nasabah membayar sewa (ujroh) kepada pihak bank telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No: 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.

Pembahasan Hasil Penelitian.

Kepatuhan Kegiatan Operasional Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang.

a. Usaha Penyaluran Dana ke Masyarakat

Kepatuhan terhadap DSN MUI

Berdasarkan prinsip syari'ah yang berpedoman pada fatwa DSN MUI tentang perbankan syari'ah di Indonesia, yaitu :

a. Melakukan penyaluran dana menggunakan:

Prinsip jual-beli berdasarkan akad:

- a. Murabahah,
- b. Salam,
- c. Istishna'.

Prinsip bagi hasil berdasarkan akad diantaranya:

- a. Mudharabah,
- b. Musyarakah.

Prinsip sewa menyewa berdasarkan akad antara lain:

- a. Ijarah,
- b. Ijarah muntahiya bittamlik.

Fatwa-fatwa DSN MUI di atas merupakan pedoman yang harus dipatuhi oleh setiap bank syari'ah dalam menjalankan kegiatan usahanya dalam bentuk penyaluran dana dan penghimpunan dana dari masyarakat ke masyarakat. Dalam penyaluran dana ke masyarakat PT Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang untuk sistem operasionalnya secara teori telah memenuhi kepatuhan syari'ah terhadap fatwa DSN MUI yang berlaku dengan mengklasifikasikan pembiayaan dalam bentuk Al-Ba'i (jual-beli), Al-Mudharabah (pembiayaan bagi hasil) dan Al-Musyarakah (pembiayaan sewa menyewa).

Dalam praktiknya, terdapat beberapa penyimpangan yang tidak sesuai dengan fatwa-fatwa DSN yang berlaku seperti contoh:

Pada akad murabahah pihak bank kurang benar-benar menerapkan ketentuan sesuai fatwa DSN MUI yang berlaku. Pada praktiknya, perbankan syari'ah hanya melakukan akad murabahah bila nasabah telah terlebih dahulu melakukan pembelian dan pembayaran sebagian dari nilai barang (uang muka) serta pada perbankan tidak ada bukti transaksi pembelian yang sah atas barang yang di butuhkan nasabah dan bukti penjualan barang tersebut dari perbankan ke nasabah. Sedangkan dilihat dari fatwa DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah: "Murabahah adalah transaksi jual beli dimana bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli." di situ sudah dijelaskan bagaimana praktik murabahah yang seharusnya.

b. Usaha Penghimpunan Dana ke Masyarakat

Kepatuhan terhadap DSN MUI

Berdasarkan prinsip syari'ah yang berpedoman pada fatwa DSN MUI tentang perbankan syari'ah di Indonesia, yaitu :

- a. Melakukan penghimpunan dana menggunakan:
Akad Mudharabah,
Akad Wadi'ah.

Dalam penghimpunan dana dari masyarakat PT Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang pada sistem operasionalnya secara teori dan praktiknya sudah memenuhi ketentuan kepatuhan syari'ah terhadap DSN MUI yang berlaku di Indonesia dengan diklasifikasikan tabungan, giro, dan deposito dalam bentuk akad mudharabah dan wadi'ah yang selama ini sudah menjadi pedoman yang di tetapkan oleh DSN MUI terhadap perbankan syari'ah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan bahwa PT Bank BNI Syari'ah KCP Mikro Lumajang dalam menjalankan kegiatan operasional secara teori yang terdapat pada produk-produknya sudah memenuhi prinsip syari'ah, namun pada praktiknya masih terdapat kegiatan operasional yang tidak sesuai dengan fatwa DSN MUI yang berlaku di Indonesia dengan argumentasi sebagai berikut:

1. Secara teori kegiatan operasional BNI Syari'ah sudah ada usaha menghindari riba baik dalam usaha penghimpunan dana ataupun penyaluran dananya dan sudah ada usaha untuk memenuhi kegiatan usahanya sesuai dengan fatwa DSN MUI yang berlaku. Hal itu dapat di buktikan dengan adanya produk-produk penghimpunan dan penyaluran dana yang sistematisnya sudah sesuai dengan fatwa-fatwa DSN MUI dan menggunakan sistem bagi hasil dengan prinsip keadilan yang sesuai proporsi dan modal kerja serta adanya kesepakatan antara pihak bank dan pihak nasabah.

2. Secara praktiknya kegiatan operasional BNI Syari'ah masih ada yang tidak sesuai dengan fatwa DSN MUI yang berlaku. Hal itu dapat dibuktikan dengan pembiayaan yang berprinsip jual-beli dengan akad murabahah yang seharusnya pihak perbankan sebagai penjual barang yang sah kepada nasabah yang berperan sebagai pembelinya. Namun pada praktiknya pihak perbankan hanya berperan sebagai badan intermediasi jadi perbankan hanya berperan dalam pembiayaan, bukan membeli barang untuk kemudian di jual kembali kepada pembeli (nasabah).

Saran-saran

Kepatuhan perbankan syari'ah harus lebih di terapkan dan diperhatikan betul-betul karena sudah ada pedoman-pedoman yang mengatur seperti halnya pada fatwa-fatwa DSN MUI yang berlaku agar perbankan syari'ah dapat dikatakan layak secara syari'ah. Apalagi pada saat ini perbankan syari'ah sudah sangat banyak dikenal oleh masyarakat sebagai perbankan yang berprinsip pada ekonomi Islam dan menjadi banyak pilihan masyarakat Islam di Indonesia. Maka dari itu pihak perbankan harus lebih bisa menjaga nama baiknya didepan khalayak umum dengan cara patuh terhadap aturan-aturan Islam yang berlaku di Indonesia baik secara teori maupun praktiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lisa, Oyong. 2017. Produk Dan Transaksi Akuntansi Bank Syariah (Cetakan ke-1). CV Budi Utama: Yogyakarta.
- Nainggolan, Basaria. 2016. Perbankan Syariah Di Indonesia (Edisi ke-1, cetakan ke-1). Rajawali Pers: Jakarta.
- Triuwono, Iwan. 2015. Akuntansi Syariah : Perspektif, Metodologi, dan Teori (Edisi ke-2, cetakan ke-4). Rajawali Pers: Jakarta.
- Usman, Rahmadi. 2014. Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia (Edisi ke-1, cetakan ke-2). Sinar Grafika: Malang.
- Muthafer, Osmad. 2012. Akuntansi Perbankan Syariah (Edisi ke-1, cetakan ke-1). Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Solihin, Ahmad Ifham. 2010. Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Istiani, Sri. 2007. Audit internal pada bisnis keuangan yang berbasis syariah dalam pencapaian Syariah compliance. Majalah ekonomi. Hal 102.
- Prihartono, moh.Faizal. 2003. Kepatuhan kegiatan operasional dan penyajian laporan keuangan terhadap prinsip-prinsip syariah dan PSAK No.59. unisma. Malang
- Hidayat, Nur. 2002. Urgensi laporan keuangan (Akuntansi Syariah) dalam praktek. Ekonomi Islam. SIMPONAS 1 sistem Ekonomi Islam. Yogyakarta. UH Pers
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2002. PSAK No.59 : Akuntansi Perbankan Syariah. Salemba empat. Jakarta
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. Bank syariah dari teori ke praktek. Gema Insani Pers Jakarta :

Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik. Gema Insani Press: Jakarta.

Jusup, Haryono. 2001. Auditing (pengauditan). STIE YKPN. Yogyakarta.

Ahmad, mustaq. 2000. Etika bisnis dalam Islam. Pustaka Al-kautsar. Jakarta

Arifin, Zainul. 2000. Konversi dari Bank Berbasis Bunga Menjadi Bank Islam. Takzia Institute.

Jakarta

Suharto. 2000. November-desember. Hadirnya bank syariah di Indonesia. Media akuntansi.

Hal 7

Triyuwono, iwan. 2000. Organisasi dan akuntansi syariah. Yogyakarta. LKS

Yanto. 2000. November-desember. Bank syariah dan kemurniannya. Media akuntansi. Hal 4

Sumitro, warkum. 1996. Asas-asas perbankan islam dan lembaga-lembaga terkait. Raja

GGrafindo Persada. Jakarta

Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang Tahun 2015-2017

Nelsalonica Tria Pavecta¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : nelsa.lonica31@gmail.com

Noviansyah Rizal²
STIE Widya Gama Lumajang
email: noviansyah.rizal@gmail.com

Ec. Subani³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang tahun anggaran 2015-2017. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk tingkat efektivitas selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 secara keseluruhan rata-rata pada kriteria yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat sudah cukup baik. Sedangkan, untuk tingkat efisiensi pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 secara keseluruhan rata-rata berada pada kriteria yang kurang efisien. Hal tersebut dikarenakan Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat merupakan organisasi non-penghasil, itu artinya organisasi tersebut hanya melakukan transaksi pengeluaran saja.

Kata kunci: Efektivitas, Efisiensi, Pengelolaan Keuangan Daerah

Abstract

The purpose of this study is to determine the level of effectiveness and efficiency of local financial management at Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang for the fiscal year 2015-2017. The method of analysis used in this research is descriptive analysis with quantitative approach. This study uses data collection techniques that is by documentation. The results show that for the effectiveness level during 2015 to 2017 the overall average on effective criteria. This indicates that the management of local finance in the Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat is good enough. Meanwhile, for the efficiency level in 2015 until the year 2017 overall the average is in the criteria less efficient. That is because the Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat is a non-producer organization, that means the organization is only doing expense transactions only.

Keyword : Effectiveness, Efficiency, Regional Financial Management

PENDAHULUAN

Untuk mewujudkan *good governance* dalam pelaksanaan negara, untuk itu perlu dilakukan pengelolaan keuangan negara dan keuangan daerah yang sesuai dengan asas-asas umum pengelolaan keuangan negara dan keuangan daerah. Asas-asas tersebut meliputi asas spesialisitas, asas universalitas, asas tahunan, asas kesatuan, keterbukaan dalam pengelolaan keuangan negara dan keuangan daerah, pemeriksaan keuangan oleh badan pemeriksa yang bebas dan mandiri, profesionalitas, proporsionalitas, akuntabilitas berorientasi pada hasil.

Pengelolaan keuangan daerah harus dilakukan secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, efisien, efektif, transparan, dan bertanggung jawab. Pernyataan tersebut

terdapat di dalam Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah. Pengelolaan keuangan daerah yang efektif dan efisien harus dilakukan secara optimal, karena sering terjadi realisasi anggaran tidak sesuai dengan target.

Konsep efektivitas dan efisiensi pada umumnya digunakan oleh organisasi penghasil yaitu dengan menggunakan perbandingan Pendapatan Asli Daerah dan pengeluaran daerah. Sedangkan, organisasi dalam penelitian ini yaitu organisasi non-penghasil, konsep efektivitas dan efisiensi yang digunakan berbeda dengan konsep pada organisasi penghasil. Konsep efektivitas dan efisiensi dalam penelitian ini menggunakan anggaran belanja daerah. Konsep efektivitas menggunakan perbandingan antara realisasi anggaran belanja (*outcome*) dengan target anggaran belanja (*output*) dikalikan seratus dalam bentuk prosentase. Sedangkan konsep efisiensi menggunakan perbandingan antara realisasi anggaran belanja langsung (*output*) dengan realisasi anggaran belanja (*input*) dikalikan seratus dalam bentuk prosentase.

Penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan untuk penelitian tentang efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah, antara lain dilakukan oleh : (Rondonuwu, Ritno H. dkk, 2015), penelitian tersebut menggunakan konsep efisiensi yaitu dengan membandingkan antara realisasi pengeluaran anggaran rutin dengan pendapatan/penerimaan daerah, sedangkan konsep efektivitas yang digunakan yaitu membandingkan antara realisasi PAD dengan target yang ditetapkan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Manopo, Novlie. dkk, 2014) penelitian tersebut menggunakan konsep efisiensi yakni membandingkan antara target PAD dengan realisasi penerimaan PAD. Sedangkan konsep efektivitas yang digunakan yakni membandingkan antara realisasi penerimaan PAD dengan target penerimaan PAD. Penelitian tersebut dilakukan karena perkembangan pertumbuhan penerimaan dan pengeluaran berfluktuasi dari tahun ke tahun.

Pangkey, Imanuel; Pinatik (2015) menggunakan konsep efektivitas perbandingan antara realisasi anggaran belanja langsung dengan target anggaran belanja langsung, sedangkan konsep efisiensi membandingkan antara target anggaran belanja tidak langsung dengan realisasi anggaran belanja tidak langsung. Penelitian dilakukan karena perkembangan pertumbuhan anggaran belanja terus berfluktuasi dari tahun ketahun, adakalanya mengalami peningkatan adakalanya pula mengalami penurunan.

Fahlevi, Heru; Ananta (2015) menggunakan Konsep efisiensi yang membandingkan antara realisasi anggaran belanja langsung dengan realisasi anggaran belanja, sedangkan konsep efektivitas membandingkan antara realisasi anggaran belanja langsung dengan target anggaran belanja langsung. Penelitian dilakukan karena Pemerintah Kota Banda Aceh mengalami permasalahan adanya alokasi anggaran belanja tidak langsung lebih besar hingga di atas 60%.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan peneliti sebelumnya adalah konsep efektivitas dan efisiensi, tempat penelitian, dan periode penelitian. Konsep efektivitas dan efisiensi dalam penelitian ini berdasar pada organisasi non-penghasil, yaitu menggunakan anggaran belanja daerah. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang. Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat merupakan unit kerja dalam lingkungan Sekretariat Daerah.

Pemilihan Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat sebagai objek penelitian didasarkan pada segi pengelolaan keuangan daerah. Alasan peneliti tertarik di bidang pengelolaan keuangan, khususnya tentang efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah, karena pada unit kerja tersebut memiliki perkembangan pertumbuhan penerimaan APBD dan pengeluaran daerah yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini hanya dibatasi pada pengukuran tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah dalam kurun waktu 2015-2017. Masalah yang dapat diidentifikasi adalah "Bagaimana tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang tahun 2015-2017?"

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang tahun 2015-2017.

KAJIAN PUSTAKA

Akuntansi Sektor Publik

Lembaga Sektor Publik adalah suatu organisasi yang bertujuan non-profit motif. Akuntansi sektor publik ialah suatu proses mengidentifikasi, mengukur, mencatat, dan melaporkan transaksi ekonomi (keuangan) dari suatu organisasi atau entitas publik seperti pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan lain-lain yang dijadikan sebagai informasi dalam rangka mengambil keputusan ekonomi oleh pihak-pihak yang memerlukan. Definisi tersebut dikemukakan oleh (Halim, Abdul;

Kusufi, 2014:3). Sedangkan (Siregar, 2015:3) berpendapat bahwa akuntansi sektor publik merupakan aktivitas akuntansi yang dilakukan terhadap kejadian dan transaksi keuangan organisasi sektor publik. Karena organisasi sektor publik yang paling utama adalah pemerintahan, maka akuntansi sektor publik juga bisa dinyatakan sebagai aktivitas akuntansi yang diterapkan pada pemerintahan, baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah.

Tujuan Akuntansi Sektor Publik

Menurut (Mardiasmo, 2009:14) menyatakan bahwa akuntansi sektor publik bertujuan untuk:

- a. Memberikan informasi yang dibutuhkan guna mengelola secara tepat, efisien, dan ekonomis atas suatu operasi dan alokasi sumber daya yang dipercayakan kepada organisasi.
- b. Memberikan informasi yang memungkinkan bagi manajer guna melaporkan pelaksanaan tanggung jawab mengelola secara tepat dan efektif program dan penggunaan sumber daya yang menjadi wewenangnya; dan memungkinkan bagi pegawai pemerintah untuk melaporkan kepada publik atas hasil operasi pemerintah dan penggunaan dana publik.

Akuntabilitas Publik

Akuntabilitas publik adalah suatu pertanggungjawaban atas seluruh aktivitas dan kegiatan dalam organisasi dari pihak pemegang amanah kepada pihak pemberi amanah.

Akuntabilitas publik merupakan kewajiban pihak pemegang amanah (agent) guna untuk memberikan pertanggungjawaban, penyajian, pelaporan, dan pengungkapan seluruh aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah (principal) yang mempunyai hak dan wewenang untuk meminta pertanggungjawaban tersebut, (Mardiasmo, 2009:20).

Akuntabilitas publik memiliki beberapa jenis akuntabilitas, diantaranya yakni: (1) akuntabilitas vertikal (*vertical accountability*), dan (2) akuntabilitas horisontal (*horizontal accountability*). Akuntabilitas vertikal (*vertical accountability*) yaitu pertanggungjawaban atas pengelolaan dana kepada yuridiksi yang lebih tinggi. Sedangkan akuntabilitas horisontal (*horizontal accountability*) merupakan pertanggungjawaban kepada masyarakat luas, (Mardiasmo, 2009:21).

Manajemen Keuangan Daerah dan Akuntansi Keuangan Daerah

Ruang lingkup yang dimiliki keuangan daerah terdiri atas keuangan daerah yang dikelola langsung dan keuangan daerah yang dipisahkan. Misal APBD dan barang/kekayaan milik daerah merupakan keuangan daerah yang dikelola langsung, sedangkan BUMD merupakan salah satu contoh keuangan daerah yang dipisahkan.

Berdasarkan pendapat (Hariadi, 2010:4) menyatakan bahwa keuangan daerah dikelola menggunakan manajemen keuangan daerah dengan suatu alat untuk melaksanakannya yang disebut tata usaha daerah. Tata usaha daerah dibagi menjadi dua jenis, yaitu tata usaha umum dan tata usaha keuangan. Tata usaha umum terkait dengan urusan surat menyurat dan administrasi lainnya, sedangkan tata usaha keuangan daerah terkait dengan tata buku yang merupakan serangkaian kegiatan sistematis di bidang keuangan berdasarkan prinsip, standar, dan prosedur tertentu sehingga memperoleh informasi aktual di bidang keuangan.

Keuangan Daerah

Keuangan daerah merupakan segala hak dan kewajiban daerah yang bisa dinilai dengan uang dan termasuk segala bentuk kekayaan lain daerah. Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 13 Tahun 2006 dinyatakan bahwa keuangan daerah merupakan segala hak dan kewajiban daerah dalam rangka pelaksanaan pemerintahan daerah yang bisa dinilai dengan uang termasuk di dalamnya segala bentuk kekayaan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut. Siregar (2015:12) menyatakan bahwa hak merupakan hak daerah untuk mencari sumber pendapatan daerah berupa pungutan pajak daerah, retribusi atau sumber penerimaan lain yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan kewajiban merupakan kewajiban daerah untuk mengeluarkan uang dalam rangka melaksanakan semua urusan pemerintah di daerah.

Pengelolaan Keuangan Daerah

Pengelolaan keuangan daerah ialah seluruh kegiatan yang mencakup atas perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pengawasan, dan pertanggungjawaban keuangan daerah. Salah seorang penulis yaitu (Siregar, 2015:11) berpendapat bahwa pengelolaan keuangan daerah ialah seluruh aktivitas atau kegiatan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban, dan pengawasan keuangan daerah. Objek pengelolaan daerah adalah keuangan daerah.

Keuangan Negara diatur dalam Undang-Undang No. 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara. Sedangkan, untuk keuangan daerah diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) No. 13 tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.

Konsep Efektivitas

Efektivitas merupakan tolok ukur berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya, (Halim, Abdul; Kusufi, 2014:130). Jika suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut telah bekerja dengan efektif. Perhitungan efektivitas menghitung hasil akhir (*outcome*) suatu pelayanan dihubungkan dengan outputnya (*cost of outcome*). Dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan perbandingan antara outcome dengan output.

Efektivitas pengelolaan keuangan daerah dapat dihitung dengan menggunakan rasio perbandingan antara realisasi anggaran belanja dengan target anggaran belanja. Rumusan rasio efektivitas pengelolaan keuangan daerah adalah sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja}}{\text{Target Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Sumber: Mahmudi, 2015

Rasio efektivitas menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan anggaran belanja yang direncanakan daripada target yang ditetapkan.

Kriteria rasio efektivitas pengelolaan keuangan daerah diambil dari kriteria penilaian yang ditentukan oleh Departemen Dalam Negeri melalui Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Kinerja Efektivitas Keuangan

Di atas 100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak efektif

Sumber : Kepmendagri No. 690.900-327 Tahun 1996

Konsep Efisiensi

Berdasarkan pendapat dari (Halim, Abdul; Kusufi, 2014:129) efisiensi merupakan rasio yang menunjukkan besar kecilnya efisiensi dari suatu penyelenggaraan kegiatan dengan membandingkan antara output dan input. Lebih besar output daripada input, maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi suatu organisasi. Ukuran efisiensi mengukur biaya atas output (*cost of output*).

Halim, Abdul; Kusufi (2014:129) juga menyatakan bahwa efisiensi terbagi menjadi dua, yaitu:

- Efisiensi alokasi: berhubungan dengan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya input pada tingkat kapasitas maksimal.
- Efisiensi teknis atau manajerial: berhubungan dengan kemampuan memanfaatkan sumber daya input pada tingkat output tertentu.

Rasio efisiensi yaitu perbandingan antara realisasi anggaran belanja langsung dengan realisasi anggaran belanja:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja Langsung}}{\text{Realisasi Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Sumber: Mahmudi, 2015

Kriteria rasio efektivitas pengelolaan keuangan daerah juga diambil dari kriteria penilaian yang ditentukan oleh Departemen Dalam Negeri melalui Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Kinerja Efisiensi Keuangan

Di atas 100%	Tidak Efisien
90% - 100%	Kurang Efisien
80% - 90%	Cukup Efisien
60% - 80%	Efisien
Kurang dari 60%	Sangat Efisien

Sumber : Kepmendagri No. 690.900-327 Tahun 1996

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif merupakan penelitian terhadap persoalan-persoalan dalam bentuk kenyataan-kenyataan masa sekarang dari suatu populasi. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang dapat menggambarkan secara terperinci analisisnya setelah meneliti keadaan di lapangan. Penelitian ini akan dilakukan di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang.

Obyek penelitian

Obyek penelitian Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang Tahun 2015-2017 adalah efektivitas dan efisiensi.

Variabel Penelitian

Rasio Efektivitas

Rasio efektivitas menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan anggaran belanja daerah yang telah direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan. Efektivitas pengelolaan keuangan daerah dapat dihitung dengan menggunakan rasio perbandingan antara realisasi anggaran belanja dengan target anggaran belanja.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja}}{\text{Target Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Sumber : Mahmudi, 2015

Rasio Efisiensi

Efisiensi diukur dengan rasio antara output dengan input. Efisiensi pengelolaan keuangan daerah dapat dihitung dengan perbandingan antara realisasi anggaran belanja langsung dengan realisasi anggaran belanja.

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja Langsung}}{\text{Realisasi Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Sumber : Mahmudi, 2015

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisa data secara deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif. Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data penelitian berupa Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017
- b. Menganalisis data berdasarkan variabel penelitian
- c. Menghitung tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah
- d. Hasil analisis data diukur tingkat efektivitas dan efisiensinya sesuai dengan pedoman Kepmendagri No. 690.900-327 tahun 1996 yang mengkategorikan efektivitas ke dalam lima tingkat yaitu sebagai berikut:
 - a) Di atas 100% = Sangat Efektif
 - b) 90% - 100% = Efektif
 - c) 80% - 90% = Cukup Efektif
 - d) 60% - 80% = Kurang Efektif
 - e) Kurang dari 60% = Tidak Efektif

Sedangkan kategori efisiensinya juga dibagi menjadi lima tingkat yaitu sebagai berikut:

- a) Di atas 100% = Tidak Efisien
 - b) 90% - 100% = Kurang Efisien
 - c) 80% - 90% = Cukup Efisien
 - d) 60% - 80% = Efisien
 - e) Kurang dari 60% = Sangat Efisien
- e. Pembahasan dan menyimpulkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat

Efektivitas cenderung lebih menitik beratkan pada tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Halim, Abdul; Kusufi (2014:130) menyatakan bahwa efektivitas merupakan tolok ukur berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Jika suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut telah bekerja dengan efektif. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program kerja atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perhitungan efektivitas menghitung hasil akhir dari suatu pelayanan dihubungkan dengan outputnya (*cost of outcome*).

Rasio efektivitas menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan anggaran belanja dibandingkan dengan target anggaran belanja dikalikan seratus dalam bentuk persentase. Semakin tinggi rasio efektivitas, maka menggambarkan kemampuan daerah yang semakin baik.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja}}{\text{Target Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Kriteria rasio efektivitas pengelolaan keuangan daerah diambil dari kriteria penilaian yang ditentukan oleh Departemen Dalam Negeri melalui Kepmendagri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Di atas 100% = Sangat Efektif
- b. 90% - 100% = Efektif
- c. 80% - 90% = Cukup Efektif
- d. 60% - 80% = Kurang Efektif
- e. Kurang dari 60% = Tidak Efektif

Dengan menggunakan formulasi efektivitas menurut Kepmendagri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan, maka tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Tingkat Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Tahun 2015-2017

Tahun	Realisasi Anggaran Belanja	Target Anggaran Belanja	Efektivitas	Keterangan
2015	2.796.037.227.00	3.240.523.723.00	86,28%	Cukup Efektif
2016	3.732.911.134.00	3.901.745.197.00	95,67%	Efektif
2017	4.406.375.921.00	4.613.000.000.00	95,52%	Efektif

Sumber: Data diolah, 2018

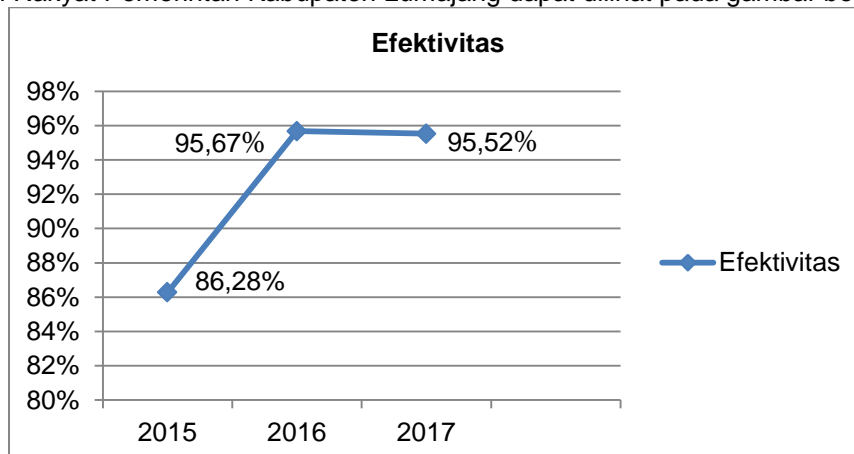
Tabel di atas menjelaskan hasil perhitungan rasio efektivitas dalam kurun waktu tiga tahun anggaran yang tertera di kolom keempat, sedangkan di kolom pertama mencantumkan tahun anggaran yaitu mulai Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017. Pada kolom kedua adalah realisasi anggaran belanja yang dibagi dengan target anggaran belanja yang terletak pada kolom ketiga.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat selama Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 berada pada tingkat cukup efektif dan efektif. Pada tahun 2015 Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat berada pada pengelolaan keuangan daerah yang cukup efektif. Sedangkan pada Tahun 2016 dan Tahun 2017 Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat berada pada pengelolaan keuangan daerah yang efektif.

Namun, jika diperhatikan, rasio tingkat efektivitas Tahun 2015 mengalami penurunan, hal ini berarti tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat cukup baik dalam mengelola keuangannya. Sedangkan rasio tingkat efektivitas pada Tahun 2016 dan Tahun 2017 mengalami peningkatan yaitu menjadi 95,67% untuk Tahun 2016 dan 95,52% untuk Tahun 2017, hal ini berarti tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat semakin baik dalam mengelola keuangannya.

Secara keseluruhan, rata-rata tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat selama Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 menunjukkan pada prosentase 92% dan dapat dikatakan efektif. Rasio efektivitas yang dalam kategori 90%-100% mempunyai arti bahwa belanja daerah tidak melebihi anggaran belanja yang telah direncanakan oleh pihak Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat. Semakin besar nilai rasio efektivitas keuangan maka semakin efektif pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat.

Pola perkembangan efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Grafik Rasio Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Tahun 2015-2017

Sumber: Data Diolah, 2018

Gambar di atas menggambarkan tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat mulai Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 yang dihasilkan dari perhitungan rasio efektivitas. Bilangan pada garis vertikal menunjukkan prosentase tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah. Sedangkan bilangan pada garis horizontal menjabarkan ketiga tahun anggaran yang diteliti yaitu Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017.

Pada gambar di atas juga terlihat bahwa prosentase tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat mulai Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 cenderung meningkat yang berarti bahwa efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat semakin baik.

Analisis Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat

Efisiensi lebih menitik beratkan pada tingkat daya guna yaitu penggunaan dana yang seminimal mungkin untuk mencapai hasil yang maksimal. Halim, Abdul; Kusufi (2014:129) berpendapat bahwa efisiensi adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar efisiensi dari suatu pelaksanaan kegiatan dengan melakukan perbandingan antara output dan input. Lebih besar output dibanding input, maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi suatu organisasi. Ukuran efisiensi mengukur biaya atas output (*cost of output*).

Efisiensi pengelolaan keuangan daerah dapat dihitung dengan perbandingan antara realisasi anggaran belanja terhadap target anggaran belanja dikalikan seratus dalam bentuk persentase.

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Belanja Langsung}}{\text{Realisasi Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Kriteria rasio efisiensi pengelolaan keuangan daerah diambil dari kriteria penilaian yang ditentukan oleh Departemen Dalam Negeri melalui Kepmendagri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan dengan ketentuan sebagai berikut:

- f. Di atas 100% = Tidak Efisien
- g. 90% - 100% = Kurang Efisien
- h. 80% - 90% = Cukup Efisien
- i. 60% - 80% = Efisien
- j. Kurang dari 60% = Sangat Efisien

Tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Tingkat Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Tahun 2015-2017

Tahun	Realisasi Anggaran Belanja Langsung	Realisasi Anggaran Belanja	Efisiensi	Keterangan
2015	2.796.037.227.00	2.796.037.227.00	100%	Kurang Efisien
2016	3.732.911.134.00	3.732.911.134.00	100%	Kurang Efisien
2017	4.406.375.921.00	4.406.375.921.00	100%	Kurang Efisien

Sumber: Data Diolah, 2018

Tabel di atas menjelaskan hasil perhitungan rasio efisiensi dalam kurun waktu tiga tahun anggaran yang tertera di kolom keempat, sedangkan di kolom pertama mencantumkan tahun anggaran yaitu mulai Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017. Pada kolom kedua adalah realisasi anggaran belanja langsung yang dibagi dengan realisasi anggaran belanja yang tertera pada kolom ketiga.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat pada Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 sebesar 100%. Berdasarkan perhitungan dari formulasi di atas, maka rata-rata keseluruhan tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 sebesar 100%. Dengan demikian berarti tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat dinyatakan kurang efisien, hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan yang menunjukkan angka lebih dari 90% dan termasuk dalam kategori yang kurang efisien.

Semakin besar nilai rasio efisiensi keuangan maka semakin tidak efisien pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat. Hal ini menyangkut perbandingan output dan input pelaksanaan program kerja atau kegiatan pelayanan publik.

Pembahasan Hasil Penelitian

Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah

Efektivitas merupakan tolok ukur berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Jika suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut telah bekerja dengan efektif. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai kegiatan yang telah ditetapkan.

Efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang pada Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2017 memiliki kriteria efektivitas yang bervariasi. Pada tahun 2015 tingkat efektivitas dari anggaran belanja di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang mengalami penurunan dan masih dalam kriteria cukup efektif, hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan yang menunjukkan angka kurang dari 90%. Hal ini disebabkan oleh realisasi anggaran yang dicapai masih cukup jauh perbedaannya untuk memenuhi target anggaran yang telah ditetapkan. Tetapi pada tahun 2016 dan 2017 tingkat efektivitas anggaran belanja di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang mengalami peningkatan dan termasuk dalam kriteria efektif. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan yang menunjukkan angka lebih dari 90%. Dengan demikian berarti tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat dinyatakan efektif karena realisasi anggaran yang sudah mendekati target anggaran yang telah ditetapkan.

Secara keseluruhan, rata-rata tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 menunjukkan angka 92%. Dengan demikian tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang dinyatakan efektif. Hal ini berarti sistem pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang telah cukup baik.

Pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 semua program dan kegiatan sudah dijalankan dengan hasil analisis tingkat efektivitas pada pelaksanaan belanja langsung rata-rata sebesar 92% yang termasuk dalam kriteria efektif. Berikut contoh program atau kegiatan rutin setiap tahun yang dijalankan oleh Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang:

Tabel 5. Program dan Kegiatan dalam Belanja Langsung yang Dijalankan

1.	Program Fasilitas Kegiatan Keagamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peringatan hari-hari besar keagamaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Peringatan maulud nabi b. Peringatan isra' mi'raj c. Peringatan nuzulul qur'an d. Peringatan hari santri e. Kegiatan ramadhan dan idul fitri: <ol style="list-style-type: none"> a) Safari ramadhan b) Buka puasa bersama c) Sholat tarawih d) Pemberian bingkisan hari raya kepada alim ulama e) Kegiatan takbir keliling idul fitri f) Kegiatan halal bi halal g) Pengiriman ulama acara halal bi halal dengan bapak gubernur f. Kegiatan idul adha: <ol style="list-style-type: none"> a) Kegiatan takbir keliling idul adha b) Sholat idul adha c) Pengumpulan dan penyaluran hewan ternak dan daging kurban d) Silaturahmi dan ramah tamah g. Peringatan tahun baru islam: <ol style="list-style-type: none"> a) Khotmil qur'an tahun baru islam b) Silaturahmi dan istighosah c) Gebyar kesenian islam d) Pengajian umum h. Perayaan natal i. Perayaan paska j. Perayaan natal dan tahun baru 2. Pemberangkatan dan pemulangan jamaah haji 3. Fasilitas lomba keagamaan:
----	---	--

		<ol style="list-style-type: none"> a. Penataran dewan hakim MTQ b. Pelaksanaan MTQ kabupaten lumajang c. Pengiriman peserta MTQ Jawa Timur d. Pengiriman peserta MTQ Nasional e. Pemberian seragam MTQ Kabupaten Lumajang, Jawa Timur dan Nasional f. Pawai ta'aruf pembelian trofi bagi yang berprestasi g. Pembinaan khotmil/hafidz qur'an h. Parade patrol i. Lomba kegiatan religi <ol style="list-style-type: none"> 4. Fasilitas kegiatan istighosah, do'a bersama dan pembinaan tokoh agama: <ol style="list-style-type: none"> b) Istighosah c) Do'a bersama d) Pembinaan takmir masjid e) Penataran mubaligh f) Pembinaan mental karyawan g) Pengajian manaqib h) Safari sholat Jum'at
2.	Program Fasilitas Kegiatan Kesejahteraan Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas kegiatan pemberian bantuan dan silaturahmi masyarakat kurang mampu: <ol style="list-style-type: none"> a. Silaturahmi dengan anak yatim b. Bingkisan untuk anak yatim c. Bantuan sembako bagi gakin/tukang becak/pasukan oranye d. Bantuan sembako bagi guru PAUD 2. Fasilitas kegiatan khitan dan nikah massal masyarakat kurang mampu: <ol style="list-style-type: none"> a. Kegiatan khitan massal b. Kegiatan nikah massal
3.	Program Fasilitas Kegiatan Pendidikan dan Kebudayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pengelolaan pondok pesantren: <ol style="list-style-type: none"> a. Pembinaan manajemen pondok pesantren dan TPA 2. Peningkatan kegiatan pendidikan dan kebudayaan bidang kegamaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Lomba keagamaan b. Pembinaan forum komunikasi pondok pesantren/guru ngaji

Sumber: Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat

Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah

Efisiensi diukur dengan rasio antara output dengan input, (Halim, Abdul; Kusufi, 2014:129). Lebih besar output dibanding input, maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi suatu organisasi, (Halim, Abdul; Kusufi, 2014:129). Ukuran efisiensi mengukur biaya atas output (cost output). Ukuran efisiensi mengukur seberapa baik organisasi mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan output. Karena efisiensi lebih menitikberatkan kepada daya guna yaitu penggunaan dana yang seminimal mungkin untuk mencapai hasil yang maksimal.

Secara keseluruhan, rata-rata tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah di Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang selama tahun anggaran 2015 sampai dengan tahun 2017 berada pada persentase 100% dan hal tersebut dapat dinyatakan dalam kategori yang kurang efisien. Hal ini dikarenakan Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat merupakan organisasi non-penghasil, jadi organisasi tersebut hanya melakukan transaksi pengeluaran saja.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibah (2014), Rondonuwu (2015), South dkk (2016), Syahril dan Ilat (2016), dan Siregar dan Syam (2017) yang menyatakan bahwa rata-rata nilai rasio efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada instansi yang ditelitinya mencapai tingkat yang kurang efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Lumajang mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017.

Berdasarkan pembahasan pada uraian sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tingkat efektivitas pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 rata-rata berada pada tingkat efektif. Hal ini ditunjukkan dari rata-rata hasil perhitungan yang menunjukkan persentase sebesar 92%.
- b. Sedangkan secara keseluruhan tingkat efisiensi pengelolaan keuangan daerah pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 menunjukkan rata-rata 100%. Hal ini berarti tingkat efisiensi pada Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat dinyatakan kurang efisien.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan hasil kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Bagian Administrasi Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Lumajang diharapkan untuk terus meningkatkan pengelolaan keuangan daerah agar tingkat efektivitas yang sudah baik tetap harus dipertahankan terlebih bisa meningkat di tahun-tahun mendatang.
- b. Disarankan kepada pembaca lain atau peneliti lain untuk dapat mengembangkan penelitian yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan daerah, dengan menambahkan indikator atau parameter efektivitas dan efisiensi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A Siregar, Fachrul., dan Fazli Syam BZ. 2017. Analisis Efektifitas dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan Desa : Studi pada Desa di Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, Vol. 2, No. 4:93–106.
- Fahlevi, Heru., dan Muhammad Reza Ananta. 2015. Analisis Efisiensi dan Efektivitas Anggaran Belanja Langsung (Studi pada SKPD di Pemerintah Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, Vol. 1, No. 2:37–44.
- Fahrianta, Riswan Yudhi., dan Viani Carolina. 2012. Analisis Efisiensi Anggaran Belanja Dinas Pendidikan Kabupaten Kapuas. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 13, No. 1:57–72.
- Habibah, Nur. 2014. Analisis Pengukuran Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Gresik Tahun Anggaran 2009-2013.
- Halim, Abdul., dan Muhammad Syam Kusufi. 2014. *Teori, Konsep, dan Aplikasi Akuntansi Sektor Publik*. Edisi 2. Salemba Empat: Jakarta.
- Hariadi, Pramono. dkk. 2010. *Pengelolaan Keuangan Daerah*. Salemba Empat: Jakarta.
- Indriantoro, Nur., dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi 1. BPF: Yogyakarta.
- Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan. 1996.
- Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Edisi 3. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Manopo, Novlie. dkk. 2014. *Analisis Efisiensi dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Minahasa Tenggara*. 1–14.
- Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Edisi 4. CV ANDI OFFSET: Yogyakarta.
- Nordiawan, Deddi., dan Ayuningtyas Hertianti. 2011. *Akuntansi Sektor Publik*. Edisi 2. Salemba Empat: Jakarta.
- Pangkey, Imanuel., dan Sherly Pinatik. 2015. Analisis Efektivitas dan Efisiensi Anggaran Belanja pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 4:33–43.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah. 2006.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah. 2005.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintah. 2010.
- Ratmono, Dwi., dan Mahfud Sholihin. 2017. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi 2. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Rondonuwu, Ritno H. dkk. 2015. Analisis Efisiensi dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 4:23–32.
- Siregar, Baldric. 2015. *Akuntansi Sektor Publik*. Edisi 1. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.

- Sumenge, Ariel Sharon. 2013. Analisis Efektifitas dan Efisiensi Pelaksanaan Anggaran Belanja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Minahasa Selatan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53, No. 9:1689–1699.
- Suoth, Novelya. dkk. 2016. Pengukuran Efisiensi dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah pada Dinas Pengelola Keuangan, Pendapatan dan Aset (DPKPA) Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 4, No.1:613–622.
- Syahril, Mega F., dan Ventje Ilat. 2016. Evaluasi Efisiensi dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah pada Badan Pengelola Keuangan dan Barang Milik Daerah (BPKBMD) Kota Bitung. *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 3:640–649.
- Trianto, Anton. 2014. Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pengelolaan Keuangan Daerah di Kota Palembang. 65–77.
- Untari, Rusita. 2015. Analisis Efisiensi dan Efektifitas Pelaksanaan Realisasi Anggaran Belanja Langsung Dinas Pendidikan Kota Semarang.

Pengelolaan Keuangan Oleh Pengusaha Perempuan Pedagang Sayuran di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember

Muhammad Rijalus Sholihin¹
STIE Widya Gama Lumajang
email : rijalus12@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan usaha kecil menengah semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi serta infrastruktur diberbagai daerah, hal ini mendorong banyak kalangan untuk tidak melewatkan setiap peluang usaha yang ada, tidak terkecuali para perempuan yang notabennya bukan sebagai kepala keluarga. Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui sumber modal para pelaku usaha perempuan serta pengelolaan keuangan yang dilakukan dan strategi pemasaran. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, serta studi literatur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sumber permodalan para pelaku usaha perempuan berasal dari orang terdekat seperti suami atau kerabat lainnya, termasuk pengelolaan keuangan yang masih belum tertata bahkan tidak ada dan masih tercampuradukkan dengan keuangan pribadi atau keluarga, dari segi strategi pengembangan usaha yang dilakukan adalah dengan memberikan bonus dan pengambilan keuntungan yang tidak banyak dengan catatan barang dagang dapat terjual habis. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha perempuan khususnya pedagang sayuran di kecamatan Umbulsari kabupaten Jember harus lebih banyak belajar dan memahami mengenai strategi permodalan, pengelolaan keuangan serta pemasaran yang baik dan benar, hal ini akibat pendidikan yang rendah.

Kata kunci: Pengusaha Perempuan, UMKM, Pasar Tradisional

Abstract

The development of small and medium enterprises is growing rapidly along with the advancement of information technology and infrastructure in various regions, it encourages many people not to miss any business opportunities that exist, not to mention the women who notabennya not as head of the family. The purpose of this research is to know the source of capital of female business actors as well as financial management and marketing strategy. The methodology used is qualitative with observation approach, interview, and literature study. The results of this study indicate that the capital source of female business actors comes from the closest people such as husband or other relatives, including financial management that is still not organized or even exist and still mixed with personal or family interests, in terms of business development strategy is done with giving bonuses and not much profit with the merchandise record sold out. Therefore it can be concluded that female businessmen, especially vegetables traders in the district of Umbulsari Jember district should learn more and understand about capital strategy, financial management and marketing is good and right, this is due to low education.

Keywords: Women Entrepreneurs, MSMEs, Traditional Markets.

PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah merupakan ujung tombak bagi kemakmuran masyarakat Indonesia, sebab dengan adanya hal tersebut penduduk dapat menikmati dan memenuhi kebutuhan sehari hari dengan nyaman sesuai dengan apa yang di diharapkan, namun tidak jarang terkadang usaha kecil menengah mengalami banyak masalah seperti modal dan keterampilan lainnya. Dengan semakin banyaknya seorang istri yang bekerja membantu suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga maka hal ini juga mampu meningkatkan taraf hidup mereka menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dengan demikian sebuah peluang usaha terkadang muncul dari pemikiran dan tindakan yang dilakukan oleh para perempuan. Selain membantu seorang suami dalam memenuhi kebutuhan hidup, terkadang seorang istri mempunyai alasan lain kenapa mereka melakukan sebuah bisnis itu bekerja pada suatu

perusahaan, sebab suami yang mapan terkadang masing sering kita temui istrinya juga bekerja kantoran namun dengan dengan berbagai alasan. Dari segi pengelolaan keuangan antara laki-laki dengan perempuan terkadang mengalami perbedaan yang disebabkan berbagai faktor, ada yang pengelolaan keuangan sebuah penghasilan dalam dalam keluarga selalu dikelola oleh suami saja atau bahkan hanya dikelola oleh istri saja. Namun bagaimana dengan hasil usaha seorang istri dalam bekerja yang dia lakukan, pengelolaan keuangannya secara otomatis akan sedikit berbeda dibanding rumah tangga pada umumnya. Hal inilah yang masih menjadi pertanyaan besar dan terkadang menjadi suatu polemik dalam rumah tangga

KAJIAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil Memengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut: 1). Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2). Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3). Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Pasar Tradisional

Pasar dalam arti sempit adalah tempat dimana permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Sedangkan dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Permintaan dan Penawaran dapat berupa barang atau jasa. Pasar tradisional adalah salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti makanan, sumber energi, dan sumberdaya lainnya. Pasar berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota, perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan perkotaan.

Peran Wirausaha Perempuan

Keterlibatan perempuan dalam wirausaha, menjadi kajian beberapa peneliti, di antaranya Ardhanari (2007), yang meneliti profil dan hambatan wirausaha perempuan di Indonesia untuk berkembang. Zulminarni (2004) menemukan bahwa faktor penting yang mempengaruhi perkembangan kewirausahaan adalah faktor manusia yang meliputi: kepribadian pelaku usaha, pendidikan, lingkungan, pengalaman, dan kemampuan memperoleh uang, nilai sosial, budaya, dan peluang yang ditentukan oleh lingkungan, rangsangan ekonomi seperti peluang pasar, keuntungan yang diperoleh, permintaan yang bersifat elastis, iklim usaha dan peraturan pemerintah. Kajian Hayati (2007) menemukan bahwa kepribadian entrepreneur merupakan faktor utama, menyusul sesudahnya faktor kemampuan, faktor teknologi, dan faktor lain. Sifat kepribadian yang paling banyak dibahas oleh para ahli dalam kaitan dengan wirausaha, adalah sifat kreatif dan inovatif. Berdasarkan uraian di atas, maka studi/kajian pembentukan atau pengembangan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) dengan berbagai pendekatan teori perlu terus dikembangkan. Dari kajian-kajian tersebut diharapkan bisa dihasilkan suatu ide atau inovasi baru yaitu "strategi pembentukan/pengembangan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*)" dalam rangka pengembangan kualitas sumberdaya manusia Indonesia, khususnya peran perempuan.

Pendanaan UMKM

Kebijakan pemerintah baik melalui nota kesepahaman dengan berbagai instansi yang kemudian dikenal dengan program KUR atau melalui peraturan Bank Indonesia No.14/22/PBI/2012 telah menunjukkan perhatian pemerintah untuk memberikan solusi kepada UMKM terkait dengan masalah permodalan dengan menjalankan peran lembaga pembiayaan sebagai alternatif sumber pembiayaan bagi UMKM. Namun kenyataannya, program inipun tidak mudah dilaksanakan baik oleh UMKM

maupun oleh lembaga pembiayaan. UMKM merasa kesulitan untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga pembiayaan terutama dalam hal pembukuan dan agunan. Demikian juga lembaga pembiayaan menemukan kesulitan UMKM yang *feasible* dan *bankable* untuk dibiayai untuk menghindari adanya kredit bermasalah. Saat ini akses pembiayaan UMKM lebih banyak diperoleh dari bank umum dibandingkan dengan lembaga pembiayaan seperti koperasi dan lembaga pembiayaan non bank. Persaingan antar lembaga pembiayaan menjadikan lembaga pembiayaan non bank yang kurang populer mengalami penurunan jumlah debitur. Meskipun demikian pangsa UMKM bagi lembaga pembiayaan masih besar. Lembaga pembiayaan non bank menghadapi kendala untuk mendapatkan informasi calon debitur. Hal ini berguna untuk menghindari pemberian kredit/pinjaman yang tumpang tindih yang akan menyebabkan terjadinya kesulitan pembayaran.

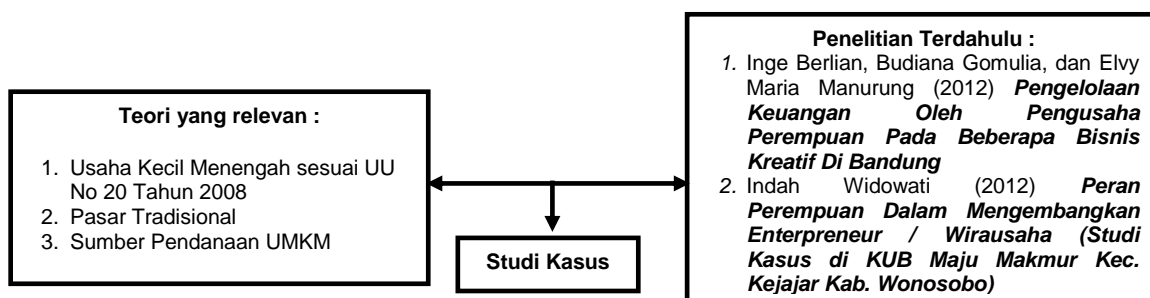
Penelitian Terdahulu

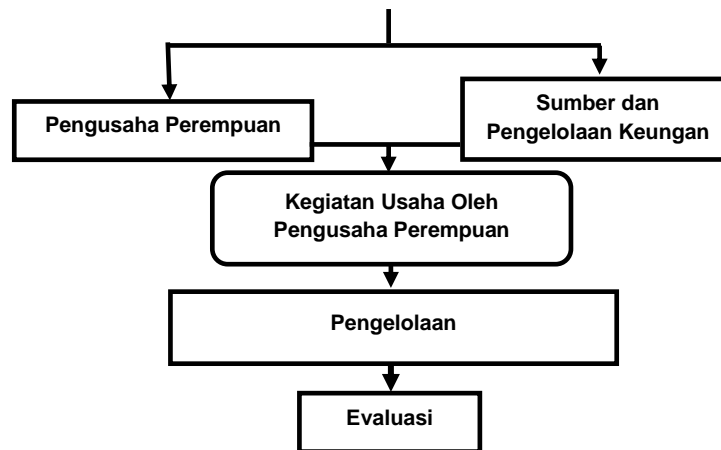
Penelitian dari Inge Berlian, Budiana Gomulia, dan Elvy Maria Manurung, (2012) dengan judul penelitian “Pengelolaan Keuangan Oleh Pengusaha Perempuan Pada Beberapa Bisnis Kreatif Di Bandung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Praktek bisnis kreatif memiliki keunikan tersendiri yaitu: Kemampuan seorang pengusaha perempuan dalam menemukan ide-ide pada penciptaan sebuah produk sampai produk tersebut berhasil dibuat dan akhirnya diterima dengan baik (mendapat respon positif) dari pelanggan, itulah yang ditangkap dari praktek bisnis keseharian yang dinamakan bisnis kreatif serta hampir semua nara sumber mendapatkan dukungan dan sumbangan peran dari anggota keluarga yang lain dalam menjalankan bisnisnya. Ada yang mendapat dukungan dari suami, atau dari ayah, dari ibu, belajar bisnis dari paman, dan sebagainya. Berhubung semua bisnis kreatif yang diteliti berasal dari skala kecil-menengah, tidaklah mengherankan jika peran keluarga masih cukup besar di dalam bisnisnya tersebut. Hal-hal yang kemungkinan menjadi penyebab tidak adanya pengelolaan dan pencatatan keuangan yang baik. Manajemen kas berdasarkan perkiraan, khusus untuk Ibu Leny sekarang ia bisa mengetahui berapa saldo kas di tangan sehingga bisa memperkirakan jumlah bahan yang harus dibeli dan disimpan untuk persediaan dan ada kecenderungan perolehan keuntungan yang meningkat dari tahun ke tahun. Ini tercermin dari peningkatan jumlah asset, dan jumlah karyawan. Sekalipun uang terus berputar, tapi jumlahnya semakin lama semakin banyak. Para pengusaha perempuan di bisnis kreatif ini tidak terlalu berani menanggung resiko. Hampir semuanya hanya mau produksi berdasarkan pesanan. Kalaupun harus membeli untuk disimpan sebagai stok bahan atau barang jadi, jumlahnya sudah dipikirkan matang supaya tidak rugi. Profit mengalahkan benefit. Bagi semua para pengusaha perempuan di bisnis kreatif ini yang terpenting adalah bagaimana pelanggan menjadi puas sehingga mereka pun turut bahagia melihatnya. Itu sebabnya, *passion* kemudian menjadi syarat bagi keberlangsungan usaha di bidang kreatif ini. Kalaupun ada keuntungan, kebanyakan dari keuntungan tersebut ditanamkan kembali untuk usaha, atau digunakan untuk menolong anggota keluarga yang lain seperti untuk biaya melanjutkan sekolah.

Penelitian dari Indah Widowati, (2012), dengan judul penelitian “Peran Perempuan Dalam Mengembangkan Entrepreneur / Wirausaha (Studi Kasus di KUB Maju Makmur Kec. Kejajar Kab. Wonosobo)”. Tujuan penelitian ini adalah Tujuan penelitian adalah untuk melihat bagaimana pengembangan entrepreneur pada Kelompok Usaha Bersama Maju Maksur berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kaum perempuan berhasil mengembangkan wirausaha di KUB Maju Makmur. Serta produk yang dihasilkan, mampu dijual di berbagai daerah dengan harga yang kompetitif.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini berawal dari kasus yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha yakni terbatasnya pengetahuan dan pengalaman dalam pendanaan sebuah usaha serta cara pengelolaan keuangan yang dirasa kurang mampu meningkatkan peningkatan penghasilan. Adapun kerangka pemikiran penelitian tampak seperti gambar di bawah ini :





Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut juga sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik atau komputer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dalam kegiatannya peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya.

Unit Analisis

Lokasi penelitian berada di Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Alasan utama yang menjadi dasar pemilihan penelitian di daerah tersebut adalah terdapatnya pasar tradisional yang selalu ramai setiap harinya dengan berbagai banyak konsumen termasuk jenis barang dagangan seperti sayuran dan lain-lain, serta kawasan pedesaan yang memiliki pasar tradisional yang sudah mulai berbenah ke kawasan pasar tradisional yang berseri.

Informan penelitian adalah orang yang mampu memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian. Berdasarkan beberapa pertimbangan maka informan penelitian yang dipilih menjadi informan atau kunci sumber informasi, antara adalah Ibu Ainur Rofi'ah, Selaku Pengusaha sayuran yang beralamat di Dusun Jatilawang Desa Tegalwangi Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Dan Ibu Siti Mufidah, selaku pedagang sayuran yang beralamat di Dusun Purwosari Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

Teknik Pengumpulan Data

Hal-hal yang perlu diperhatikan saat melakukan pengumpulan data adalah menciptakan hubungan yang baik antara peneliti dengan sumber data. Kegiatan pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara lebih valid dan akurat berkaitan dengan permasalahan guna mendapatkan jawaban dan kesimpulan dari kegiatan penelitian yang dilakukan. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian terdiri dari wawancara, observasi dan studi dokumen.

Wawancara

Sumber data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif ialah berupa manusia yang dalam posisi sebagai narasumber atau informan. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber data ini diperlukan teknik wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam wawancara, peneliti menggunakan wawancara terbuka yang dimana pihak subyek atau terwawancara mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui apa maksud dan tujuan wawancara yang sedang dilakukan oleh peneliti. Teknik yang digunakan dalam wawancara adalah wawancara tidak terstruktur (*unstandardized interview*) yang dilakukan tanpa menyusun suatu daftar pertanyaan yang ketat.

Observasi/Pengamatan

Observasi digunakan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap segala yang tampak pada objek penelitian. Metode observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Kegiatan observasi di lapangan dilakukan peneliti terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan secara riil permasalahan atau kejadian yang sesungguhnya, sehingga data yang dihasilkan lebih valid dan reliabel. Peneliti mencatat, merangkum hasil observasi lapangan sesuai dengan kronologis kejadian di lapangan pada saat kegiatan penelitian dilakukan dan menyajikan data sesuai dengan kondisi sebenarnya yang terjadi.

Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda atau lain sebagainya. Teknik dokumentasi dilakukan berdasarkan pada beberapa alasan, sumber data ini mudah untuk didapatkan, serta sumber informasi ini lebih akurat hasil yang diperoleh karena sumber informasi ini mampu merefleksikan kejadian di masa lampau dan dilakukan analisa kembali tanpa merubah keotentikan dari data asli sebelumnya dan sumber informasi yang diperoleh relevan dengan kebutuhan yang akan diteliti.

Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, data yang diperoleh dengan menggunakan metode wawancara pada kegiatan penelitian ini, diperoleh dari narasumber atau informan penelitian, antara lain Ibu Ainur Rofi'ah Pedagang sayuran yang beralamat di Dusun Jatilawang desa Tegalwangi Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, dengan barang dagangan yang biasanya dia beli dari pengepul dan menanam sendiri dilahan miliknya, dan Ibu Siti Mufidah yang merupakan pedagang sayuran yaitu kecambah yang dibuatnya sendiri dari kedelai kacang hijau, namun tidak jarang dia juga membeli hasil panen sayur dari petani untuk dijual dipasar, kesehariannya dipasar tradisional juga membuatnya mampu menaawarkan harga barang dagangan dengan baik.

Data primer dalam bentuk observasi/pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain berkaitan dengan observasi / Pengamatan Tentang produk yang dipasarkan oleh ibu Ainur dan ibu Mufidah, terlebih saya melihat langsung proses pengemasan sebelum barang tersebut dipasarkan. Serta observasi / Pengamatan Tentang Profil masing-masing informan yaitu ibu Ainur dan ibu Mufidah.

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung atau melalui pihak lain, antara lain: arsip, dokumen, media cetak dan elektronik, atau studi pustaka yang relevan dengan materi yang akan dibahas, sehingga hasil penelitian yang diperoleh benar-benar layak untuk bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pada penelitian ini data sekunder yang diambil antara lain berasal dari :

1. Konsumen yang dijumpai, termasuk lingkungan sekitar yang merupakan kawasan dari para informan yaitu ibu ainur dan Ibu Mufidah.
2. Data konsumen dan pembukuan dari para informan yang didapatkan langsung dari para beliau, dan mampu menambah keabsahan penelitian.

Keabsahan data

Keabsahan data dilakuka secara cermat pada saat kegiatan penelitian dilakukan di lapangan, dengan berpedoman pada teknik dan prosedur dari penelitian kualitatif agar bisa dipertanggung jawabkan keabsahannya. Kriteria dalam menentukan keabsahan data hasil penelitian kualitatif, harus memenuhi beberapa kriteria utama, Dalam uji keabsahan data meliputi uji kredibilitas, pengujian transferability, pengujian depenability, dan pengujian konfirmability.

Peran Peneliti

Peranan kunci penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Menurut Ahmadi (2014:103) dalam penelitian kualitatif, instrument penelitian adalah manusia. Peneliti terjun langsung ke lapangan guna mengumpulkan data dari informan penelitian. Pada penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus ada 3 (tiga) tipe kegiatan yang bisa dilakukan antara lain :

1. Studi kasus kesejarahan organisasi yaitu berkonsentrasi pada suatu organisasi tertentu dalam kurun waktu tertentu, menelusuri perkembangan organisasi.

2. Studi kasus observasi yaitu observasi pelibatan yang dilengkapi dengan wawancara formal dan informal serta pemeriksaan dokumen
3. Studi kasus sejarah hidup yaitu kegiatan penelitian dimana peneliti melakukan wawancara secara ekstensi dengan seseorang dengan tujuan pengumpulan narasi orang pertama.

Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti disini menggunakan dasar yang pertama yaitu studi kasus kesejarahan organisasi dimana dalam hal ini peneliti melakukan penelitian tentang "Pengelolaan Keuangan oleh Pengusaha Perempuan Pedagang Sayuran di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pasar tradisional yang berada di kecamatan Umbulsari kabupaten Jember merupakan salah satu pasar yang berkembang dan berbenah seiring dengan semakin banyaknya pelaku usaha baru termasuk para perempuan yang menjajakan barang dagangan dipasar tradisional tersebut. Peran wirausaha perempuan dalam wirausaha sangat membantu perekonomian keluarga termasuk kepala keluarga dalam memenuhi kewajibannya, meski demikian permasalahan sering timbul dalam setiap usaha yang dilakukan terlebih masalah pengelolaan keuangan akibat dari pendidikan yang rendah menjadi salah satu alasan suatu usaha sulit berkembang pesat dan bertahan secara konsisten, meski demikian pengalaman yang matang dan pemahaman yang serius sedikit banyak juga mampu memberikan solusi tersendiri dalam permasalahan usaha yang dihadapi, dengan demikian pemahaman akan pentingnya pengelolaan keuangan dalam sebuah usaha harus benar-benar dipahami oleh pelaku usaha guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

Analisis Wacana

Dalam segi permodalan para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran ini bersumber dari orang terdekat seperti suami atau kerabat lainnya, hal ini mempunyai alasan tersendiri mengenai resiko yang akan diambil terlebih jika harus berhubungan dengan perbankan saat mengalami kerugian, namun penjelasan para informan pada dasarnya permodalan yang digunakan tidaklah banyak, oleh sebab itu kerabat dan orang terdekat dirasa mampu untuk mengatasi permasalahan permodalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran.

Jika pembukuan seperti laporan keuangan biasanya menjadi acuan dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan, namun hal ini tidak diterapkan oleh para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran akibat tingkat pendidikan yang rendah serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya pembukuan keuangan suatu usaha meskipun hanya dicatat dalam bentuk sederhana. Sehingga keuangan usaha yang dijalankan tidak jarang dan sering tercampuradukkan dengan keuangan pribadi dan keluarga yang mengakibatkan seakan-akan kerugian yang selalu dirasakan.

Strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan memberikan kelebihan barang dagang kepada pembeli yang membeli dengan jumlah tertentu, termasuk memberikan bonus atau imbalan disetiap lebaran atau waktu tertentu sebagai salah satu strategi yang ada, termasuk penjualan barang dagang dengan pengambilan keuntungan yang sedikit namun dengan prinsip barang dagang selalu habis terjual dihari yang sama, hal ini beralasan karena sayuran sifatnya yang mudah busuk dan tidak tahan lama jika dibiarkan dan tidak laku terjual. Strategi yang lain adalah pemahaman terhadap harga barang dipasaran yang dijajakan oleh para pelaku usaha lainnya demi mampu bersaing dan menjual barang dagang dengan harga dibawah harga pasar namun masih dalam fase untung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sumber modal usaha yang digunakan oleh para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran di kecamatan Umbulsari adalah bersumber dari uang pribadi dan pinjaman dari orang terdekat. Pengelolaan keuangan dilakukan oleh para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran sangat kurang baik, hal ini karena mereka masih mencampuradukkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi atau rumah tangga. Sehingga tidak dapat diketahui dan terkoordinir dengan baik dan benar. Dan mengambil isi buku tabungan merupakan hal yang sering dipakai oleh para pelaku usaha perempuan, namun meminjam kepada orang terdekat juga bisa dilakukan. Strategi usaha yang dilakukan dengan cara menjual barang dengan harga dibawah rata-rata namun masih dalam koridor untung meskipun tidak terlalu banyak, termasuk memberikan diskon, maupun kelebihan barang yang dibeli kepada pelanggan setia yang membeli dengan jumlah tertentu.

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

Bagi para pelaku usaha perempuan pedagang sayuran

1. Bahwa sumber modal bukan hanya dari orang terdekat, namu pinjaman dari dunia pernakan terbuka lebar
2. Strategi usaha yang dilakukan hendaknya diikuti dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang sekarang ini
3. Pembukuan keuangan hendaknya dilakukan dengan baik dan benar agar menjadi pedoman dalam berwirausaha secara berkelanjutan

Bagi pemerintah

1. Pemberian pengarahan mengenai strategi pemasarn perlu diadakan dipelosok desa terlebih kepada pengusaha perempuan
2. Akses permodalan hendaknya juga perlu dipermudah agar kegiatan usaha masyarakat dapat berjalan dengan lancar
3. Pelatihan kerja bagi perempuan terutama ibu rumah tangga perlu lebih digiatkan guna membangun masyarakat yang maksmur dan sejahtera

Bagi masyarakat

1. Berfikir positif bahwa setiap kesuksesan dalam sebuah usah selalu ada hambatan dan tidak berjalan mulus, oleh seba itu perlu adanya ketekunan dan keyakinan.
2. Hendaknya mengikuti pelatihan kerja atuoun sejenisnya yang diadakan oelh pemerintah

Berkolaborasi dalam berbisnis bisa dijadikan solusi dalam melakukan sebuah usaha bagi para masyarakat luas jika dirasa kurang mampu dalam suatu bidang tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, 2004. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ardhanari, Margaretha, et. al. (2007). *Analisis Personal Dan Struktural Pumik (Perempuan Pengusaha Mikro) Di Surabaya Dalam Upaya Pengembangan Keberhasilan Usaha Bidang Ritel*. Makalah disampaikan pada Lokakarya Regional : "Pengembangan Kewirausahaan
- Jati, Waluya. 2009. "*Analisis Motivasi Wirausaha Perempuan (Wirausahatawati) di Kota Malang*", Jurnal Humanity, Volume IV, Nomor 2, Maret 2009: 141 - 153
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6
- M.B. Miles &A.M. Huberman, *Qualitative Data Analysis*, (Beverly Hills, California: Sage Publication Inc., 1984), 21-23.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Maxwell, J.A.. 1996. *Qualitattive Research Design: An Integrative Approach*. London: Sage
- Moleong, Lexy J. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- S. Margono, 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta
- S. Nasution, 1988. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: tarsito
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Sukardi. 2006. *Penelitian Kualitatif-Naturalistik dalam Pendidikan*. Jogjakarta: Penerbit Usaha Keluarga
- Sutrisno, Hadi. 2007. *Metodologi Research*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Zulminarni, Nani, 2004. "*Lembaga Keuangan Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Perempuan Miskin*", Disampaikan dalam acara workshop Berbagi Pengetahuan dan Sumberdaya Keuangan Mikro di Indonesia yang diselenggarakan oleh GEMA PKM Indonesia dan BWTP di Jakarta 27 Agustus 2004
- <http://bppp.kemendag.go.id>

Stock split: Sebelum dan Sesudah Tanggal Pengumuman Tinjauan Perspektif *Trading Range Theory*

Ratna Wijayanti Daniar Paramita¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:pradnyataj@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan harga saham dan volume perdagangan saham sebelum dan sesudah tanggal pengumuman stock split, ditinjau dari perspektif trading range theory. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan pengamatan terhadap dua sampel yang berpasangan. Uji beda pada penelitian ini menggunakan paired sample t test dengan terlebih dahulu menguji normalitas data dengan Kolmogorov – Smirnov test. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada 34 perusahaan dari berbagai sektor pada perusahaan yang list di BEI tahun 2013-2016 menunjukkan hasil yang dapat memberikan kesimpulan bahwa stock split memberikan perbedaan terhadap harga saham dan volume perdagangan saham dengan rentang pengamatan 5 hari sebelum dan 5 hari sesudah tanggal pengumuman.

Kata Kunci: *trading range theory, stock split, harga saham, volume perdagangan saham*

Abstract

The purpose of this study was to determine differences in stock prices and trading volumes before and after the date of announcement of stock split, viewed from the perspective of the trading range theory. This research is a quantitative research do pengamatan against two sample pairs. Different test in this study using the paired sample t test with prior test data normality with the Kolmogorov - Smirnov test. Results of research conducted on 34 companies from various sectors of the companies that list on the Stock Exchange in 2012 to 2015 shows the results that can give the conclusion that the stock split makes a difference to the stock price and the volume of trade in shares with a range of observations 5 days before and 5 days after the date announcement.

Keywords: *trading range theory, stock split, stock prices trading volume*

PENDAHULUAN (Arial, 10, Bold)

Informasi keuangan adalah suatu kebutuhan bagi pemakai laporan keuangan, karena dengan sebuah informasi ini sudah menggambarkan kondisi keuangan perusahaan. Seorang investor dapat memilih dan memutuskan kepada perusahaan mana investor akan menanamkan modalnya, oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang memiliki kualitas yang baik sahamnya akan banyak diminati oleh para investor.

Salah satu yang mempengaruhi kenaikan permintaan saham adalah tingkat harga sebuah saham sendiri, karena apabila harga saham terlalu tinggi maka permintaan akan saham akan mengalami penurunan. Namun jika harga saham rendah maka permintaan akan saham akan mengalami kenaikan. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan dalam upaya mempertahankan sahamnya dalam pasar modal, maka beberapa perusahaan memilih untuk melakukan pemecahan saham (*stock split*).

Pemecahan saham (*stock split*) adalah perubahan nilai nominal per lembar saham dan menambah jumlah saham yang beredar sesuai dengan faktor pemecahan (*split factor*). Pemecahan saham biasanya dilakukan pada saat harga saham dinilai terlalu tinggi, sehingga akan mengurangi kemampuan investor untuk membelinya.

Pada penelitian terdahulu Tiwi Nurjannati Utami (2009) Dari hasil pengujian bahwa baik pada pasangan periode pengujian sebelum-saat, saat-sesudah maupun sebelum-sesudah pengumuman *stock split* tidak terdapat perbedaan pada aktivitas volume perdagangan saham, hal ini mengidentifikasi bahwa pengumuman *stock split* tidak membawa pengaruh terhadap likuiditas saham perusahaan yang bersangkutan. Sementara itu Winda Sari Lubis (2010) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan bid-ask spread antara sebelum dan sesudah *stock split*,

dan tidak terdapat perbedaan signifikan *Treading Volume Activity* antara sebelum dan sesudah *stock split*. Penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Togi Lumban Tobing tahun 2014. Dia meneliti sebanyak 30 perusahaan yang melakukan *stock split* dan menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan secara signifikan pada harga saham dan volume perdagangan saham sebelum dan sesudah dilakukannya pemecahan saham.

Secara teori *stock split* hanyalah peningkatan jumlah saham yang beredar dan *stock split* tidak menambah suatu nilai perusahaan atau tidak memiliki nilai ekonomis, ini berarti *stock split* tidak menambah nilai kesejahteraan investor, namun pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pasar mereaksi adanya *stock split*. Hal ini menimbulkan ketidakcocokan hasil antara teori dan keadaan yang sebenarnya (Paramita & Rizal, 2015)

Penelitian hanya dibatasi pada pengumuman *stock split* saja pada periode penelitian yaitu tahun 2013-2016 dan tidak mengeluarkan kebijakan-kebijakan lain seperti *stock dividend* (dividen saham), *right issue* (hak memesan efek terlebih dahulu), *bonus share* (saham bonus) atau pengumuman perusahaan lain. Penelitian ini menggunakan data harian saham selama 5 hari sebelum *stock split* dan 5 hari setelah *stock split*. Hal ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengumuman *stock split* dalam jangka waktu yang pendek.

Penelitian didasarkan pada perusahaan yang telah melakukan *stock split*, untuk dilakukan analisis perbedaan harga saham sebelum dan sesudah dilakukan *stock split* dengan tinjauan perspektif *trading range theory*.

KAJIAN PUSTAKA

Trading Range Theory

Menyatakan bahwa manajemen melakukan *stock split* didorong oleh perilaku praktisi pasar yang konsisten dengan anggapan bahwa dengan melakukan *stock split* dapat menjaga harga saham tidak terlalu mahal, dimana saham dipecah karena ada batas harga yang optimal untuk saham dan untuk meningkatkan daya beli investor sehingga tetap banyak orang yang mau memperjual-belikannya yang pada akhirnya akan meningkatkan likuiditas perdagangan saham.

Menurut *trading range theory*, "pemecahan saham digunakan sebagai alat untuk mengatur kembali harga saham pada kisaran harga yang diinginkan sehingga semakin memungkinkan bagi investor untuk membeli dalam jumlah yang banyak. Jika harga pada *pre – split* tinggi, maka pemecahan saham semakin menguatkan kebenaran akan motif tersebut" (Leung, et al, 2005).

"Harga saham yang terlalu tinggi menyebabkan kurang aktifnya saham tersebut diperdagangkan. Dengan adanya pemecahan saham, harga saham menjadi tidak terlalu tinggi sehingga semakin banyak investor bertransaksi" (Marwata:2001). Jogiyanto (2008) "Menyatakan bahwa dengan melakukan pemecahan saham, harga saham menjadi tidak terlalu tinggi sehingga mampu dijangkau oleh calon investor dan pada akhirnya meningkatkan likuiditas saham". Sehingga menurut *trading range theory*, perusahaan melakukan *stock split* karena memandang harga sahamnya terlalu tinggi atau bisa juga dikatakan bahwa harga saham yang terlalu tinggi itulah yang mendorong perusahaan melakukan pemecahan saham.

Stock Split

Pemecahan saham (*stock split*) adalah memecah selebar saham menjadi n lembar saham. harga per lembar saham baru setelah *stock split* adalah sebesar $1/n$ dari harga sebelumnya. Dengan demikian, sebenarnya *stock split* tidak menambah nilai perusahaan, atau dengan kata lain, *stock split* tidak mempunyai nilai ekonomis. (Jogiyanto:2005:64).

Dalam rangka meningkatkan likuiditas saham emiten, banyak strategi yang dapat dilakukan perusahaan. Strategi tersebut adalah sering disebut dengan *corporate action*, yang salah satu bentuknya adalah dengan melakukan *stock split*. *Stock split* adalah pemecahan nilai nominal saham menjadi nilai nominal yang lebih kecil (Robert Ang, 1997)." *Stock split* pada prinsipnya tidak mempengaruhi modal disetor penuh, melainkan yang mengalami perubahan hanyalah nilai nominal saham, yaitu nilai nominal setelah *stock split* menjadi lebih kecil sehingga jumlah saham yang beredar menjadi lebih banyak". (Hadi Nor,2013).

Pemecahan saham dilakukan karena ada batas harga optimum untuk suatu saham biasa. Selanjutnya, memindahkan surat berharga dalam batas ini dikatakan dapat membuat perdagangan surat berharga menjadi lebih luas (Weston dan Copeland, 2008). Weston dan Copeland menyebutkan tiga hal yang mendorong mengapa perusahaan melakukan *stock split*, yaitu:

1. Sebagai upaya agar harga saham tidak terlalu mahal sehingga dapat meningkatkan jumlah pemegang saham.
2. Untuk mengembalikan harga dan ukuran perdagangan rata-rata saham kepada kisaran yang ditargetkan

3. Untuk menyebarkan informasi mengenai kesempatan investasi yang berupa peningkatan laba dan deviden kas.

Pemecahan saham banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan dengan beberapa alasan, tergantung pada tujuan perusahaan apakah dengan *split* itu untuk memperbanyak jumlah saham (*split-up*) yang beredar atau memperkecil jumlah saham beredar (*split-down*).

Menurut Samsul (2006:190) jenis pemecahan saham dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Pemecahan Naik (*split up*)

Tindakan *split-up* akan meningkatkan jumlah saham yang beredar dengan menurunkan nominal per lembar saham di pasar sehingga terjangkau oleh investor. Pemecahan naik adalah meningkatkan jumlah saham yang beredar dengan cara memecah selembaar saham menjadi n lembar saham. (Jogiyanto, 2000). Pemecahan naik ini mengakibatkan bertambahnya jumlah saham yang beredar, misalnya pemecahan saham dengan *split factor* 2:1, 3:1, 4:1.

"Pemecahan saham (*split up*) biasanya dilakukan perusahaan pada saat harga saham dinilai sudah terlalu tinggi sehingga mengakibatkan daya beli investor berkurang" (Ewijaya dalam Muniya Alzeta:2008).

2. Pemecahan Turun (*split down* atau *reverse split*)

Sedangkan pemecahan turun adalah kebalikan dari pemecahan naik, yaitu peningkatan nilai nominal per lembar saham dan mengurangi jumlah saham yang beredar. "*Reverse Split* adalah keputusan untuk menggabungkan kembali saham yang telah dipecah menjadi dua atau tiga bahkan empat untuk disatukan kembali menjadi satu seperti sebelum dilakukan *stock split*". (Fahmi,Irham,2014:363).

Tujuan *split-down* adalah untuk meningkatkan harga saham di pasar agar *image* perusahaan meningkat. *Split-down* dilakukan dengan menarik kembali sejumlah saham beredar dan diganti dengan satu saham baru yang nominalnya lebih tinggi akan tetapi tidak mengubah total modal disetor dan total ekuitas. Misalnya pemecahan turun dengan *split factor* 1:2, 1:3, 1:4.

Harga Saham dan Pembentukannya

Harga saham adalah harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan. Untuk itu investor memerlukan informasi yang berkaitan dengan pembentukan harga saham tersebut dalam pengambilan keputusan untuk menjual ataupun membeli saham (Lorie et. Al dalam sutrisno et. Al.:2000).

Harga saham di bursa sangat ditentukan oleh kekuatan pasar, yang berarti kekuatan permintaan dan penawaran. Karena permintaan dan penawaran atas saham berfluktuasi setiap harinya maka harga saham pun akan mengikuti pola fluktuasi tersebut. Pada kondisi dimana permintaan saham lebih banyak, harga saham akan cenderung meningkat, sedangkan pada kondisi dimana penawaran saham lebih banyak, harga saham akan cenderung menurun.

Harga saham mencerminkan prestasi emiten, pergerakan harga saham searah dengan kinerja emiten. apabila kinerja emiten baik, maka harga sahamnya juga cenderung akan naik. Harga saham dan pergerakannya merupakan faktor yang penting dalam investasi pasar modal. Harga saham juga mencerminkan nilai suatu perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka perusahaan tersebut dinilai semakin tinggi pula. Begitu juga sebaliknya. Melalui penilaian saham inilah para investor akan bisa memutuskan untuk menentukan strategi investasi melalui keputusan untuk membeli, menjual atau mempertahankan sahamnya.

Volume Perdagangan Saham

Volume perdagangan saham adalah aktivitas perdagangan saham yang terjadi pada waktu tertentu yang diperoleh dengan membandingkan atau membagi antara saham yang diperdagangkan dengan saham yang beredar di bursa efek (Sunur:2006). Perubahan volume perdagangan saham di pasar modal menunjukkan aktivitas perdagangan saham di bursa dan mencerminkan keputusan investasi investor. Aktivitas volume perdagangan ini digunakan untuk melihat apakah investor individual menilai pengumuman tersebut informatif. Sehingga dapat dikatakan informasi tersebut dapat memengaruhi suatu investasi. Perhitungan aktivitas volume perdagangan dilakukan dengan membandingkan jumlah saham perusahaan yang diperdagangkan dalam suatu periode tertentu dengan keseluruhan jumlah saham yang beredar perusahaan tersebut dalam kurun waktu yang sama.

Volume perdagangan saham salah satu indikator yang digunakan untuk melihat reaksi pasar terhadap kejadian atau informasi yang berkaitan dengan suatu saham. Perubahan volume perdagangan diukur dengan aktivitas volume perdagangan saham yang diukur dengan *Trading Volume Activity* (TVA). TVA merupakan perbandingan antara jumlah saham perusahaan yang beredar pada periode tertentu. Besar kecilnya perubahan TVA antara sebelum dan sesudah perusahaan melakukan pemecahan saham merupakan ukuran besar kecilnya akibat yang ditimbulkan oleh

adanya pemecahan saham terhadap volume perdagangan saham. Pemecahan saham yang digunakan oleh perusahaan ketika harga saham dinilai tinggi akan mempunyai nilai jika terdapat perubahan dalam volume perdagangan sahamnya. Besar kecilnya pengaruh pemecahan saham terhadap volume perdagangan saham terlihat dari besar kecilnya jumlah saham yang diperdagangkan (Weston dan Copeland:2008).

Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham

Pada umumnya pemecahan saham dilakukan setelah terjadi kenaikan harga saham. menurut Fatmawati dan Asri Susanti (2005) "Berpendapat bahwa sebagian besar perusahaan melakukan pemecahan saham dengan maksud agar harga saham berada pada *optimal trading range* sehingga dapat meningkatkan likuiditas pemegang saham".

Stocksplit merupakan suatu informasi yang positif bagi para investor (Jogiyanto:2008). Hal ini disebabkan dengan adanya *stocksplit* maka harga saham akan dalam posisi *undervalued* (di bawah harga wajar). Harga saham yang rendah tersebut diharapkan dalam beberapa waktu kemudian akan mengalami peningkatan. Harga saham sebelum melakukan *stocksplit* tidak terlalu sering berubah bahkan tidak berubah, lalu dengan adanya *stocksplit* dimana harga saham menjadi lebih rendah diperkirakan terjadi peningkatan volume perdagangan. Tingginya volume perdagangan akan diikuti pula dengan perubahan harga saham, dimana harga saham yang rendah lambat laun akan meningkat seiring dengan peningkatan transaksi suatu saham.

Hipotesis 1: *Terdapat perbedaan antara harga saham sebelum dan sesudah dilakukan stock split*

Pengaruh Stock Split terhadap Volume Perdagangan

Pengaruh pemecahan saham terhadap volume perdagangan saham Menurut (Susant:2005) adalah "Pemecahan Saham dapat mempengaruhi volume perdagangan dan jumlah pemegang saham yang dalam hal ini adalah semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena jika harga saham yang ditawarkan tidak terlalu tinggi (rendah) maka banyak investor yang tertarik untuk membeli saham tersebut sehingga volume perdagangannya pun akan meningkat karena saham tersebut aktif diperdagangkan".

Pemecahan saham yang digunakan oleh perusahaan ketika harga sahamnya dinilai terlalu tinggi akan mempengaruhi kemampuan investor untuk membelinya akan mempunyai nilai jika terdapat perubahan dalam volume perdagangan sahamnya. Besar kecilnya pengaruh pemecahan saham terhadap volume perdagangan saham terlihat dari besar kecilnya jumlah saham yang diperdagangkan (Weston dan Copeland:2008). Semakin banyak investor yang akan melakukan transaksi terhadap saham tersebut maka volume perdagangan sahamnya akan meningkat.

Tiwi Nurjannati Utami (2009), Dampak Pengumuman *Stock split* Terhadap Return, Variabilitas Tingkat Keuntungan dan Aktivitas Volume Perdagangan Saham, hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengumuman *stock split* tidak terdapat perbedaan pada aktivitas volume perdagangan saham. Pengumuman ini mengidentifikasi bahwa pengumuman *stock split* tidak membawa pengaruh terhadap likuiditas saham perusahaan yang bersangkutan

lin Indarti (2011), Analisis Perbandingan Harga saham dan Volume, dengan hasil penelitian terdapat perbedaan rata-rata harga saham yang signifikan pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham. Dan mengemukakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara volume perdagangan sebelum dan sesudah peristiwa pemecahan saham

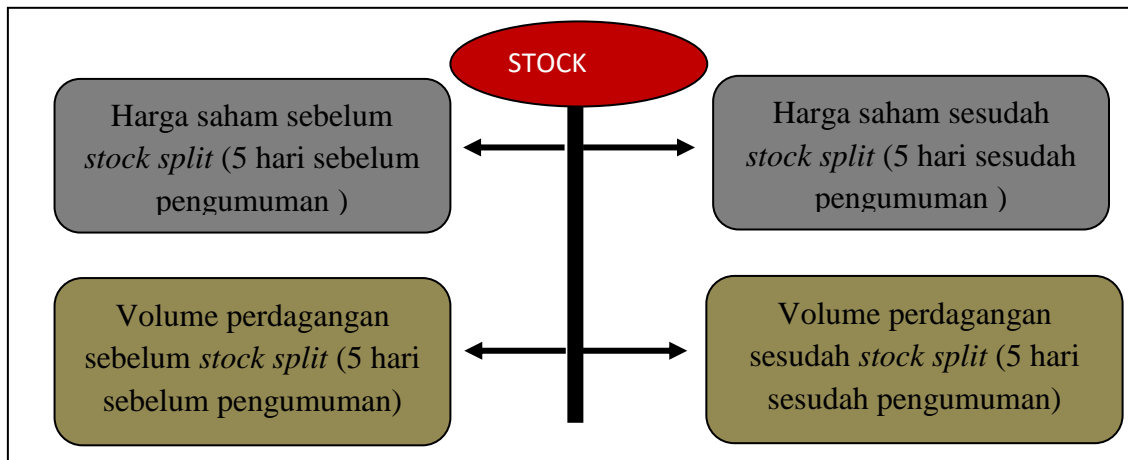
Togi Lumban Tobing (2014), Analisis Dampak *Stock Split* Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI, kesimpulan penelitiannya terdapat perbedaan signifikan pada harga saham penutupan (*closing price*) sebelum dan sesudah dilakukannya pemecahan saham (*stock split*). Dan mengemukakan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada volume perdagangan saham sebelum dan sesudah dilakukannya pemecahan saham (*stock split*).

Hipotesis 2: *Terdapat perbedaan antara volume perdagangan sebelum dan sesudah dilakukan stock split*

Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka penelitian menganalisis adanya perbedaan variable independen yaitu harga saham dan volume perdagangan saham sebelum dan sesudah terhadap variable dependen yaitu stock split pada perusahaan yang listing di BEI tahun 2013-2016.

Gambar 1.
Sebelum dan Sesudah Pengumuman *Stock Split*



METODE PENELITIAN

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang melakukan *stock split* yang listing di BEI pada periode 2013-2016 yang bergerak disemua sektor.

Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan dilakukan dengan menggunakan jenis purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang melakukan *stock split* yang listing di BEI selama tahun 2013-2016
2. Perusahaan tersebut tidak mengeluarkan kebijakan-kebijakan seperti, *right issue*, pembagian deviden dan pembagian saham bonus.
3. Memiliki data yang dibutuhkan seperti harga saham dan volume perdagangan.

Selanjutnya sampel penelitian ini adalah sebanyak 36 perusahaan.

Variabel Penelitian

Definisi Konseptual Variabel

1. *Stock Split* (Y)

Pemecahan saham (*stock split*) adalah memecah selembarnya saham menjadi n lembar saham. harga per lembar saham baru setelah *stock split* adalah sebesar 1/n dari harga sebelumnya. Dengan demikian, sebenarnya *stock split* tidak menambah nilai perusahaan, atau dengan kata lain, *stock split* tidak mempunyai nilai ekonomis. (Jogiyanto Hartono:2005).

2. Harga Saham (X_1)

Harga saham dalam penelitian ini adalah harga saham yang tercatat setiap akhir periode setelah penutupan (*closing price*) untuk perusahaan yang melakukan *stock split*. Menurut Ahmad (2003) harga saham adalah harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan .

3. Volume Perdagangan (X_2)

Volume perdagangan saham sebelum pengumuman pemecahan saham menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan pemecahan saham mengalami likuiditas perdagangan saham yang lebih rendah dari pada perusahaan yang tidak melakukan pemecahan saham. (Sriwidharmely:2006)

Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional dalam penelitian ini adalah volume perdagangan saham, dan harga saham. Berikut ini akan dijelaskan mengenai definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini :

1. Harga saham

- 1) Harga Pasar Saham Relatif Sebelum Pengumuman Pemecahan saham

$$HR = \frac{P}{\left(\frac{Nt}{Nt+1}\right)}$$

Keterangan :

HR = Harga pasar saham relatif sebelum pemecahan saham

- P = Harga sebelum pemecahan saham
Nt = Nilai nominal saham sebelum pemecahan saham
Nt₊₁ = Nilai nominal saham setelah pemecahan saham

Skala: Ratio

2) Harga Pasar Saham Relatif Setelah Pengumuman Pemecahan saham

$$HRs = Ps$$

Keterangan :

- HRs = Harga pasar saham relatif setelah pemecahan saham
Ps = Harga saham setelah pemecahan saham

Skala: Ratio

2. *Volume Perdagangan Saham*

Volume perdagangan saham adalah jumlah saham j yang diperdagangkan pada hari t dengan jumlah saham j yang beredar pada hari t . Volume perdagangan saham ditukar dengan *Tranding Volume Activity* (TVA) dengan membandingkan jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu.

$$TVA = \frac{\text{Jumlah Saham } j \text{ yang diperdagangkan pada periode tertentu}}{\text{Jumlah saham } j \text{ yang beredar pada waktu tertentu}}$$

Skala: Ratio

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mengutamakan pada uji normalitas data, apabila data berdistribusi normal maka uji yang digunakan adalah uji parametrik *Paired Sample t Test*.

1. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk menguji perbedaan harga saham dan volume perdagangan saham pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham. Uji beda dilakukan untuk membuktikan terdapat tidaknya dampak signifikan *stock split* terhadap harga saham dan volume perdagangan pada sebelum dan sesudah *stock split*. Uji ini dilakukan dengan cara *Paired Sample t Test*.

Paired Sample t Test digunakan jika data berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan adalah berdasar nilai probabilitas adalah jika signifiikasi $< 0,05$ (tingkat signifikansi 5%) maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah *stock split*.

HASIL DAN PEMBAHASAN (Arial, 10, Bold)

Hasil Penelitian

Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI yang melakukan *stock split* selama periode waktu 2013-2016 adalah pada tahun 2013 ada sebanyak 8 perusahaan, pada tahun 2014 ada sebanyak 9 perusahaan yang melakukan *stock split*. Sedangkan pada tahun 2015 ada sebanyak 5 perusahaan yang melakukan *stock split*. Dan pada tahun 2016 ada sebanyak 14 perusahaan yang melakukan *stock split*.

Uji Normalitas data.

Hasil uji normalitas data harga saham sebelum dan sesudah dilakukan *stock split* menghasilkan nilai absolut (D) = 0,235 utk harga saham sebelum *stock split* dan nilai absolut (D) = 0,128 utk harga saham sesudah *stock split*. Nilai D tabel adalah 0,242 pada 34 sampel dengan $\alpha = 0,05$. Nilai KS Z = 1,373 utk harga saham sebelum *stock split* dan Z = 0,744 harga saham sesudah *stock split*, artinya nilai Z di bawah 1,97 maka dapat dikatakan tidak ada perbedaan antara distribusi teoritik dan distribusi empiric, sehingga dapat disimpulkan distribusi data normal.

Hasil uji normalitas data volume perdagangan sebelum dan sesudah dilakukan *stock split* menghasilkan nilai absolut (D) = 0,137 utk volume perdagangan sebelum *stock split* dan nilai absolut (D) = 0,145 utk volume perdagangan sesudah *stock split*. Nilai D tabel adalah 0,242 pada 34 sampel dengan $\alpha = 0,05$. Nilai KS Z = 0,796 utk harga saham sebelum *stock split* dan Z = 0,847 harga saham sesudah *stock split*, artinya nilai Z di bawah 1,97 maka dapat dikatakan tidak ada perbedaan antara distribusi teoritik dan distribusi empiric, sehingga dapat disimpulkan distribusi data normal.

Uji Hipotesis

Nilai *paired sample correlation* diperoleh hasil korelasi antara kedua variabel menghasilkan angka 0,600 pada tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menyatakan bahwa korelasi harga saham sebelum dan sesudah *stock split* berhubungan secara nyata karena nilai probabilitas $< 0,05$.

Nilai *t* harga saham = 11,371 pada signifikansi 0,000 (*p-value* = 0,05) maka dapat disimpulkan harga saham sebelum dilakukan *stock split* berbeda nyata dengan sesudah *stock split*. Artinya *stock split* yang dilakukan telah memberikan perbedaan terhadap harga saham secara signifikan.

Nilai *paired sample correlation* diperoleh hasil korelasi antara kedua variabel menghasilkan angka 0,852 pada tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menyatakan bahwa korelasi volume perdagangan saham sebelum dan sesudah *stock split* berhubungan secara nyata karena nilai probabilitas $< 0,05$.

Nilai *t* volume perdagangan saham = 2,245 pada signifikansi 0,032 (*p-value* = 0,05) maka dapat disimpulkan volume perdagangan saham sebelum dilakukan *stock split* berbeda nyata dengan sesudah *stock split*. Artinya *stock split* yang dilakukan telah memberikan perbedaan terhadap volume perdagangan saham secara signifikan.

Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada 34 perusahaan dari berbagai sektor pada perusahaan yang list di BEI tahun 2013-2016 menunjukkan hasil yang dapat memberikan kesimpulan bahwa *stock split* memberikan perbedaan terhadap harga saham dan volume perdagangan saham dengan rentang pengamatan 5 hari sebelum dan 5 hari sesudah tanggal pengumuman.

Trading Range Theory memberikan penjelasan bahwa *stock split* meningkatkan likuiditas perdagangan saham. Menurut teori ini, manajemen menilai harga saham terlalu tinggi sehingga kurang menarik diperdagangkan. Manajemen berupaya untuk menata kembali harga saham pada rentang harga tertentu yang lebih rendah dibandingkan sebelumnya. Hal ini diharapkan semakin banyak partisipan pasar yang akan terlibat dalam perdagangan. Dengan adanya *stock split*, harga saham akan turun sehingga akan banyak investor yang mampu bertransaksi.

Trading Range Theory menyatakan bahwa manajemen melakukan *stock split* didorong oleh perilaku praktisi pasar yang konsisten dengan anggapan bahwa dengan melakukan *stock split* dapat menjaga harga saham tidak terlalu mahal. Di mana selanjutnya nilai nominal saham dipecah karena ada batas harga yang optimal untuk saham. Tujuan dari pemecahan nilai nominal saham adalah untuk meningkatkan daya beli investor sehingga akan tetap banyak pelaku pasar modal yang mau memperjualbelikan saham yang bersangkutan. Kondisi ini pada akhirnya akan meningkatkan likuiditas saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Togi Lumban Tobing (2014) dan Iin Indarti (2011). Lebih lanjut dengan pemecahan saham maka harga saham akan lebih rendah, sehingga lebih banyak investor individual terdorong untuk membeli saham dan diharapkan likuiditas saham tersebut meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil Penelitian ini memberikan kesimpulan:

- a) Terdapat perbedaan harga saham sebelum dan sesudah pengumuman *stock split*.
- b) Terdapat perbedaan volume perdagangan saham sebelum dan sesudah pengumuman *stock split*.

Implementasi

Terdapat perbedaan harga saham dan volume perdagangan saham sebagai dampak dilakukan *stock split* oleh perusahaan menunjukkan bahwa terdapat implikasi yang nyata dari *Trading Range Theory*. Artinya bahwa perusahaan dengan harga saham yang tinggi perlu melakukan *stock split* dengan tujuan dapat menurunkan harga saham dan meningkatkan volume perdagangan saham.

Kelemahan Penelitian

Esensi *Trading Range Theory* menganggap harga pasar saham selalu tinggi, oleh sebab itu perlu kiranya mengkaji lagi implikasi *stock split* dengan tinjauan perseptif *grand theory* yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Subekti, Dwi. 2014. *Pengaruh Stock Split Terhadap Abnormal Return dan Volume Perdagangan saham (2001-2013)*.
- Didit. 2013. *Pemecahan Saham (stock Split)*. (diditnote.blogspot.co.id). diakses 2 Maret 2016
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Mitra Wacana Media: Jakarta.

- Hadi, Nor.2013.*Pasar Modal*.Edisi Pertama.Grahailmu:Yogyakarta.
- Hartono, Jogiyanto.2005.*Pasar Efisien Secara Keputusan*.PT.Gramedia Pustaka Umum:Jakarta.
- Hasna Rizki F, Chotyahani.2010.*Analisis Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Go Publik*.Universitas Diponegoro.Semarang
- Hendrawijaya,Michel.2009.*Analisis Perbandingan Harga Saham , Volume Perdagangan dan Abnormal Return Saham Sebelum dan Sesudah Pemecahan Saham*.
- Indarti, Iin.2011.*Analisis Perbandingan Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Sebelum dan Sesudah Stock Split*.STIE Widya Manggala.Semarang.
- Karnadjaja, Agustino.dkk.2008.*Smart Investment For Mega Profit*.PT.Alex Media Komputindo:Jakarta.
- Kusumawardani,Santi.2014.*Pengaruh Kebijakan Pemecahan Saham Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Pada Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Indonesia*.STIE Ekuitas.Bandung.
- Lumban Tobing, Togi.2014.*Analisis Dampak Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI*.
- Nurjannati Utami,Tiwi.2009.*Dampak Pengumuman Stock Split Terhadap Variabilitas Tingkat Keuntungan dan Aktivitas Volume Perdagangan Saham*.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2015). Internet Financial Report: Respons Pasar Sebelum dan Sesudah Tanggal Publikasi. *Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta (KOPERTIS) Wilayah VII*, 68.
- Prasetya,ferry.2012.*Teori Informasi Asimetri*.Universitas Brawijaya.Malang
- Shobarianti Darminto,Ikrima.2012.*Pengaruh Harga Saham,Volume Perdagangan saham dan Varian Return Terhadap Bid Ask Spread di Seputar Pengumuman Stock Split*.Universitas Brawijaya.Malang.
- Widiastutu,Destry.2015.*Dampak Stock split Terhadap Likuiditas Saham*.Universitas Negri Yogyakarta.Yogyakarta.

Orientasi Nilai Konsumen Berbelanja di Swalayan Syari'ah

Eko Wicaksono, SE., M.Si.
STIE WIDYA GAMA LUMAJANG
email : ekowicaksono333@gmail.com

Abstrak

Saat ini banyak lembaga-lembaga ekonomi yang beroperasi dengan memakai sistem syari'ah. Pada saat terjadinya krisis banyak bank-bank konvensional kehilangan keseimbangan akibat inflasi, hanya bank yang memakai sistem syari'ah yang mampu bertahan pada saat itu. Indonesia yang mayoritas adalah Umat beragama Islam seharusnya menjadi lahan yang baik bagi perkembangan sistem syari'ah akan tetapi justru perkembangan sistem syari'ah di Indonesia jauh tertinggal oleh negara tetangga seperti Malaysia. Lembaga-lembaga ekonomi yang memakai sistem syari'ah diantaranya adalah bank, leasing, asuransi, perhotelan dan swalayan. Untuk yang terakhir ini swalayan 212 Syari'ah adalah satu-satunya swalayan tersebar di Indonesia yang memakai sistem syari'ah dalam operasionalisasinya. Kehadirannya di tengah-tengah menjamurnya swalayan konvensional serta alasan orang berbelanja di swalayan membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan permasalahan yang dibuat oleh peneliti adalah faktor-faktor apa yang melatar belakangi konsumen berbelanja di swalayan 212. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kombinasi antara dua pendekatan penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Dengan memakai pendekatan studi deskriptif yaitu untuk menggambarkan apa yang peneliti temukan di lapangan. Adapun alasan penulis memakai dua metode penelitian disini adalah untuk lebih dapat melihat lebih jauh gambaran tentang keberadaan swalayan syari'ah dan orientasi konsumen berbelanja di swalayan 212 syari'ah. Lokasi penelitian yaitu di swalayan 212 Syari'ah yang terletak di jalan Cokroaminoto Kota Probolinggo. Dengan unit analisis pengelola dari swalayan 212 Syari'ah dan juga para konsumen yang berbelanja di swalayan 212 Syari'ah. Dari hasil penelitian sementara di swalayan 212 Syari'ah diketahui bahwa swalayan ini didirikan bukan hanya karena sebagai salah satu strategi pemasaran akan tetapi merupakan kebangkitan ekonomi umat Islam dan bertujuan untuk mensejahterakan bagi umat Islam tersebut dengan usaha bersama melakukan rebranding kopeasi Syari'ah 212 di seluruh kota kabupaten Indoensia dan dengan namanya menjadi Swalayan 212 membuktikan keseriusan umat islam untuk menjalankan operasionalisasi swalayannya secara menyeluruh sesuai dengan ajaran Islam. Dimana mereka hanya menjual produk yang bersertifikasi halal dan yang mereka yakini bahwa produk itu adalah halal. Sedangkan bagi para konsumen yng memilih berbelanja di sini karena produk yang dijual halal, karena ajaran agama, karena sistem bagi hasil dan juga karena suasana Islami yang mampu dihadirkan oleh swalayan 212 Syari'ah ini.

Kata kunci: *Swalayan Syariah, Strategi Pemasaran*

Abstract

Currently, many economic institutions are operating by using sharia system. At the time of the crisis many conventional banks lost their balance due to inflation, only banks using the shari'a system were able to survive at the time. The majority of Indonesia is the Moslem should be a good land for the development of sharia system but the development of sharia system in Indonesia far behind by neighboring countries like Malaysia. Economic institutions that use sharia system include banks, leasing, insurance, hospitality and self-service. For the latter, self-service 212 Syari'ah is the only supermarket in Indonesia that uses sharia system in its operation. Its presence in the midst of the proliferation of conventional supermarkets and the reason people shop in supermarkets make writers interested in doing research and problems made by researchers are what factors the background of consumers shopping at self-service 212. In this study the authors use a combination of two research approaches that are qualitative and quantitative. Using a descriptive study approach that is to describe what researchers found in the field. The reason the authors use two research methods here is to be able to see more picture about the existence of self-service sharia and consumer orientation shopping in self-service 212 shari'ah. The location of research is in self-service 212 Syari'ah which is located in Cokroaminoto street, Kota Probolinggo. With a unit of management analysis of self-service 212

Syari'ah and also consumers who shop at self-service 212 Shari'ah. From the results of research while in self-service 212 Shari'ah known that this supermarket was founded not only because as one of the marketing strategy but is the economic rise of Muslims and aims to prosper for Muslims with a joint effort to rebranding kopeasi Shari'ah 212 across districts of Indonesia and by its name became Self-Service 212 proves the seriousness of Muslims to carry out its comprehensive self-service operations in accordance with Islamic teachings. Where they only sell products that are halal certified and they believe that the product is halal. As for the consumers yng choose to shop here because the products are sold halal, because the teachings of religion, because the system for the results and also because of the Islamic atmosphere that can be presented by self-service this Shari'ah 212.

Keywords: Supermarkets Sharia, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Bagi masyarakat Indonesia jelas mayoritas penduduknya muslim sekitar 80 % dari 220 juta penduduk Indonesia, namun pemahaman akan ekonomi syari'ah belum tersosialisasi dengan baik. Masyarakat lebih banyak mengenal bank syari'ah, pada hal tidak hanya kegiatan bisnis perbankan berbasis syari'ah tetapi ada sektor lain seperti reksadana, perhotelan, asuransi, multilevel marketing hingga penyiaran (broadcast). Namun tidak dapat dipungkiri bahwa sektor perbankan paling dominan kegiatan ekonomi syari'ah.

Filosofi ekonomi syari'ah yaitu untuk mensejahterakan rakyat, tujuannya menggerakkan perekonomian rakyat, untuk membangun kemampuan umat, sebagai salah satu alat utama untuk menjalankan roda ekonomi berdasarkan syari'ah, ekonomi syari'ah tidak diperuntukkan hanya kepada umat islam namun berlaku umat lainnya secara universal sepanjang tidak melanggar koridor akidah islam, ekonomi syariah sebagai salah satu alat untuk memerangisegala bentuk riba seperti praktik pembungaan uang yang dibangun oleh perbankan konvensional.

Keadaan di posisi yang tanggung seringkali sulit untuk meraih keuntungan terutama di kalangan pengelola swalayan (mart). Dimana swalayan tersebut menyediakan barang kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok eceran dengan cara swalayan dengan menawarkan kenyamanan belanja, harga yang bersaing, serta produk beragam dengan kualitas yang relatif terjamin. Banyak masyarakat dari semua kalangan yang tertarik untuk berbelanja di tempat –tempat tersebut selain harga yang ditawarkan tidak terlalu berbeda dengan harga-harga di pasar tradisional,, sarana dan prasarana di tempat belanja jauh lebih lengkap dan bersih. Seiring perkembangan keberadaan pasar modern bahkan mampu menggeser keberadaan pasar tradisional. Di tahun 2000 banyak berdiri supermarket-supermarket seperti indomart dan alfa di tingkat kelurahan dan desa. Mereka mendirikan bangunan di jalan-jalan utama desa /kelurahan, sekaramg pertumbuhan pasar tadisional hanya 24, 66% sementara pasar modern 75,34%, dibandingkan pada 10 tahun sebelumnya pasar tradisional lebih tinggi prosentasenya dibandingkan pasarn modern.

Banyak faktor penyebab terjadinya pergeseran peran pasar tradisional yaitu salah satunya perubahan gaya hidup konsumen. Konsumen bukan sekedar ingin membeli barang dan atau semua kebutuhan tapi juga ingin mendapatkan pelayanan dan kenyamanan saat berbelanja. Supermarket adalah pilihan bagi mereka yang ingin berbelanja dalam kenyamanan dan menentukan pilihan produk berdasarkan keinginan sendiri. Tapi harga sebuah produk yang sama pasti lebih mahal apabila dibeli di *supermarket* daripada di pasar tradisional. Hal lain terjadi karena *hipermarket* mulai bersaing dengan harga produk yang lebih murah daripada di pasar tradisional. Akibatnya segmentasi pengunjung pasar tradisional yang merupakan pencari harga sejati bergerak membanjiri *hipermarket*.

Saat ini ada begitu banyak *supermarket* yang berdiri, belum lagi dengan munculnya raksasa *hipermart* yang menawarkan suasana dan kenyamanan dalam berbelanja. Strategi baru dalam menghadapi persaingan dengan sesama peritel modern tidak bisa dielakkan, pengelola *supermarket* memang tidak memiliki pilihan lain kecuali harus mengatur strategi baru agar bisa bertahan. Pengelola swalayan tidak bisa lagi bertumpu pada strategi klasik, tetapi sudah saatnya meracik strategi *marketing mix* yang lebih jitu, mulai *product, price, place, hingga promotion*. Bila sekedar bertumpu pada daya tarik persaingan harga, maka tentunya swalayan akan kehilangan pelanggan. Dalam hal Pengelola swalayan harus mampu meningkatkan layanan dan berpromosi, serta juga menyediakan produk-produk yang eksklusif. Artinya, produk yang hanya tersedia di toko swalayan itu. Apalagi, saat ini konsumen cenderung semakin memilih belanja produk segar di pasar modern dibandingkan di pasar tradisional. Alasannya, pasar modern dirasakan ada jaminan kualitas keamanan makanan. Barangkali disinilah celah mendongkrak daya saing swalayan.

Swalayan syariah yang menawarkan konsep lain dalam berbelanja adalah swalayan *syari'ah*. "Assalamu'alaikum." Itulah sapaan awal para pramuniaga kepada seluruh pengunjung 212 Mart yang berlokasi di Jl. Cokroaminoto Probolinggo. Dengan ramah, para pramuniaga pakai kopiah, akan menuntun dan menemani pengunjung berbelanja di swalayan dan berhawa sejuk. Musik berirama kasidah menemani setiap langkah pengunjung. Kekuatan nilai Islam semakin terasa ketika selesai melakukan transaksi. "Kami jual ya, Pak..." ujar kasir, sebagai tanda akad yang diharuskan Islam dalam hal jual-beli. Keindahan dan ketenangan batin menyergap pengunjung. Suasana itu terekam dan terpancar saat setiap pengunjung 212 Mart, sebuah perbelanjaan yang baru di Indonesia yang menawarkan konsep *syari'ah*.

Nilai merupakan sesuatu yang abstrak sehingga sulit untuk dirumuskan ke dalam suatu pengertian yang memuaskan. Beberapa ahli merumuskan pengertian nilai dari beberapa perspektif yakni perspektif antropologis, filsafat dan psikologis. Manusia menganggap sesuatu bernilai, karena ia merasa memerlukan atau menghargainya. Dengan akal dan budinya manusia menilai dunia dan alam sekitarnya untuk memperoleh kepuasan diri baik dalam arti memperoleh apa yang diperlukannya, apa yang menguntungkannya, atau apa yang menimbulkan kepuasan batinnya. Ketika seseorang telah memilih untuk menjalankan kehidupan dengan berlandaskan nilai-nilai dari agamanya dia akan merasa puas karena disini dia telah menganggap dirinya telah menjalankan apa yang diperintahkan oleh Tuhan. Orientasi nilai menunjuk kepada standar-standar normatif yang mempengaruhi dan mengendalikan pilihan-pilihan individu terhadap tujuan yang dicapai dan alat yang dipergunakan untuk mencapai tujuan itu. Dengan berorientasinya seseorang berdasarkan nilai-nilai agama dapat mempengaruhi pikirannya dalam menentukan pilihan-pilihan yang sesuai dengan ajaran agama. Hadirnya swalayan *Syari'ah seperti 212 mart* yang membawa label *syari'ah* secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi pilihan-pilihan masyarakat agar menjalankan ajaran agamanya yang telah ditentukan.

Saat ini begitu banyak bentuk lembaga-lembaga *syari'ah* di Indonesia. Mulai dari bank, leasing, hotel, asuransi, sampai juga kepada bentuk swalayan. Akan tetapi umat Islam yang sangat mayoritas di negara ini masih sangat sedikit yang memilih model-model ekonomi yang berbentuk *syari'ah* ini. Dimana sebenarnya mereka inilah yang menjadi target utama dalam kemunculan lembaga-lembaga ekonomi yang berbentuk *syari'ah* ini. Berawal dari kenyataan ada ketertarikan terhadap faktor apa yang mendorong orang untuk ikut dalam sistem ekonomi *syari'ah* khususnya konsumen yang berbelanja di 212 Mart yang merupakan model ekonomi *syari'ah*

KAJIAN PUSTAKA

Parsons mengembangkan kerangka A-G-I-L untuk menganalisa persyaratan fungsional dalam semua sistem sosial. Adapun kerangka A-G-I-L yaitu : *A-Adaptation*, menunjuk pada keharusan bagi sistem-sistem sosial untuk menghadapi lingkungannya. Lingkungan, seperti yang sudah kita ketahui, meliputi yang fisik dan sosial. Untuk suatu kelompok kecil, lingkungan sosial akan terdiri dari satuan institusional yang lebih besar dimana kelompok itu berada. Untuk sistem-sistem yang lebih besar, seperti misalnya masyarakat keseluruhan, lingkungan akan meliputi sistem-sistem sosial lainnya dan lingkungan fisik; *G-Goal attainment*, merupakan persyaratan fungsional yang muncul dari pandangan bahwa tindakan itu diarahkan pada tujuan-tujuannya. Namun perhatian yang diutamakan disini bukanlah tujuan individu melainkan tujuan bersama dalam suatu sistem sosial. Dalam salah satu dari kedua hal itu, pencapaian tujuan merupakan sejenis kulminasi tindakan yang secara intrinsik memuaskan, dengan mengikuti kegiatan-kegiatan penyesuaian persiapan. Menurut skema alat tujuan pencapaian maksud ini adalah tujuannya sedangkan kegiatan penyesuaian yang sudah terjadi sebelumnya merupakan alat untuk merealisasi tujuan ini; *I-integration*, merupakan persyaratan yang berhubungan dengan interalasi antara para anggota dalam sistem sosial itu. Supaya sistem sosial itu berfungsi secara efektif sebagai satu satuan, harus ada paling kurang suatu tingkat solidaritas diantara individu yang termasuk didalamnya. Masalah integrasi menunjuk pada kebutuhan untuk menjamin bahwa ikatan emosional yang cukup yang menghasilkan solidaritas dan kerelaan untuk bekerjasama dikembangkan dan dipertahankan. Ikatan-ikatan emosional ini tidak boleh tergantung pada keuntungan yang diterima atau sumbagan yang diberikan untuk tercapainya tujuan individu atau kolektif; *L-latent pattern maintenance*. Konsep latensi menunjukkan ada berhentinya interaksi. Para anggota dalam sistem sosial apa saja bisa letih dan jenuh serta tunduk pada sistem sosial lainnya dimana mungkin mereka terlibat. Karena itu, semua sistem sosial harus berjaga-jaga bilamana sistem itu sewaktu-waktu berantakan dan para anggotanya tidak lagi bertindak atau berinteraksi sebagai anggota sistem.

Orientasi *motivasional* menunjuk pada keinginan individu yang bertindak itu untuk memperbesar kepuasan dan mengurangi kekecewaan. Satu segi dari permasalahan ini adalah ikhtiar untuk menyeimbangkan kebutuhan-kebutuhan langsung yang memberikan kepuasan dengan

tujuan-tujuan jangka panjang. Orientasi *nilai* menunjuk pada standar-standar normatif yang mengendalikan pilihan-pilihan individu (alat dan tujuan) dan prioritas sehubungan dengan adanya kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan yang berbeda.

Dimensi-dimensi itu adalah sebagai berikut :

1. Orientasi motivasional yaitu dimensi kognitif, dimensi katektik dan dimensi evaluatif ;
 - a) Dimensi kognitif pada dasarnya menunjuk pada pengetahuan orang yang bertindak itu mengenai situasinya, khususnya kalau dihubungkan dengan kebutuhan dan tujuan-tujuan pribadi. Dimensi ini mencerminkan kemampuan dasar manusia untuk membedakan antara rangsangan- rangsangan yang berbeda dan membuat generalisasi dari satu rangsangan dengan rangsangan lainnya. b) Dimensi *katetik* dalam orientasi motivasional menunjuk pada reaksi afektif atau emosional dari orang yang bertindak itu terhadap situasi atau pelbagai aspek di dalamnya. Ini juga mencerminkan kebutuhan dan tujuan individu. Umumnya, orang memiliki suatu reaksi emosional positif terhadap elemen-elemen dalam lingkungan itu yang memberikan kepuasan atau dapat digunakan sebagai alat dalam mencapai tujuan; dan reaksi yang negatif terhadap aspek-aspek dalam lingkungan itu yang mengecewakan. c) Dimensi evaluatif dalam orientasi motivasional menunjuk pada dasar pilihan seseorang antara orientasi kognitif atau katektif secara alternatif.

2. Orientasi Nilai yaitu dimensi kognitif, dimensi apresiatif dan dimensi moral.
 Ketiga dimensi yang terdapat dalam orientasi nilai tampaknya sama dengan ketiga dimensi dalam orientasi motivasional. Tetapi dimensi-dimensi itu bisa berdiri sendiri. Perbedaan yang prinsip adalah bahwa komponen-komponen dalam orientasi nilai menunjuk pada standar normatif umum, bukan keputusan dengan orientasi tertentu. Jadi dimensi kognitif dalam orientasi nilai menunjuk pada standar-standar yang digunakan dalam menerima atau menolak perbagai interpretasi kognitif mengenai situasi, dimensi apresiatif menunjuk pada standar yang tercakup dalam pengungkapan perasaan atau keterlibatan afektif. Yang terakhir, dimensi moral dalam orientasi nilai menunjuk pada standar-standar abstrak yang digunakan untuk menilai tipe-tipe tindakan alternatif menurut implikasinya terhadap sistem itu secara keseluruhan (baik individu maupun sosial) dimana tindakan itu berakar. Orientasi nilai keseluruhan mempengaruhi dimensi evaluatif dalam orientasi motivasional. (Johnson, Paul Doyle, 1990 : 113-115)

Konsumsi dipandang dalam Sosiologi bukan sebagai sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia tetapi berkait kepada aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas atau gaya hidup. Sosiologi memandang selera sebagai sesuatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan tergantung pada persepsi tentang selera dari orang lain.

Teori ini mengenai tindakan sosial menekankan orientasi subyektif yang mengendalikan pilihan-pilihan individu. Secara normatif diatur atau dikendalikan oleh nilai dan standar normatif bersama. Prinsip-prinsip dasar ini menurut Parson bersifat universal dan mengendalikan semua tipe perilaku manusia, tanpa memandang konteks sosial budaya tertentu.

Menurut Spranger Kebudayaan (kultur) dipandang sebagai sistem nilai-nilai karena kebudayaan itu tidak berbeda lain adalah kumpulan nilai-nilai kebudayaan yang tersusun atau diatur menurut struktur tertentu. Kebudayaan sebagai sistem atau struktur nilai-nilai ini oleh Spranger digolong-golongkan menjadi enam lapangan nilai. Keenam lapangan hidup ini masih dikelompokkan lagi menjadi dua kelompok yaitu :

- (a) Lapangan-lapangan yang bersangkutan dengan manusia sebagai individu, yang meliputi empat lapangan nilai yaitu : Lapangan pengetahuan (ilmu, teori); Lapangan ekonomi; Lapangan kesenian; Lapangan keagamaan.
- (b) Lapangan-lapangan nilai yang bersangkutan dengan manusia sebagai anggota masyarakat. Lapangan ini menyangkut manusia dengan kekuatan cinta dan cinta akan kekuasaan. Kelompok ini menyangkut dua nilai yaitu : Lapangan kemasyarakatan; Lapangan politik

Jadi menurut Spranger dalam kebudayaan itu terdapat adanya enam macam lapangan nilai, atau yang disebut juga bentuk-bentuk kehidupan. Tipe-tipe manusia menurut Spranger itu secara singkat dapat diikhtisarkan dalam tabel berikut ini :

Nilai kebudayaan yang dominan	Tipe	Tingkah laku dasar
Ilmu pengetahuan	Manusia teori	Berpikir
Ekonomi	Manusia ekonomi	Bekerja
Kesenian	Manusia estetis	Menikmati keindahan
Keagamaan	Manusia agama	Memuja

kemasyarakatan	Manusia sosial	berbakti
Politik	Manusia kuasa	Ingin berkuasa /memerintah

Spranger memberikan gambaran masing-masing tipe itu secara garis besar dikemukakan hal yang berikut ini. Seseorang itu corak sikap hidupnya ditentukan oleh nilai kebudayaan mana yang dominan, yaitu nilai kebudayaan mana yang olehnya dipandang sebagai nilai yang tertinggi. Ia akan memandang segala sesuatu, jadi juga nilai-nilai kebudayaan yang lain, dengan kacamata nilai yang dihargainya paling tinggi itu, yaitu dari kacamata nilai-nilai yang dominan itu. Sehingga nilai-nilai kebudayaan yang lain itu akan diwarnai juga oleh nilai yang dominan itu.

(1) Manusia teori

Seorang manusia teori adalah seorang intelektualis sejati, manusia ilmu. Cita- cita utamanya ialah mencapai kebenarannya dan hakikat daripada benda-benda. Banyak sekali motifnya mengusahakan ilmu pengetahuan itu hanya semata-mata untuk ilmu pengetahuan tersebut tanpa mempersoalkan faedah atau hasilnya. Tujuan yang dikejar manusia teori adalah pengetahuan yang objektif, sedangkan segi lain misalnya seperti soal-soal moral, keindahan dan sebagainya terdesak ke belakang. Ia adalah ahli pikir yang logis dan memiliki pengertian-pengertian yang jelas serta membenci segala bentuk kekaburan. Dalam kehidupan sehari-hari ia adalah seorang pecinta kebenaran dan konsekuen.

(2) Manusia ekonomi

Orang-orang yang termasuk golongan ini selalu kaya akan gagasan-gagasan yang praktis, kurang memperhatikan bentuk tindakan yang dilakukannya, sebab perhatiannya terutama tertuju kepada hasil daripada tindakan itu, hasilnya bagi dirinya sendiri. Manusia golongan ini akan menilai segala sesuatu hanya dari segi kegunaannya dan nilai ekonomisnya; dia bersikap egosentris, hidupnya dan kepentingannya sendirilah yang penting, dan orang-orang lain hanya menarik perhatiannya selama mereka masih berguna baginya, penilaian yang dikemukakannya terhadap orang lain, yang dikenakannya terhadap sesama manusia terutama didasarkan kepada kemampuan kerja dan prestasinya.

(3) Manusia estetik

Manusia estetik menghayati kehidupan seakan-akan tidak sebagai pemain, tetapi sebagai penonton, dia selalu sebagai seorang impresionis, yang menghayati kehidupan secara pasif, disamping itu dapat juga dia sebagai seorang ekspresionis, yang mewarnai segala kesan yang diterimanya dengan pandangan jiwa subjektifnya. Juga manusia estetik itu berkecenderungan ke arah individualisme; hubungan dengan orang-orang lain kurang kekal.

(4) Manusia agama

Menurut Spranger inti daripada hal keagamaan itu terletak dalam pencarian terhadap nilai tertinggi daripada keberadaan ini; siapa yang belum mantap akan hal ini belumlah mencapai apa yang seharusnya dikejanya, dia belum mencapai dasar yang kuat dalam hidupnya. Sebaliknya siapa yang sudah mencapai titik tertinggi itu akan merasa bebas, tenteram dalam hidupnya. Bagi seorang yang termasuk golongan tipe ini segala sesuatu itu diukur dari segi artinya bagi kehidupan rohaniah kepribadian, yang ingin mencapai keselarasan antara pengalaman batin dengan arti daripada hidup ini.

(5) Manusia sosial

Sifat utama daripada manusia golongan tipe ini adalah besar kebutuhannya akan adanya resonansi dari sesama manusia, butuh hidup diantara manusia-manusia lain dan ingin mengabdikan kepada kepentingan umum. Nilai yang dipandang sebagai nilai yang paling tinggi adalah "cinta terhadap sesama manusia" baik yang tertuju kepada individu tertentu maupun yang tertuju kepada kelompok manusia.

(6) Manusia kuasa

Manusia kuasa bertujuan untuk mengejar kesenangan dan kesadaran akan kekuasaannya sendiri, dorongan pokoknya adalah ingin berkuasa, semua nilai-nilai yang lain diabdikan kepada nilai yang satu ini. Kalau manusia ekonomi mengejar akan penguasaan benda-benda, maka manusia kuasa mengejar penguasaan atas manusia. (Suryabrata, 1998 : 84-92)

METODE PENELITIAN

Metode dengan judul penelitian "**Orientasi Nilai Konsumen Berbelanja di Swalayan Syari'ah**" adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. metode deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap pandangan- pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang berbelanja 212

Mart yang berlokasi di jl. Cokroaminoto Kota Probolinggo. populasi yang akan diteliti tidak memiliki sifat homogen, tetapi heterogen. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *insidental sampling*. Teknik Analisis Data penelitian kami lakukan dengan dua cara yaitu dalam bentuk kuantitatif dan kualitatif, sedangkan teknik analisis dalam bentuk kuantitatif yaitu peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, dimana hanya menjabarkan hasil penelitian dan memberikan gambaran dari masalah yang diteliti. Peneliti sengaja menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi dan situasi serta gejala yang timbul dalam penelitian dan tidak bertujuan menghasilkan hipotesis. Metode analisis yang dimaksud yaitu menggunakan metode statistik deskriptif. Pengolahan data secara statistik deskriptif dapat dilakukan dengan distribusi frekuensi. Sedangkan teknik analisis dalam bentuk kualitatif yaitu dari data Data yang diperoleh terlebih dahulu dievaluasi untuk memastikan objektivitas (kesesuaian dengan keadaan sebenarnya) dan relevansi dengan masalah yang diteliti. Temuan dalam penelitian tersebut kemudian direduksi (diedit), diinterpretasikan atau ditafsirkan, dan diorganisasikan. Kemudian dianalisis secara sistematis untuk memperoleh data sesuai dengan objek permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ekonomi syari'ah di masyarakat

Indonesia yang penduduknya mayoritas adalah umat beragama Islam belum banyak yang mengetahui atau memahami akan ekonomi syari'ah bahkan juga terjadi pada tingkatan orang yang bergerak di bidang agama. Ekonomi syari'ah adalah suatu sistem di dalam ekonomi Islam yang diterapkan kepada seluruh bangsa dan agama yang ada di dunia. Bahkan pada Akademisi perguruan tinggi masih banyak yang belum membuka program studi ekonomi syari'ah. Penduduk Indonesia yang mayoritas islam seharusnya menjadi pangsa pasar yang baik untuk menjalankan ekonomi islam, akan tapi masih banyak yang belum paham akan ekonomi syari'ah sehingga perkembangan sistem ekonomi syari'ah lambat.

2. Perkembangan Ekonomi Syari'ah

Dalam beberapa tahun terakhir sistem ekonomi syari'ah mulai menunjukkan pemulihan dan mengalami perkembang pesat sejalan dengan membaiknya perekonomian Indonesia. Fenomena kemunculan sistem ekonomi syari'ah ini pertama kali diterobos oleh bank Muamalat akan tetapi seiring perkembangannya sudah banyak bentuk-bentuk lembaga di sektor ekonomi yang memakai prinsip-prinsip syari'ah dalam operasionalnya, seperti

- a. Asuransi syari'ah
- b. Permodalan syari'ah (FIF)
- c. Perhotelan syari'ah
- d. Swalayan / supermarket syari'ah

Serta meningkatnya daya beli masyarakat dan penerapan otonomi daerah yang mendorong pertumbuhan ekonomi syari'ah dan membuka peluang bagi orang – orang muslim untuk melakukan ekspansi di sejumlah daerah yang potensial. Ditambah dengan kebijakan-kebijakan pemerintah tentang globalisasi di sektor ekonomi dan investor untuk melakukan investasi langsung, ikut mendorong pertumbuhan ekonomi disektor ekonomi khususnya pasar ritel modern / supermarket / swalayan dengan prinsip-prinsip syari'ah dalam operasionalnya. Membaiknya kondisi ekonomi makro juga berimbas terhadap perkembangan bisnis ritel di dalam negeri khususnya ritel modern (*department store*, pasar swalayan, *mini market*, *hipermarket*, dan pusat perkulakan). Bangkitnya bisnis ritel telah mendorong sejumlah pengusaha ritel modern baik lokal maupun asing untuk melakukan ekspansi dengan membuka sejumlah gerai baru di daerah-daerah potensial.

Kesediaan untuk berubah semakin dibutuhkan mengingat kecenderungan perubahan dalam situasi lingkungan bisnis meningkat sangat pesat. Perubahan di dalam lingkungan bisnis diantaranya dipengaruhi oleh kompetisi bisnis dan pasar yang semakin besar, mengindikasikan intensitas persaingan yang semakin cepat dan ketat. Perubahan dalam lingkungan bisnis ini membawa konsekuensi meningkatnya kebutuhan untuk perubahan menuju prestasi yang lebih tinggi (lebih produktif, lebih inovatif, dan pendekatan-pendekatan baru dalam pemasaran dan distribusi). Dalam situasi bisnis ini, terjadi persaingan sengit untuk merebut, mempertahankan dan menguasai *customer*. Masing-masing pelaku usaha membuat strategi bersaing yang tepat. Charles Handy menyarankan perlunya pemikiran *upside-down thinking* (berfikir terbalik dari kelaziman) dalam menyikapi situasi bisnis yang berubah. Pada konsepnya, Kartajaya menyebutkan bahwa *customer* bahkan harus dianggap sebagai *partner* atau mitra kerja. *Company* tidak bisa lagi berjualan pada mereka. Yang dapat dilakukan oleh sebuah *company* hanyalah berinteraksi dengan customer untuk kepentingan bersama. Pada titik

iniilah, sebuah *company* hanya dapat *survive* jika bisa mengusahakan suatu situasi *win-win* bersama *customer*.

Hal ini yang diyakini akan dapat diwujudkan dengan penerapan prinsip-prinsip *syari'ah* dalam operasional perusahaan. Keyakinan ini cukup beralasan, karena dalam sistem ini prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, *transparency*, *accountable* ditegakkan, Sebagai contoh dalam dunia perbankan. Bank-bank yang menerapkan sistem *syari'ah* dalam perjalanannya mampu bertahan di tengah krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Lebih jauh lagi bahwa prinsip-prinsip *syari'ah* tidak hanya diterapkan kepada *customer* tetapi juga kepada *stakeholder* karena proses produksi atau jasa secara langsung atau tidak langsung merupakan mata rantai yang tidak mungkin dipisahkan dari fungsi dan peran masing-masing *stakeholder* jika dalam rangkaian proses tersebut terdapat sesuatu yang mencederai nilai keadilan, kejujuran, transparansi, pertanggungjawaban maka dapat diyakini bahwa dalam mata rantai yang lainpun nilai-nilai tersebut akan sangat sulit direalisasikan. Kalau logika berfikirnya demikian maka yang memperoleh situasi *win-win* tidak hanya *customer* tetapi *stakeholder* secara keseluruhan. Dari pemikiran ini muncullah swalayan-swalayan *syari'ah* yang dalam operasionalisasinya memakai dan menggunakan prinsip-prinsip *syari'ah*.

3. Tujuan, kelebihan dan keunggulan swalayan syari'ah

Dalam ekonomi Islam, Keimanan memegang peranan penting dalam membentuk kepribadian, perilaku, gaya hidup, selera, dan preferensi manusia, sikap-sikap terhadap manusia, sumberdaya dan lingkungan. Menurut Chapra (*The Future of Economic*) cara pandang ini akan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas dan kualitas kebutuhan materi maupun kebutuhan psikologis dan metode pemenuhannya.

Keyakinan ini akan senantiasa meningkatkan keseimbangan antara dorongan materil dan spritual, meningkatkan solidaritas keluarga dan sosial, dan mencegah berkembangnya kondisi yang tidak memiliki standar moral. Keimanan akan memberikan saringan moral yang memberikan arti dan tujuan pada penggunaan sumber daya, dan juga memotivasi mekanisme yang diperlukan bagi operasi yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada dalam batas-batas kepentingan sosial preferensi individual sesuai dengan prioritas sosial dan menghilangkan atau meminimalisasi penggunaan sumber daya untuk tujuan yang akan menggagalkan visi sosial tersebut.

Melihat jumlah umat Islam yang begitu besar di Indonesia namun kenyataan yang ada justru umat Islam berada di posisi *marginal* dalam hal di bidang ekonomi menjadikan landasan untuk membentuk sebuah lembaga ekonomi yang dikelola dengan sistem *syari'ah* agar suatu hari umat Islam dapat bangkit dan tidak hanya jadi sekedar penonton dalam ruang lingkup ekonomi akan tetapi juga sebagai pelaku usaha.

Spranger membagi manusia ke dalam enam tipe yaitu salah satunya adalah tipe manusia agama. Menurutnya inti daripada hal keagamaan itu terletak dalam pencarian terhadap nilai tertinggi daripada keberadaan ini, siapa yang belum memahami akan hal ini belumlah mencapai apa yang seharusnya dikejanya, dia belum mencapai dasar yang kuat dalam hidupnya. Sebaliknya siapa yang sudah mencapai mengerti dan memahami akan merasa bebas, tenteram dalam hidupnya. Bagi seorang yang termasuk golongan tipe ini segala sesuatu itu diukur dari segi artinya bagi kehidupan rohaniah kepribadian, yang ingin mencapai keselarasan antara pengalaman batin dengan arti daripada hidup ini.

Sebagai sebuah swalayan yang tampil beda dengan mengusung prinsip *syari'ah* dalam operasionalisasinya, tentunya swalayan 212 kota probolinggo memiliki kelebihan dan keunggulan dibandingkan dengan swalayan umum lainnya atau swalayan konvensional. Kelebihan dari swalayan tersebut antara lain :

- 1) **Lebih aman dan nyaman/tenang berbelanja di swalayan 212**, konsumen akan merasa lebih aman dan nyaman karena keunggulan produk halal yang mengutamakan kebersihan dan kualitas produk. Pihak swalayan juga menjaga bahwa produk dan *supplier* yang memasukkan barang itu dengan sistem dan cara yang sesuai dengan aturan *syari'ah*;
- 2) **Lebih efisien**, khusus kalangan muslim, tidak perlu berburu lagi sewaktu berbelanja karena tersedianya *musholla* maka tidak akan "*mised*" dengan kesediaan produk *diffentiation*.
- 3) **Lebih untung dan berkah**, dikelola dengan prinsip *syari'ah*, maka swalayan 212, berkomit untuk berkontribusi 2,5 % zakat yang otomatis membuat pelanggan ikut beramal sewaktu berbelanja.

Sedangkan keunggulannya antara lain :

- 1) Hanya menjual produk yang halal.
- 2) Mengkontribusi sosial dengan 2,5 % zakat dari *net profit*.

- 3) Sistem transparan dan halal.
- 4) Pelayanan yang terbaik dari hati.
- 5) Produk khusus yang cocok dan *syari'ah*. Seperti makanan dan minuman yang tidak mengandung alkohol, juga kosmetik yang telah teruji kehalalan dalam hal zat dan proses.

4. Orientasi nilai konsumen berbelanja di swalayan syari'ah

Konsumen yang berbelanja di swalayan syari'ah lebih di latarbelakangi oleh aspek Seni, keagamaan, masyarakat, ilmu pengetahuan dan ekonomi yang terakhir. Dalam hal ini aspek seni keagamaan yang di latarbelakangi oleh musik bernuansa islam, dekorasi dan busana muslim yang dipakai oleh karyawan dan lantunan ayat-ayat Al-Quran. Sedangkan aspek keagamaan yang menjadi isu dan orientasi konsumen yang berbelanja di swalayan 212 yaitu adanya jaminan kehalalan, kesempatan untuk berinfak dan menjalankan nilai-nilai keagamaannya. Dari aspek masyarakat dimana konsumen yang berbelanja dikarenakan aspek toleransi, menolong kaum lemah, rasa persaudaraan atau kekeluargaan, sedangkan aspek ilmu pengetahuan yaitu dengan adanya jaminan kualitas keamanan produk, mengetahui cara kerja dan implementasi lembaga ekonomi syari'ah. Sedangkan yang terakhir orientasi nilai terakhir konsumen yang berbelanja dilatarbelakangi aspek ekonomi terkait dengan jarak, murah, diskon dan hadiah di setiap pembelanjannya.

5. Faktor –faktor yang melatarbelakangi konsumen berbelanja di swalayan syari'ah

konsumen yang berbelanja ke swalayan 212 memiliki alasan tersendiri mengapa memilih berbelanja di swalayan 212. Dari data yang diperoleh bahwa para konsumen yang berbelanja di swalayan ini lebih tertarik berbelanja disini yaitu karena jarak yang dekat antara rumah dengan lokasi tempat belanja; adanya informan dan harganya murah serta rasa persaudaraan sesama muslim.

Selain itu konsumen yang memilih belanja di swalayan ini, dikarenakan sebagai tempat belanja alternatif yang menawarkan suasana yang berbeda dibandingkan swalayan lainnya. bahwa sebagian besar para konsumen lebih tertarik untuk berbelanja disini dikarenakan unsur-unsur kesenian yang ditampilkan oleh swalayan 212. Unsur seni itu diantaranya ukiran-ukiran kaligrafi yang mendekorasi dan memenuhi sudut-sudut ruangan, lantunan ayat-ayat suci Al-Quran dan atau musik bernuansa islam sehingga para konsumen merasakan sebuah suasana yang Islami yang tidak dijumpai di swalayan. Untuk aspek ilmu pengetahuan yaitu adanya kualitas dan jaminan keamanan produk. Beberapa konsumen yang memilih berbelanja di swalayan ini karena memang sangat fanatik dengan agama. Seperti untuk dapat berinfak dan menjalankan nilai agama. Selain itu ada juga yang memilih berbelanja di sini dengan alasan untuk membantu usaha orang beriman. Hal ini juga diperkuat oleh konsep A-G-I-L nya Parson khususnya tentang goal attainment atau pencapaian tujuan, dimana yang menjadi fokus konsumen berbelanja di sini lebih dilandasi oleh aspek keagamaan.

Setiap konsumen yang berbelanja di swalayan ini menyatakan bahwa mereka mendapatkan rasa kenyamanan dalam berbelanja. Kenyamanan yang dirasakan berbeda-beda pada setiap orang. Ada yang merasa nyaman karena mendapatkan suasana yang Islami. Berbelanja juga membuat mereka merasa dalam suatu lingkungan yang homogen dan juga membantu untuk kepentingan muslim.

Dalam hal pelayanan swalayan ini berusaha dengan semaksimal mungkin menyenangkan hati para konsumen. Satu hal yang selalu menjadi motto yaitu kerja adalah ibadah juga pelayanan dengan sepenuh hati. Satu hal yang paling membedakan swalayan ini dengan swalayan lainnya adalah para pegawai di biasakan mengucapkan salam kepada setiap pengunjung dan juga mengucapkan *akad* jual beli pada saat melakukan transaksi yang dianjurkan dalam Islam. Senyum dan keramahan terpancar dari setiap perilaku karyawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Perkembangan ekonomi syari'ah di Indonesia, salah satunya bentuk pasar modern yaitu swalayan dengan penerapan menggunakan prinsip-prinsip syari'ah dalam operasionalisasinya. Melihat jumlah penduduk di Indonesia mayoritas adalah menganut agama islam, namun kenyataan yang ada umat islam berada di posisi marginal dalam hal dibidang ekonomi menjadikan landasan untuk membentuk sebuah lembaga ekonomi yang dikelola dengan sistem

syari'ah sehingga umat islam dapat bangkit untuk menjadi pelaku usaha yang menggerakkan roda perekonomian. Dengan adanya swalayan dengan prinsip syari'ah dalam operasionalisasinya tidak hanya berjualan akan tetapi juga menyiarkan ajaran – ajaran islam dalam usahanya. Selain itu keuntungan yang diterima oleh swalayan ini akan didistribusikan dengan 2,5% dalam bentuk zakat untuk kesejahteraan masyarakat yang membutuhkan. Hal ini yang membedakan sistem ekonomi syari'ah dengan sistem ekonomi kapitalis.

Ada beberapa faktor yang menjadi orientasi konsumen memilih untuk berbelanja di swalayan ini, diantaranya jarak yang dekat dengan rumah, karena ingin membantu dan rasa persaudaraan sesama muslim, juga dikarenakan suasana Islami yang dirasakan ketika konsumen berbelanja di swalayan seperti adanya lantunan ayat suci *Al- Quran*, kaligrafi yang menghiasi ruangan, selain itu juga dikarenakan harga yang dijual di swalayan ini tidak jauh beda dengan harga yang ada di pasar tradisional. Dari hasil penelitian ternyata kecenderungan konsumen berbelanja di swalayan ini lebih dilatarbelakangi oleh aspek seni khususnya seni-seni yang berhubungan dengan Islam, Kualitas keamanan produk ditambah pula adanya dorongan untuk melaksanakan ajaran agama dengan bertransaksi secara *syari'ah*, dengan ciri khas yang dimiliki swalayan ini sangat membuka kesempatan untuk memperluas pemasaran produk-produk Islam agar dapat dijual di swalayan ini yang tentu saja produk itu harus memenuhi standar yang diberikan oleh MUI. Sehingga para produsen produk-produk Islam dengan mudahnya untuk memasarkan produknya. Melihat keberadaan swalayan ini yang bukan satu-satunya swalayan dengan penerapan syari'ah yang pertama di Indonesia dan juga dengan melihat mayoritas umat Islam yang ada di Indonesia akan sangat memungkinkan untuk diterapkannya prinsip ekonomi Islam yaitu sistem syariah dalam pergerakan roda perekonomian bangsa ini. Asalkan sosialisasi tentang ekonomi *syariah* ini terus menerus dilaksanakan sehingga pemahaman akan ekonomi *syariah* benar-benar dapat dipahami oleh masyarakat.

2. Saran

Sudah saatnya ekonomi berbasis syari'ah untuk segera mengembangkan dan membuka peluang bagi pelaku usaha berbasis syari'ah melakukan ekspansi ke daerah-daerah lain yang berpotensi untuk berkembang. Sebab, begitulah pola strategi yang benar untuk pertumbuhan perusahaan. Atau dengan menambah cabang dari swalayan ini dengan cara begitu perkembangan ekonomi *syari'ah* akan menjadi lebih cepat.

Perlunya peningkatan dan intensifikasi sosialisasi mengenai manfaat dan daya guna ekonomi *syari'ah*. Agar terbangun sebuah perekonomian umat yang solid yang mampu mencapai produktifitas sesuai tujuan serta dapat mensejahterakan masyarakat yang dirasakan sangat memerlukan dengan konsep pendistribusian keuntungan melalui prinsip infak dan zakat.

Walaupun di swalayan ini menjual buku-buku yang berhubungan dengan Islam dan yang berhubungan dengan cara menjaga hati, bersikap, dan menjadi seorang muslim yang sejati akan tetapi dalam segi kelengkapan buku-buku yang dijual dirasakan masih sangat kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2001. Kamus Bahasa Indonesia Lengkap. Jakarta : Pustaka Ilmu.
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta :PT. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan (ed.). 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Umar. 2000. *Islam dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Ilmi SM, Makhalum. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Tim Ull Press.
- Muflif, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Suprayitno Eko. 2003. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial; Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media.

Situs Internet :

Ekonomi Syariah Utamakan Rakyat Bawah (<http://www.waspada.co.id>) diakses pada tanggal 19 Juni 2018

Lembaga Kajian Persaingan dan Kebijakan Usaha (<http://www.indonesia.go.id>) diakses pada tanggal 02 agustus 2018.

E-ISSN :2622-304X , P-ISSN : 2622-3031

Available online at:

<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>

PROGRESS
-Conference-

Prinsip-prinsip Ekonomi Islam (<http://kuliahekonomiislam.blogspot.com>) diakses pada tanggal 02 agustus 2018.

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT (<http://www.bnn.go.id>) diakses pada tanggal 02 agustus 2018

Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Petahunan Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang Berdasarkan Penerapan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014

Ariska Putri Kurniawati
STIE Widya Gama Lumajang
Email : ariskaputri155@gmail.com

Khoirul Ifa
STIE Widya Gama Lumajang

Noviansyah Rizal
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian pengelolaan laporan keuangan pada Desa Petahunan kecamatan Sumbersuko kabupaten Lumajang berdasarkan pada Peraturan menteri dalam negeri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang penulis gunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah dengan wawancara dan dokumentasi yaitu melakukan himpunan atas data-data sekunder untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh di lapangan dengan data kepustakaan, kemudian dilakukan analisis untuk ditarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada pemerintah desa Petahunan sudah berpedoman pada Peraturan menteri dalam negeri nomor 113 tahun 2014 tentang pedoman pengelolaan keuangan desa, yang berdasarkan pada asas-asas pengelolaan keuangan desa: perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan dan pertanggungjawaban. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya meneliti tentang pengelolaan keuangan desa tahun 2017. Sedangkan pengelolaan keuangan desapadatan berikutnya diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata kunci: Pengelolaan keuangan desa, Pemerintahan desa, APBDesa.

Abstract

The purpose of this study is to determine and analyze the suitability of financial report management in the village of Petahunan Sumbersuko district Lumajang district based on the Minister of Home Affairs Regulation number 113 of 2014 on the management of village finances. This research uses descriptive qualitative method that the author uses in the preparation of this thesis is by interview and documentation is to do the set of secondary data to obtain data that support this research. Meanwhile, to analyze the data obtained in the field with bibliographic data, then analyzed to be drawn conclusion. The results of this study indicate that the village government of Petahunan has been guided by the Minister of Home Affairs Regulation 113 of 2014 on the guidelines of village financial management, based on the principles of village financial management: planning, implementation, administration, reporting and accountability. Limitations in this study are only research on the management of village finances in 2017. While the management of village finances in the next year is expected to be examined by further researchers.

Keywords: Village financial management, Village administration, APBDesa.

PENDAHULUAN

Desa memiliki tata cara peraturan yang berbeda-beda yang bertanggungjawab dan memiliki izin untuk menetapkan dan menyelesaikan setiap kejadian muncul pada masing-masing desa tersebut. Setiap permasalahan yang timbul desa mempunyai kekuasaan dalam memutuskan setiap penyelesaian permasalahan yang timbul, setiap individu atau anggota masyarakat berhak mengajukan pendapatnya masing-masing sesuai dengan tata tertib atau tata cara hukum yang berlaku atau ditetapkan oleh negara hukum yang berdasarkan atas asas-asas yang berlaku.

Pada pemerintahan dalam tingkat yang mulai dari tingkat nasional sampai dengan desa. Setiap keputusan yang dikelola di tiap desa pemerintah pusat sudah menyerahkan tanggungjawab penuh kepada masing-masing desa berdasarkan azas otonomi daerah masing-masing, misalnya pengeluaran untuk pembangunan desa sudah sepenuhnya menjadi tanggungjawab yang diserahkan

pemerintah pusat kepada tiap-tiap desa yang ditunjuk untuk melakukan pembenahan atau pembangunan desa.

Oleh karena itu ditujukan supaya menghindari beda pendapat atau pemikiran dan perhitungan dalam mengelola pengeluaran untuk masalah yang akan dihadapi selanjutnya, sehingga dalam membenahi desa yang benar-benar di cita-citakan dan diinginkan untuk kemajuan pengembangan desa untuk mendapatkan hasil terbaik.

Pengertian *good governance* menurut Indra Bastian (2015:42) yaitu tata pemerintah yang baik menjalankan fungsi pemerintah (struktur, fungsi, manusia, aturan dan lain-lain) . Menurut bank dunia bahwa pemerintahan yang baik yaitu disiplin dalam mempertanggungjawabkan setiap anggaran pengeluaran yang telah dikeluarkan, untuk menjauhi pemikiran yang negatif contohnya pemalsuan bon barang yang telah dibeli, supaya dapat dipercaya oleh pihak-pihak tertentu diharuskan membuat proposal pengeluaran dana pembelian barang sesuai dengan bon atau yang sudah tertuliskan tanggal untuk masa pembeliannya. Oleh karena itu Bank dunia juga mensinonimkan *good governance* atau pemerintahan yang baik berlandaskan kepercayaan yang baik dengan pemerintah dan setiap individu anggota desa diharuskan memiliki ikatan yang baik sehingga dapat tercipta kerukunan yang harmonis sesuai dengan ketetapan negara dan kebijakan mengenai desa.

Didalam desa No. 6 Tahun 2014/UU lahir sebagai usaha penyempurnaan tujuan diadakannya pembaharuan desa. Semangat yang coba dihembuskan undang-undang ini adalah semangat (Desa Membangun) dan (Membangun Desa). Desa membangun dengan tujuan bahwa desa itu merencanakan, melaksanakan, dan menerima manfaat pembangunan. Sedangkan membangun desa bermaksud pemerintah melibatkan masyarakat desa yang memiliki arti bahwa diharapkan adanya sinergitas antara Desa dengan Negara dalam proses pembangunan.

Desa Petahunan adalah Salah satu desa yang berada di Kecamatan Summersuko Kabupaten Lumajang dan desa yang menerima dana APBDesa setiap tahunnya. Alasan peneliti memilih desa Petahunan ini karena ingin mengetahui kesesuaian pengelolaan keuangan desa dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) 113 Tahun 2014.

KAJIAN PUSTAKA

Desa

Didalam UU Nomor (6 Tahun 2014) Desa merupakan adat atau istiadat, desa adalah wilayah yang mengatur satuan hukum dalam tata pemerintah demi masyarakat setempat dan hak asal-usul atau negara hukum (NKRI)

Keuangan Desa

Keuangan desa dihargai dengan uang dan semua sesuatu menjadi barang/ uang dijelaskan pada permendagri No. 113 tahun 2014 yang berkaitan oleh hak dan kewajiban desa". Keuangan desa adalah konsekuensi dari adanya urusan pemerintah yang diserahkan kepada desa.

Asas pengelolaan keuangan desa itu seperti :

1. Transparan artinya terbuka-keterbukaan pada informasi yang mengetahui keuangan yang terkait dari informasi yang berwenang (Pihak terkait).
2. Akuntabel artinya dalam setiap tindakan kinerja pemerintah atau organisasi dalam wewenang yang akan pertanggungjawaban setiap hak yang berwenang.
3. Partisipatif artinya dalam lembaga perwakilan yang dilakukan langsung maupun tidak yang melibatkan setiap tindakan yang dilakukan.
4. Tertib dan disiplin anggaran artinya setiap cacatan keuangan dalam akuntansi desa harus dilakukan dengan baik atau konsisten dalam pencatatan laporannya.

Pendapatan

Pendapatan desa menurut permendagri No.113 Tahun 2014 yang artinya bahwa desa tidak usah membayar lagi atas hak desa pada 1 tahun anggaran serta dilakukan pada rekening kas desa. Pendapatan dibagi menjadi: Pendapatan Asli Desa, pendapatan transfer, dan pendapatan lain-lain.

Belanja Desa

Belanja desa semua pengeluaran dari rekening desa yang merupakan kewajiban desa dalam 1 (satu) tahun anggaran yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh desa.

Pembiayaan Desa

Pembiayaan Desa merupakan kegiatan anggaran yang dilakukan bahwa pengeluaran tidak akan diterima lagi atau setiap penerimaan harus dibayar lagi sesuai dengan anggaran pada tahun selanjutnya.

Perencanaan Pengelolaan Keuangan Desa

Perencanaan pembangunan desa yaitu ada dua jenis rencana untuk merenovasi desa setiap setengah tahun dan penyelesaiannya yang disusun secara berkala. Adapun penyusunannya dilakukan selama jangka panjang yaitu 6 tahun. Sedangkan pengerjaannya selama 1 tahun.

Pelaksanaan Pengelolaan Keuangan Desa

Mengerjakan anggaran pengeluaran dana yang dibutuhkan desa diatur dalam permendagri/ pasal 24 ayat 1, nomor 113 tahun 2014 bahwa Dalam dana pencairan yang sudah dicairkan dan bukti pengeluaran dana desa harus dikerjakan dengan persetujuan desa yang dikerjakan oleh buku tabungan desa. Semua dana yang masuk dan dikeluarkan oleh sumber-sumber terpercaya/ bisa dipercaya.

Penatausahaan/ Pemanfaatan Pengelolaan Keuangan Desa

1. Aturan Penatausahaan Keuangan Desa bahwa penatausahaan yang dikerjakan oleh staf yang ditunjuk oleh desa yang dibidangnya bertanggungjawab atas atas keuangan desa. Setiap akhir bulan bahwa bendahara harus melakukan pencatatan pengeluaran dan penerimaan secara tepat waktu.
2. Penatausahaan pengeluaran dan penerimaan :
 - a. Buku Kas Umum.
 - b. Buku Pajak Kas Pembantu.
 - c. Buku Bank.

Pelaporan Pengelolaan Keuangan Desa

Pelaporan pengelolaan keuangan desa atau kades/kepala desa yang membicarakan hasil rencana perwujudan yang nyata tentang pembangunan desa kepada bupati seperti :

1. Laporan Semester pertama
Laporan tahap awal berupa data-data rencana perwujudan pembangunan yang nyata APBDesa tersebut paling lambat disampaikan pada bulan 7 tahun tersebut.
2. Akhir tahun laporan/ keuangan desa
Laporan tahap akhir/ data-data yang harus dilaporkan pada tahap akhir dibicarakan selambat-lambatnya pada bulan 1 pada tahun tiba selanjutnya.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa

Pertanggungjawaban Keuangan desa yaitu :Kepala desa yang mengatakan data-data tentang terwujudnya pembangunan yang akan dikerjakan APBDesa kepada atasan/ pihak terkait setiap akhir tahun.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif yang dipakai/ dilaksanakan pada penelitian. Pendekatan kualitatif ini dilaksanakan untuk mendapatkan kata-kata tertulis dari orang/sample untuk dilaksanakan responden penelitian.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini di Desa PetahunKecamatan Sumpoko Kabupaten Lumajang sebagai obyek penelitian yaitu karena untuk menganalisa pengelolaan keuangannya, apakah sudah sesuai dengan Peraturan menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Data Internal

Sumber data penelitian adalah faktor penting yang menjadi pertimbangan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian menggunakan sumber internal. Menurut Indriantoro dan Supomo (2009:149) "Data Internal adalah dokumen-dokumen akuntansi dan operasi yang dikumpulkan, dicatat dan disimpan dalam suatu organisasi".

Data Eksternal

Data eksternal umumnya disusun oleh suatu entitas selain peneliti dari organisasi yang bersangkutan. Tipe data eksternal berdasarkan penerbitan, berdasarkan sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah secara internal, dimana data tersebut diambil langsung dari Kantor Desa Petahun.

Jenis Data

1. Data Primer
Yang didapat langsung dari informan adalah data primer. Menurut sugiono/2012 sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan data lain berupa studi literatur yang sangat mendukung

penulisan ini terkait dengan pengelolaan keuangan desa oleh aparatur pemerintah desa Petahunan Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Terkait dengan data sekunder, peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya menurut Sanusi (2011:104)

Teknik Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penyelenggaraan pengelolaan keuangan desa oleh aparatur pemerintah desa Petahunan. Wawancara akan dilaksanakan kepada Kepala Desa, Seketaris Desa, Bendahara Desa, dan Aparat Desa yang terkait dengan Pengelolaan Keuangan Desa.

Teknik Dokumentasi

Teknik Dokumentasi adalah kegiatan yang melakukan penghimpunan atas data-data sekunder untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini. Seperti Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa serta Dokumen Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014, dan dokumen-dokumen yang terkait dengan pengelolaan keuangan desa.

Teknik Analisis Data

Analisis yang merupakan suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.

Adapun tahapan-tahapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisa deskriptif dilakukan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum.
2. Menganalisa dan mengevaluasi pengelolaan keuangan desa untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang ada.
3. Penyajian data yaitu dengan merangkai dan menyusun informasi dalam bentuk satu kesatuan, selektif dan dipahami.
4. Menyimpulkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Petahunan

Kepala Desa yang pernah menjabat hingga sekarang adalah sebagai berikut : Pak S.Minarto tahun jabatan (1962-1986), Pak Haris tahun jabatan (1987-2002), Pak Sanan tahun jabatan (2003-2008), Pak Sanan menjabat untuk kedua kalinya pada tahun (2008-2014), dan untuk tahun sekarang yang menjabat untuk kepala desa Pak sanan pada tahun (2015-2021). Desa Petahunan yaitu wilayah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang. Secara administratif, Desa Petahunan terletak di wilayah Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang Propinsi Jawa Timur dengan posisi dibatasi oleh wilayah desa-desa tetangga. Disebelah utara berbatasan dengan Desa Banjarwaru (Kecamatan Lumajang), Disebelah barat berbatasan dengan Desa Purwosono (Kecamatan Sumbersuko), dari sisi selatan berbatasan dengan Desa Purwosono (Kecamatan Sumbersuko), dari sisi timur berbatasan dengan Desa Purwosono (Kecamatan Sumbersuko). Desa Petahunan merupakan desa yang terletak di Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang. Desa Petahunan adalah salah satu desa dari delapan desa yang ada dikecamatan Sumbersuko. Desa lain yang berada dikecamatan Sumbersuko adalah Desa Petahunan, Desa Sumbersuko, Desa Purwosono, Desa Kebonsari, Desa Labruk Kidul, Desa Grati, Desa Mojosari, Desa sentul.

Hasil Analisis Data

Dalam perencanaan desa dibagi menjadi perencanaan jangka menengah atau disebut RPJMDesa (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) dan perencanaan jangka pendek atau disebut RKPDesa (Rencana Kerja Pembangunan). Berdasarkan Peraturan Menteri Nomor 113 tahun 2014 bahwa rencana pembangunan jangka menengah (RPJMDesa) perencanaan tersebut untuk jangka waktu 6 tahun dan ditetapkan sebagai peraturan desa, dan perencanaan jangka pendek (RKPDesa) menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 114 tahun 2014 pasal 4 yang merupakan penjabaran dari RPJMDesa untuk jangka waktu 1 tahun yang dimulai disusun oleh pemerintah desa pada bulan Juli tahun berjalan dan dilaksanakan melalui Musyawarah Perencanaan Pembangunan Desa (Musrenbag). Dalam tahun 2017 Desa Petahunan lebih memprioritaskan pada bidang pembangunan Desa dalam tiap dusun (pembangunan infrastruktur). Oleh karena itu daftar prioritas pembangunan tahun 2017 dapat dilihat sebagai berikut ini :

Daftar Prioritas Desa Petahunan Tahun 2017

No	Kegiatan	Lokasi
----	----------	--------

1	Pembangunan Rehab Kantor Desa	Jl.KH.Mustofa No.12
2	Pembangunan Polindes	Jl.KH.Mustofa No.12
3	Pembangunan Rehab Rmh tangga miskin	RT 07 & RW 02
4	Pembangunan TPT/Talud	RT 06 & RW 02
5	Draenase	RT 07 & RW 02
6	Rabat Beton	RT 03 & RW 01
7	Paving	RT 06 & RW 02
8	TPT/Talud	RT 15 & RW 03
9	Pembangunan Draenase	RT 01 & RW 01

Sumber : Prioritas Desa Petahunan Tahun 2017

Sehingga dalam perencanaan yang sudah ditetapkan dalam RPJMDesa yang kemudian dijabarkan pada RKPDesa yang telah menjadi dasar untuk menyusun perencanaan pengelolaan keuangan desa (APBDesa). Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa ini adalah rencana keuangan tahunan pemerintah desa yang memuat pendapatan, belanja dan pembiayaan.

Perencanaan Keuangan Desa Petahunan

Dalam hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemerintah desa Petahunan telah melaksanakan perencanaan keuangan desa telah sesuai dengan yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 113 Tahun 2014 bagian kesatu (Pasal 20, 21) yaitu tentang perencanaan keuangan desa.

Tahap Perencanaan Keuangan Desa Petahunan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Sekretaris Desa menyusun Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa berdasarkan RKPDesa tahun berjalan.	Sekretaris Desa Petahunan Menyusun Rancangan Peraturan Desa yaitu APBDesa	SESUAI
Sekretaris Desa menyampaikan rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa kepada Kepala Desa.	Sekretaris Desa Petahunan Menyampaikan peraturan desa tentang APBDesa kepada Kepala Desa	SESUAI
Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa disampaikan oleh Kepala Desa kepada Badan Permusyawaratan Desa untuk dibahas dan disepakati bersama.	Kepala Desa menyampaikan Rancangan APBDesa kepada BPD untk disepakati	SESUAI
Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa disepakati bersama paling lambat bulan oktober tahun berjalan.	Rancangan Peraturan Desa Petahunan disepakati Bulan Januari dan September	SESUAI
Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa yang telah disepakati bersama disampaikan oleh Kepala Desa kepada Bupati/Walikota melalui camat atau sebutan lain paling lambat 3 (tiga)hari sejak disepakati untuk dievaluasi.	Rancangan Peraturan Desa Petahunan di sepakati dan disampaikan kepada Bupati/Walikota 3 hari sejak disepakati	SESUAI

(Sumber: Penulis, 2018)

Dalam Peraturan Menteri Nomor 113 tahun 2014 Pasal 20 (Bab 5) menjelaskan bahwa sekretaris desa menyusun Rancangan Peraturan desa (Raperdes) tentang APBDesa berdasarkan RKP (Rencana Kerja Pembangunan) pada tahun berkenaan. Bahwa hasil Raperdes tentang APBDesa Desa Petahunan untuk anggaran 2017 disusun 2 kali yaitu APBDesa Penetapan dan Perubahan APBDesa. APBDesa Penetapan diatur dengan Peraturan Desa Petahunan Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang Nomor 01 Tahun 2017 tentang APBDesa (Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa) dan diundangkan pada tanggal 30 Januari 2017 dalam lembaran desa Petahunan tahun 2017 Nomor 01 setelah mendapat persetujuan BPD melalui SK. Persetujuan BPD Nomor 01 pada tanggal 19 Januari 2017. Dan Perubahan APBDesa diatur dengan Peraturan Desa Petahunan Nomor 5 tahun 2017 tentang Perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa tahun anggaran 2017 dan diundangkan pada tanggal 7 September 2017 dalam lembaran desa Petahunan tahun 2017 nomor 5 setelah mendapat persetujuan BPD melalui SK. Persetujuan BPD No.1 pada tanggal 18

Agustus 2017. Oleh karena itu pelaksanaan Raperdes tentang APBDesa untuk tahun anggaran 2017 di Desa Petahunan sudah dilaksanakan dan sesuai dengan Permendagri No.113 tahun 2014.

Setelah itu sekretaris desa menyampaikan Raperdes tentang APBDesa kepada Kepala Desa menyampaikan Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa kepada Kepala Desa. Oleh karena itu atas persetujuan bersama Kepala desa dan BDP (Badan Permusyawaratan Desa) menyepakati atas Perubahan Persetujuan terhadap Peraturan Desa Tentang Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa tahun Anggaran 2017, sehingga perubahan Raperdes tentang APBDesa Desa Petahunan dengan Nomor 5 tahun 2017 tentang Perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa tahun Anggaran 2017 dan diundangkan pada tanggal 7 september 2017 dan mendapat persetujuan BPD melalui SK, sehingga persetujuan BPD Nomor 5 pada tanggal 18 Agustus 2017. Sehingga desa petahunan sudah sesuai dengan Permendagri No.113 tahun 2014.

Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa disampaikan oleh Kepala Desa kepada Badan Permusyawaratan Desa untuk dibahas dan disepakati bersama, yang terjadi kesepakatan kedua belah pihak yang terjadi Perubahan Raperdes tentang APBDesa Desa Petahunan dengan Nomor 5 tahun 2017 tentang Perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa tahun Anggaran 2017.

Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa disepakati bersama paling lambat bulan oktober tahun berjalan, perencanaan Pengelolaan Keuangan Desa Petahunan sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 yang sudah di jelaskan oleh aparat desa bahwa sudah ditetapkan pada bulan September dan penetapan dalam berita acara, sehingga desa petahunan sudah sesuai dengan peraturan menteri dalam negeri nomor 113 tahun 2014.

Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa yang telah disepakati bersama disampaikan oleh Kepala Desa kepada Bupati/Walikota melalui camat atau sebutan lain paling lambat 3 (tiga)hari sejak disepakati untuk dievaluasi. Jangka waktu pengevaluasian Raperdes tentang APBDesa oleh Bupati/Walikota yang dievaluasi melalui camat maksimal 20 hari kerja.

Pelaksanaan Keuangan Desa Petahunan

Dalam perencanaan keuangan desa terdapat pelaksanaan keuangan desa yang dimana pada tahap ini memiliki prinsip umum yang harus dilaksanakan tentang penerimaan dan pengeluaran. Maka prinsip yang harus ditaati oleh seluruh pengeluaran dan penerimaan desa dilaksanakan melalui rekening kas desa. Sehingga desa Petahunan telah melakukan Pelaksanaan keuangan desa yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 113 Tahun 2014 (Pasal 24, 25, 26) yaitu tentang pelaksanaan keuangan desa.

Tahap Pelaksanaan Keuangan Desa Petahunan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Semua penerimaan dan pengeluaran keuangan desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui kas desa.	Pengeluaran dan penerimaan keuangan desa Petahunan dilaksanakan melalui kas desa	SESUAI
Semua penerimaan dan pengeluaran keuangan desa harus disertai dengan bukti yang lengkap dan sah.	Penerimaan dan pengeluaran keuangan desa Petahunan disertai bukti – bukti yang valid.	SESUAI
Pemerintah desa dilarang melakukan pungutan sebagai penerimaan desa selain yang ditetapkan dalam peraturan desa.	Desa Petahunan tidak melakukan pemungutan sebagai penerimaan desa	SESUAI
Bendahara dapat menyimpan uang dalam Kas Desa pada jumlah tertentu untuk memenuhi kebutuhan operasional pemerintah desa.	Bendahara desa Petahunan menyimpan uang kas desa dengan jumlah tertent untuk kebutuhan operasional desa.	SESUAI
Pengeluaran keuangan desa yang mengakibatkan beban APBDesa tidak dapat dilakukan sebelum rancangan peraturan desa tentang APBDesa ditetapkan menjadi peraturan desa.	Desa Petahunan melakukan penetapan peraturan desa tentang APBDesa	SESUAI
Penggunaan biaya tak terduga terlebih dulu harus dibuat Rincian Anggaran Biaya yang telah	Ada biaya tak terduga yang tersusun pada Rencana Anggaran Biaya	SESUAI

disahkan oleh Kepala Desa.		
Bendahara desa sebagai wajib pungut pajak penghasilan (PPH) dan pajak lainnya. Wajib menyetorkan seluruh penerimaan potongan dan pajak yang dipungutnya ke rekening kas negara sesuai dengan ketentuan perundang – undangan.	Bendaha Desa Petahunan memungut pajak, PPh, memunggut dan menyetor penerimaan dan pengeluaran keuangan desa.	SESUAI

(Sumber: Penulis, 2018)

Dalam pelaksanaan keuangan desa Petahunan baik semua penerimaan dan pengeluaran sudah dilakukan melalui rekening desa, yang dikatakan oleh sekretaris desa Petahunan bahwa desa sudah memiliki rekening sendiri. Karena setiap penerimaan dan pengeluaran desa sudah melalui rekening desa, oleh karena itu setiap penerimaan dan pengeluaran sudah dilengkapi dengan bukti yang sah dan lengkap seperti kwitansi dan nota.

Semua penerimaan dan pengeluaran keuangan desa harus disertai dengan bukti yang lengkap dan sah. Sehingga setiap melaksanakan kegiatan desa disertai dengan dokumen RAB (Rencana Anggaran Biaya) yang telah diverifikasi oleh sekretaris desa dan disahkan oleh Kepala Desa. Sehingga untuk pelaksana kegiatan yang bertanggungjawab terhadap pengeluaran yang menyebabkan atas beban anggaran belanja kegiatan menggunakan buku pembantu kas kegiatan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan didesa. Oleh karena itu berdasarkan rencana anggaran biaya, pelaksana kegiatan mengajukan Surat Permintaan Pembayaran (SPP) kepada kepala desa. Sehingga berdasarkan SPP yang sudah diverifikasi oleh sekretaris desa, kepala desa menyetujui permintaan pembayaran dan bendahara melakukan pembayaran dan kemudian pembayaran itu dicatat oleh bendahara sebagai pengeluaran. Sehingga sekretaris desa mengungkapkan bahwa untuk pengajuan SPP harus membawa beberapa berkas yaitu surat pertanggungjawaban, SPP, proposal. Setiap pelaksana kegiatan mengajukan pendanaan harus disertai dengan dokumen RAB (Rencana Anggaran Biaya). Sehingga Pelaksanaan Keuangan Desa Petahunan sudah sesuai dengan Permendagri Nomor 113 tahun 2014 yang menyertakan dokumen sebagai syarat untuk setiap kegiatan yang berlangsung.

Oleh karena itu selain menggunakan rekening desa bahwa dalam permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 25 bahwa pemerintah desa dilarang melakukan pemungutan penerimaan desa selain yang ditetapkan dalam peraturan desa, oleh karena itu jumlah uang yang ada dalam kas desa sudah ditetapkan dalam peraturan bupati/walikota.

Desa Petahunan melakukan penetapan peraturan desa tentang APBDesa yang sesuai dengan peraturan desa petahunan kecamatan sumbersuko nomor 5 tahun 2017 tentang perubahan anggaran pendapatan dan belanja desa.

Ada biaya tak terduga yang tersusun pada Rencana Anggaran Biaya karena apabila terjadi rencana tidak diduga seperti banjir atau terserang penyakit yang mengakibatkan desa petahunan menganggarkan biaya tak terduga tersebut.

Bendahara Desa Petahunan memungut pajak, PPh, memunggut dan menyetor penerimaan dan pengeluaran keuangan desa apabila dari warga yang mempunyai toko wajib menyetorkan pajaknya karena pungutan pajak ini wajib dibayar atau harus tetap diminta. Seperti diantaranya :

1. PBB (Pajak bumi dan bangunan)
2. SSP (Surat Permintaan Pembayaran) dan BPHTB (apabila terjadi proses jual beli tanah dan bangunan didesa dan dll)
3. Pajak penghasilan terkait kegiatan pembangunan didesa honor dan gaji yang diperoleh dari keuangan negara.

Penatausahaan Keuangan Desa Petahunan

Pada tahap penatausahaan yang merupakan kegiatan pencatatan yang dilaksanakan oleh bendara desa. Sehingga peran dari bendahara desa disini untuk mencatat semua transaksi dari pengeluaran dan penerimaan keuangan desa. Secara sistematis dan kronologis atas semua transaksi yang telah terjadi. Maka tahap penatausahaan yang telah terlaksana sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 bagian ketiga Pasal (35, 36) yaitu tentang penatausahaan keuangan desa.

Tahap Penatausahaan Keuangan Desa Petahunan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Penatausahaan dilakukan oleh bendahara	Bendahara melakukan penatausahaan	SESUAI
Bendahara desa wajib melakukan pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran serta melakukan tutup buku setiap akhir bulan secara tertib.	Bendahara melakukan pencatatan dan penerimaan setiap akhir bulan secara tertib	SESUAI
Bendahara desa wajib mempertanggung jawabkan uang melalui laporan pertanggungjawaban.	Bendahara desa Petahunan mempertanggung jawabkan laporannya	SESUAI
Laporan pertanggungjawaban disampaikan setiap bulan kepada kepala desa dan paling lambat bulan 10 bulan berikutnya.	Laporan disampaikan kepada kepala desa pada akhir bulan waktu berjalan	SESUAI

(Sumber: Penulis, 2018)

Dalam Penatausahaan desa yang sudah diatur dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 35 beserta lampiran format buku penatausahaan keuangan desa. Sementara penatausahaan keuangan desa di Petahunan telah berpedoman pada Permendagri nomor 113 tahun 2014. Karena ada beberapa Peraturan Desa Petahunan yang mencantumkan Permendagri nomor 113 tahun 2014 yaitu

1. Peraturan Desa tentang RPJMDes (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa)
2. Peraturan Desa tentang APBDDesa (Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa)
3. Peraturan Desa tentang Laporan Pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan anggaran pendapatan dan belanja desa tahun anggaran 2017.

Catatan : Bahwa posisi kaur keuangan desa sedang kosong sehingga dirangkap jabatan oleh kaur perencanaan yang mengacu pada undang-undang desa bahwa yang mengangkat dan memberhentikan adalah kepala desa.

Teknis penatausahaan keuangan desa berdasarkan Permendagri nomor 113 tahun 2014 yang dilakukan bendahara desa, dimana setiap penerimaan dan pengeluaran desa, bahwa bendahara melakukan pencatatan rutin setiap tutup buku pada akhir bulan. Karena selama proses penatausahaan bendahara desa Petahunan melakukan pengeluaran kas jika telah ada verifikasi berkas dari Sekretaris desa dan telah disahkan oleh Kepala Desa. Oleh karena itu sudah menunjukkan bahwa penatausahaan desa Petahunan ini telah sesuai dengan mekanisme yang sudah ditetapkan dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 35 dan pasal 36.

Selain itu bendahara juga harus mempertanggungjawabkan yang meliputi : buku kas umum, buku kas pembantu pajak, dan buku bank yang terlampir dalam permendagri nomor 113 tahun 2014, bahwa pelaksanaan penatausahaan di Desa Petahunan telah menggunakan buku- buku tersebut yang telah diungkapkan oleh Sekretaris desa petahunan bahwa bendahara telah melakukan tutup buku setiap bulan dengan laporan pertanggungjawabannya sesuai dengan standar buku kas umum, buku kas pembantu, buku bank, dan buku pembantu pajak.

Laporan pertanggungjawaban disampaikan setiap bulan kepada kepala desa. Laporan disampaikan kepada kepala desa pada akhir bulan waktu berjalan tentang penatausahaan pengelolaan keuangan desa yang sudah berupa soft copy yang langsung disampaikan secara langsung setiap akhir bulan.

Pelaporan Keuangan Desa Petahunan

Dalam fungsi terkait tahap pelaporan keuangan desa merupakan kepala desa. Kepala desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDDesa semester pertama dan semester akhir tahun kepada bupati/walikota sudah terlaksana. Sehingga tahap pelaporan yang telah terlaksana sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 bagian keempat Pasal (37) yaitu tentang pelaporan keuangan desa.

Tahap Pelaporan Keuangan Desa Petahunan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDDesa semester pertama dan semester akhir tahun kepada Bupati/Walikota.	Kepala Desa Petahunan menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDDesa semester awal dan akhir kepada	SESUAI

	Bupati/walikota	
--	-----------------	--

(Sumber: Penulis, 2018)

Pelaporan keuangan desa yang diatur dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 37 dimana kepala desa menyampaikan laporan realisasi APBDesa kepada bupati/walikota yang berupa laporan semester pertama yaitu laporan realisasi APBDesa yang paling lambat disampaikan akhir Juli tahun berjalan, sementara laporan semester akhir tahun paling lambat disampaikan bulan Januari tahun berikutnya. Oleh karena itu pelaporan keuangan desa petahunan telah disampaikan kepada bupati/walikota setiap semester, dan Kepala Desa telah menyampaikan laporan realisasi APBDesa setiap semester yang berupa bentuk pelaporan semester akhir tahun yang disampaikan oleh Kepala Desa Petahunan kepada Bupati Lumajang.

Pertanggung jawaban Keuangan Desa Petahunan

Pada fungsi terkait dalam tahap pertanggung jawaban yaitu bendahara desa dan kepala desa. Sehingga pada tahapan ini telah dilaksanakan sesuai dengan permendagri nomor 113 tahun 2014. Sehingga tahap pertanggungjawaban yang telah terlaksana sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 bagian kelima Pasal (38, 39, 40) yaitu tentang pertanggungjawaban keuangan desa.

Tahap Pertanggungjawaban Keuangan Desa Petahunan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati/Walikota setiap akhir tahun anggaran.	Kepala Desa Petahunan menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa akhir tahun kepada Bupati/walikota	SESUAI
Laporan realisasi pelaksanaan APBDesa terdiri dari pendapatan, belanja dan pembiayaan.	Laporan Realisasi pelaksanaan APBDesa terdiri dari pendapatan, belanja dan pembiayaan.	SESUAI
Laporan realisasi dan laporan pertanggung jawaban pelaksanaan APBDesa diinformasikan kepada masyarakat secara tertulis dan dengan media informasi yang mudah diakses oleh masyarakat.	Laporan realisasi dan laporan pertanggung jawaban pelaksanaan APBDesa telah diinformasikan kepada masyarakat secara tertulis.	SESUAI
Media informasi antara lain papan pengumuman, radio komunitas, dan media informasi lainnya.	Telah ada media informasi yang bisa di akses masyarakat untuk informasi pelaksanaan APBDesa	SESUAI

(Sumber: Penulis, 2018)

Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati/Walikota setiap akhir tahun anggaran. Pelaksanaan pertanggungjawaban keuangan desa petahunan melaporkan laporan pertanggungjawaban realisasi APBDesa kepada bupati/walikota setiap akhir tahun anggaran yang berdasarkan Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 38 laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa.

Berdasarkan Permendagri nomor 113 tahun 2014 bahwa laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa Petahunan yang terdiri dari pendapatan, belanja dan pembiayaan. Laporan pertanggungjawaban realisasi APBDesa yang dilampiri sebagai berikut yaitu :

1. Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa tahun anggaran yang berkenaan.
2. Laporan kekayaan milik desa per 31 Desember tahun anggaran berkenaan.
3. Laporan program pemerintah dan pemerintah daerah yang masuk kedesa.

Sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 40 laporan realisasi pelaksanaan APBDesa diinformasikan kepada masyarakat secara tertulis dengan media informasi yang mudah diakses oleh masyarakat, secara teknis laporan realisasi pelaksanaan APBDesa di Desa Petahunan sudah sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 dengan menginformasikan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada masyarakat, sekretaris desa mengungkapkan bahwa laporan

pertanggungjawaban realisasi APBDesa sudah diinformasikan kepada masyarakat melalui media cetak banner dan melalui musdes.

Telah ada media informasi yang bisa di akses masyarakat untuk informasi pelaksanaan APBDesa, sesuai dengan yang disampaikan sekretaris desa bahwa pelaksanaan APBDesa bisa diakses melalui website/ internet.

Pembinaan dan pengawasan keuangan Desa Petahunan

Tahap Pembinaan dan Pengawasan

Permendagri No. 113 Tahun 2014	Desa Petahunan	Keterangan
Pemerintah Provinsi wajib membina dan mengawasi pemberian dan penyaluran Dana Desa, Alokasi Dana Desa dan bagi hasil pajak dan retribusi daerah kabupaten/kota kepada desa .	Pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan desa petahunan sudah dilaksanakan, melalui Dana Desa, Alokasi Dana Desa dan bagi hasil pajak/ retribusi	SESUAI

(Sumber: Penulis, 2018)

Dalam permendagri nomor 113 tahun 2014 bab VI menjelaskan terkait dengan pembinaan dan pengawasan bahwa pemerintah provinsi wajib membina dan mengawasi penyaluran dana desa, alokasi dana desa dan bagi hasil pajak dan retribusi daerah. Sehingga secara teknis pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan desa di desa Petahunan sudah terlaksana dengan baik yang diungkapkan oleh pendamping desa bahwa dapat dilihat dengan sudah adanya kegiatan diklat, bimtek dan pengawasan dari inspektorat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Perencanaan desa dibagi menjadi 2 yaitu perencanaan jangka menengah (RPJM Desa) dan perencanaan jangka pendek, yang berdasarkan Permendagri nomor 114 tahun 2014 pasal 4 adalah perencanaan untuk jangka waktu 6 tahun dan ditetapkan dengan peraturan desa. Sedangkan RPJM desa berdasarkan PP No.43 tahun 2014 adalah rencana kegiatan pembangunan desa untuk jangka waktu 6 tahun yang mana rancangan ini memuat visi dan misi Kepala Desa, arah kebijakan pembangunan desa, serta rencana kegiatan yang meliputi bidang penyelenggaraan pemerintah desa, pelaksanaan pembangunan desa, pembinaan masyarakat desa dan pemberdayaan masyarakat desa.

RKP Desa berdasarkan Permendagri nomor 114 tahun 2014 pasal 4 merupakan penjabaran dari RPJM Desa untuk jangka waktu 1 tahun yang disusun oleh pemerintah desa pada bulan juli tahun berjalan dan dilaksanakan melalui Musrenbag (Musyawarah Perencanaan Pembangunan Desa) pada tahun 2017 Desa Petahunan lebih memprioritaskan pada bidang pembangunan desa atau untuk infrastruktur desa pada tiap-tiap dusun.

Sementara perencanaan keuangan desa secara teknis berpedoman pada Permendagri nomor 113 tahun 2014 bab 5 pasal 20 menjelaskan bahwa secara teknis sekretaris desa menyusun raperdes (rancangan peraturan desa) tentang APBDesa kepada kepala desa untuk dibahas dan disepakati bersama BPD paling lambat bulan Oktober tahun berjalan.

Raperdes tentang APBDesa yang telah dibahas dan disepakati sesuai Permendagri nomor 113 tahun 2014 bab 5 pasal 21 disampaikan oleh kepala desa kepada bupati untuk dievaluasi melalui camat maksimal 3 hari setelah disepakati. Jangka waktu pengevaluasian raperdes tentang APBDesa oleh Bupati untuk dievaluasi melalui camat maksimal 20 hari kerja. Jika evaluasi Bupati menyatakan tidak sesuai dengan kepentingan umum dan peraturan perundang-undangan, maka kepala desa harus memperbaiki dan mengajukan kembali raperdes. Hasil raperdes tentang APBDesa yang telah dievaluasi kemudian ditetapkan sebagai Perdes (Peraturan desa) oleh kepala desa.

Perencanaan pengelolaan keuangan di Desa Petahunan dengan aturan Permendagri nomor 113 tahun 2014 adalah rancangan peraturan desa sudah sesuai yaitu pada permendagri ditetapkan paling lambat pada bulan Oktober, akan tetapi dari penjelasan aparat desa sudah ditetapkan 2 kali pada bulan Januari dan Bulan September.

Hasil evaluasi raperdes tentang APBDesa Petahunan untuk tahun anggaran 2017 ditetapkan menjadi peraturan desa , penetapan peraturan desa nomor 01 tahun 2017 tentang Penetapan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) Petahunan yang diundangkan pada tanggal 30 Januari 2017 dan setelah mendapat persetujuan BPD pada tanggal 19 Januari 2017. Dan perubahan peraturan desa nomor 5 tahun 2017 tentang perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) Petahunan yang diundangkan pada tanggal 7 September 2017 dan setelah mendapat persetujuan BPD pada tanggal 18 Agustus 2017 di Petahunan.

Tahap pelaksanaan pengelolaan keuangan desa sesungguhnya telah dimulai dari perencanaan desa yang tertuang dalam RPJM dan RKP desa proses realisasi anggaran harus

berdasarkan Peraturan Desa tentang APBDesa dalam hal ini adalah Peraturan desa Petahunan disusun 2 kali yaitu Nomor 01 tahun 2017 tentang Penetapan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) dan perubahan peraturan desa nomor 5 tahun 2017 tentang perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) yang dimana peraturan desa tersebut ditetapkan melalui musyawarah desa.

Jika ditinjau berdasarkan Permendagri nomor 113 tahun 2014, bagian kedua pelaksanaan pasal 24 menjelaskan bahwa pelaksanaan pengelolaan keuangan desa dimulai dari penerimaan dan pengeluaran desa dilaksanakan melalui rekening desa serta harus didukung dengan bukti yang lengkap dan sah. Secara teknis pelaksanaan keuangan di desa Petahunan baik semua penerimaan dan pengeluaran sudah dilakukan melalui rekening desa.

Selain mewajibkan desa untuk menggunakan rekening desa dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 25 menyebutkan bahwa pemerintah desa dilarang melakukan pungutan sebagai penerimaan desa selain yang ditetapkan dalam peraturan desa. Desa Petahunan tidak pernah melakukan pungutan selain yang telah ditetapkan dalam peraturan desa.

Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 27,28,29 dan 30 menjelaskan bahwa pelaksana kegiatan mengajukan pendanaan untuk melaksanakan kegiatan harus disertai dengan dokumen antara lain Rencana Anggaran Biaya (RAB). Secara teknis pelaksanaan kegiatan desa telah sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 dengan menyertakan dokumen pelaksanaan kegiatan yang menjadi syarat pencairan dana.

Penatausahaan keuangan desa secara teknis diatur dalam Permendagri Nomor 113 tahun 2014 pasal 35 beserta lampiran format buku penatausahaan keuangan desa. Selama proses penatausahaan bendahara desa Petahunan melakukan pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas jika ada verifikasi berkas dari sekretaris desa dan telah disahkan oleh kepala desa. Penatausahaan keuangan desa telah dilakukan sesuai dengan mekanisme yang ditetapkan dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014 pasal 35 dan 36.

Pelaporan pengelolaan keuangan desa secara teknis diatur dalam Permendagri Nomor 113 tahun 2014 pasal 37 dimana kepala desa menyampaikan laporan realisasi APBDesa yang paling lambat disampaikan pada akhir bulan Juli tahun berjalan, sementara laporan semester akhir tahun paling lambat disampaikan bulan Januari tahun berikutnya. Pelaporan keuangan desa didesa Petahunan telah disampaikan kepada kepada Bupati yaitu pada setiap semester.

Pelaksanaan pertanggungjawaban pengelolaan keuangan desa salah satunya yaitu dengan menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati setiap akhir tahun anggaran pada Permendagri Nomor 113 tahun 2014 pasal 40 laporan realisasi pelaksanaan APBDesa di informasikan kepada masyarakat secara tertulis dan dengan media informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Secara teknis laporan realisasi pelaksanaan APBDesa di desa Petahunan sudah sesuai dengan Permendagri Nomor 113 tahun 2014 dengan menginformasikan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada masyarakat melalui media cetak seperti banner dan melalui musdes.

Permendagri Nomor 113 tahun 2014 bab VI menjelaskan terkait dengan pembinaan dan pengawasan bahwa pemerintah provinsi wajib membina dan mengawasi penyaluran DD, ADD, dan bagi hasil pajak dan retribusi daerah dari kabupaten atau kota kepada desa. Selain itu juga membina dan mengawasi pelaksanaan pengelolaan keuangan desa. Secara teknis pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan desa di Desa Petahunan sudah terlaksana dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan sudah adanya kegiatan diklat, bimtek, dan pengawasan dari inspektorat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan tentang Analisis Pengelolaan Keuangan Desa penulisan skripsi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan pengelolaan keuangan desa Petahunan telah sesuai dengan permendagri nomor 113 tahun 2014. Hasil evaluasi Raperdes tentang APBDesa Petahunan untuk tahun anggaran 2017 disusun 2 kali, penetapan peraturan desa nomor 01 tahun 2017 tentang Penetapan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) Petahunan yang diundangkan pada tanggal 30 Januari 2017 dan setelah mendapat persetujuan BPD pada tanggal 19 Januari 2017. Dan perubahan peraturan desa nomor 5 tahun 2017 tentang perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) Petahunan yang diundangkan pada tanggal 7 September 2017 dan setelah mendapat persetujuan BPD pada tanggal 18 Agustus 2017 Raperdes ditetapkan paling lambat pada bulan Oktober, di Petahunan sudah ditetapkan pada bulan Januari dan diperubahan bulan September. Pelaksanaan pengelolaan keuangan desa adalah anggaran yang penetapan pada peraturan desa nomor 01 tahun 2017 dan perubahn peraturan desa dengan nomor 5 tahun 2017. Tahap pelaksanaan pelaksanaan pengelolaan keuangan desa petahunan secara teknis sudah sesuai permendagri (Peraturan Menteri Dalam

Negeri) nomor 113 tahun 2014. Didalam pelaksanaan keuangan Desa Petahunan baik semua penerimaan dan pengeluaran telah dilakukan melalui rekening desa. Pada tahap penatausahaan pengelolaan keuangan Desa Petahunan sudah sesuai dengan peraturan menteri dalam negeri nomor 113 tahun 2014. Didalam teknis penatausahaan desa petahunan dari sisi pengeluaran kas sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 113 tahun 2014. Pengeluaran kas dilakukan atau sudah ada verifikasi berkas yang sudah disahkan oleh kepala Desa.

Pada tahap pelaporan pengelolaan keuangan desa petahunan sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 tahun 2014. Didalam teknis pelaporan keuangan desa petahunan telah disampaikan kepada Bupati atau Walikota pada tiap semester, sehingga pada tahap pelaporan ini sudah sesuai dengan peraturan yang ditetapkan Permendagri (Peraturan Menteri Dalam Negeri) nomor 113 tahun 2014. Pada tahap pertanggungjawaban pengelolaan keuangan desa petahunan secara teknis laporan realisasi pelaksanaan APBDesa (Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa) sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 113 tahun 2014 dengan menginformasikan realisasi pelaksanaan anggaran pendapatan dan belanja desa (APBDesa) kepada masyarakat melalui media cetak banner dan juga melalui musyawarah desa. Pada tahap pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan desa petahunan telah dilaksanakan oleh pemerintah kecamatan, kabupaten dan provinsi dengan baik. Didalam teknis pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan desa petahunan sudah terlaksana dengan baik, dilihat dari adanya kegiatan bimtek, diklat dan pengawasan inspektorat yang menunjukkan bahwa pembinaan dan pengawasan sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 113 tahun 2014.

Saran

Pada penelitian ini disimpulkan bahwa didalam penelitian pemerintah desa petahunan dalam pelaksanaan Raperdes tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) sudah baik. Hanya pemerintah desa petahunan kecamatan sumbersuko kabupaten lumajang agar lebih meningkatkan masyarakat dalam mengajak atau pun ikut berpartisipasi dalam membantu pelaksanaan pengelolaan keuangan desa. Didalam pengelolaan keuangan desa petahunan sudah sesuai dengan Permendagri (Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 tahun 2014). Oleh karena itu pemerintah desa perlu mempertahankan peraturan yang sudah dilaksanakan dan sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 tahun 2014.

Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia

Mita Tegar Pribadi¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: mitategarpribadi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar Di Perusahaan Bursa Efek Indonesia. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 (lima) tahun yaitu mulai dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang ada, didapatkan 55 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data, variabel Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien 0,300 dan signifikan koefisiensi sebesar 0,016. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien 0,502 dan signifikansi 0,33. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien 0,373 dan signifikansi sebesar 0,412. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien 0,247 dan signifikansi sebesar 0,125. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 1,994 dan nilai signifikansi sebesar 0,110.

Kata kunci: Nilai, Struktur, Ukuran, Likuiditas, Profitabilitas.

Abstract

This study aims to test empirically influence the Influence of Asset Structure, Company Size, Liquidity And Profitability To Value Of Large Trading Companies Listed In Indonesia Stock Exchange Company. Period used in this research is 5 (five) years starting from 2012 until 2016. This research is a research using purposive sampling method. Based on the existing criteria, obtained 55 companies that become research samples. Data analysis technique used is multiple linear regression. Based on the data analysis, Asset Structure variable has positive and significant effect to firm value with coefficient 0,300 and significant coefficient equal to 0,016. Company size does not affect Company Value with coefficient 0,502 and significance 0,33. Liquidity does not affect the Company Value with the coefficient of 0.373 and the significance of 0.412. Profitability has no effect on Corporate Value with coefficient 0,247 and significance equal to 0,125. Simultaneous test results show that the Asset Structure, Company Size, Liquidity and Profitability have no effect on Corporate Value, it is proved by the value of F arithmetic of 1.994 and the significance value of 0.110.

Keywords: Value, Structure, Size, Liquidity, Profitability.

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi tidak terlepas dari perkembangan ekonomi, social politik, dan kemajuan teknologi. Perkembangan ekonomi menuntut suatu perusahaan untuk dapat menyesuaikan diri serta dapat membaca situasi yang terjadi seiring berjalannya waktu agar dapat mengelola perusahaan dengan baik dan tercipta keseimbangan dalam menjalankan suatu perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai pasar. Nilai pasar digunakan dikarenakan sebuah nilai perusahaan bisa memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Karena semakin tingginya harga saham, maka akan semakin tinggi juga kemakmuran bagi pemegang saham. Nilai perusahaan menjadi sangat penting dalam suatu perusahaan dikarenakan semakin tingginya nilai suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kemakmuran para pemilik perusahaan.

Aset adalah semua sumber daya dan harta yang dimiliki sebuah perusahaan untuk menjalankan operasinya. Struktur aset merupakan semua sumberdaya dan harta yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Sumberdaya yang dimaksud merupakan segala sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan, struktur aset yang dimiliki perusahaan dapat digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan baik perusahaan besar, perusahaan sedang atau pun perusahaan kecil. Likuiditas ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Likuiditas yang tinggi akan mempengaruhi para investor untuk berinvestasi kepada perusahaan sehingga permintaan saham perusahaan akan meningkat dan kemudian harganya naik. (Wulandari, 2013) Semakin tingginya likuiditas maka menunjukkan semakin besarnya aktiva lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan kewajiban lancarnya.

Profitabilitas adalah faktor yang mempengaruhi struktur modal dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari berbagai aktivitas perusahaan melalui sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Menurut (Harmono, 2011) profitabilitas yang merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan memiliki hubungan kualitas terhadap nilai perusahaan. Apabila kinerja perusahaan baik, hal ini akan berdampak positif terhadap keputusan investor dan kreditor. Memperoleh laba merupakan tujuan mendasar didirikannya suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi juga memungkinkan besar juga laba yang diperoleh suatu perusahaan.

Motivasi dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwi, 2017) yang meneliti pengaruh struktur modal dan struktur aktiva terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening sesuai perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Hasil penelitiannya bahwa struktur aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Teory Agency

(Sochib, 2018) yang mengutip Jensen dan Meckling (1976) Hubungan keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu atau lebih orang yang disebut prinsipal melibatkan orang lain atau agen untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka dengan pendelegasian sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen. Pemisahan pemilik dan manajemen didalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory* (teori keagenan). Teori ini merupakan salah satu teori yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi yang merupakan modifikasi dari perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori agensi mendasarkan hubungan. Kontrak antara pemegang saham atau pemilik dan manajemen atau manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling berhubungan. Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Sinyal (signal) adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan tersebut. Kemungkinan terjadinya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan mendorong manajemen untuk memberikan sinyal kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengurangi asimetri informasi tersebut (Dwi, 2017) yang mengutip Brigham dan Houston (2013:186). (Paramita, 2012) Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar. Dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain yang berkualitas buruk. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah dengan mengobservasi struktur permodalannya.

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (1987) dalam (Sochib, 2018) Nilai perusahaan merupakan tujuan utama pengelolaan perusahaan yang dilakukan dengan cara mengkombinasikan fungsi-fungsi manajemen keuangan melalui keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen akan mempunyai

pengaruh terhadap nilai perusahaan yang dicerminkan dari harga sahamnya. Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka akan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada manajemen mengenai persepsi investor mengenai kinerja masa lalu dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan lebih makmur. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Struktur Aset

Aset atau aktiva secara resmi didefinisikan sebagai manfaat ekonomik masa datang yang cukup pasti yang dikuasai oleh suatu entitas sebagai akibat transaksi atau kejadian masa lalu (Dwi, 2017) yang mengutip Suwardjono (2014:301). Menurut Jusup (2011:25) dalam (Dwi, 2017) aset adalah kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aset bisa saja berasal dari pemilik perusahaan yang disebut modal (ekuitas), dan bisa juga berasal dari pinjaman dari luar perusahaan yang disebut kewajiban. Struktur aset menggambarkan besarnya aktiva yang dapat dijamin perusahaan ketika perusahaan melakukan kepada kreditor. Struktur aset merupakan proporsi aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Mawikere dan Rate, 2015) dalam (Dwi, 2017). Komposisi aktiva tetap menentukan nilai perusahaan tertentu. Sebagian besar perusahaan dengan keuangan yang stabil memiliki nilai investasi yang tinggi dalam hal aktiva tetap. Ketika aktiva tersebut dimanfaatkan secara optimal oleh staff yang kompeten, hal ini akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan (Dwi, 2017) yang mengutip Nyamasege et.al, (2014).

Ukuran Perusahaan

(Sri A. D., 2013) dalam Wedari (2006) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah.

Menurut (Analisa, 2011) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Likuiditas

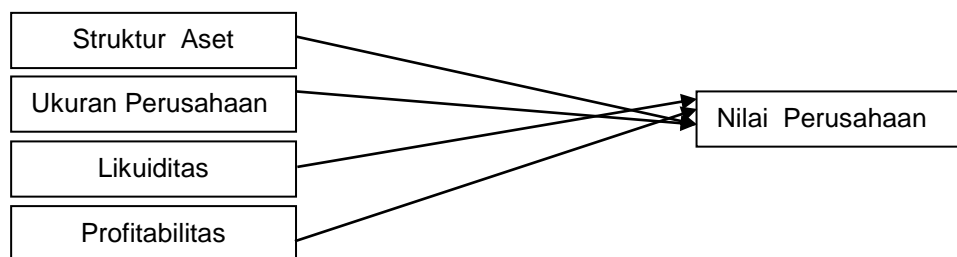
Menurut (Sudaryo, 2015) yang mengutip Agus Sartono (2012:116) likuiditas adalah "rasio ini mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva perusahaan terhadap hutang lancarnya" (hutang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). Biasanya rasio yang digunakan adalah current ratio.. Sedangkan menurut Raharjaputra (2009) dalam (Wulandari, 2013) likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo. Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut mempunyai dana internal yang tinggi pula dengan demikian perusahaan akan mengurangi pendanaan eksternalnya. Ini disebabkan karena perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi mempunyai dana internal yang besar, sehingga perusahaan tersebut akan lebih menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk membiayai investasinya sebelum menggunakan pembiayaan eksternal melalui utang.

Profitabilitas

(Dwi, 2017) yang mengutip Brigham dan Houston (2006:107) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (profitability ratio) akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas manajemen aktiva, dan utang pada hasil-hasil operasi. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dari sudut pandang investor, profitabilitas penting untuk menilai prospek perusahaan di masa datang dan juga dapat melihat pertumbuhan profitabilitas pada perusahaan bersangkutan (I Mustanda Ketut, 2017) yang mengutip Kasmir (2011:196). Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat bagi pemilik usaha, manajemen dan bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan tersebut (I Mustanda Ketut, 2017) yang mengutip Kasmir (2011:197).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



Pengaruh Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur aktiva menggambarkan besarnya aktiva yang dapat dijamin perusahaan ketika perusahaan melakukan pinjaman kepada kreditor. Struktur aktiva merupakan proporsi aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Mawikere dan Rate, 2015). Komposisi aktiva tetap menentukan nilai perusahaan tertentu. Sebagian besar perusahaan dengan keuangan yang stabil memiliki nilai investasi yang tinggi dalam hal aktiva tetap. Ketika aktiva tersebut dimanfaatkan secara optimal oleh staff yang kompeten, hal ini akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan (Nyamasege et.al,2014). Nyamasege et al (2014) meneliti pada perusahaan publik di Nairobi, menyatakan bahwa struktur aktiva berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur aktiva menentukan nilai perusahaan sampai batas yang tinggi. Penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian (Febrianti, 2012) yang membuktikan bahwa struktur aktiva berpengaruh positif terhadap perusahaan. Hal ini berarti bahwa jika struktur aktiva meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

H₁ : Struktur Aktiva Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan

Suffah dan Riduwan (2016) mengungkapkan bahwa Ukuran perusahaan dilihat dari total aset. Besar kecilnya perusahaan yang nampak pada total aset akan mencerminkan ukuran perusahaan. Semakin besarnya total aset pada suatu perusahaan semakin besar pula ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang memberikan perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan keadaan perusahaan tersebut yang akan menarik perhatian para investor untuk memiliki saham pada perusahaan tersebut. Kondisi itulah yang menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan yang besar. Maka akan terjadi hubungan positif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan karena investor menginginkan perusahaan yang besar dan akan cenderung memiliki kondisi yang stabil.

H₂ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Dwi Retno Wulandari (2013) kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan direspon positif oleh pasar, hal ini sesuai dengan konsep signalling theory. Tingkat likuiditas yang tinggi, maka pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan, bahwa perusahaan tersebut dapat menjaga tingkat likuiditasnya, yang artinya perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H₃ : Likuiditas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan suatu keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar juga kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Berdasarkan kajian teoritis, kajian empiris dan dasar logika, maka hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, terdapat lima obyek yang digunakan, yaitu struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas dan nilai perusahaan. Pada obyek penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas dan profitabilitas. Sedangkan untuk variabel dependen adalah nilai perusahaan. Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang dimana datanya tersebut diperoleh dari data statistik berbentuk angka-angka baik yang secara langsung dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan dagang besar yang terdaftar di Bursa efek Indonesia untuk tahun 2012-2016. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative sesuai dengan kriteria yang digunakan adalah (1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016 (2) Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan selama masa periode penelitian (3) Perusahaan yang memiliki data keuangan yang berkaitan dengan variabel penelitian secara lengkap (4) Perusahaan yang menghasilkan laba selama periode penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

a. Struktur Aset

Menurut Jusup (2011:25) dalam (Dwi, 2017) aset adalah kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aset bisa saja berasal dari pemilik perusahaan yang disebut modal (ekuitas), dan bisa juga berasal dari pinjaman dari luar perusahaan yang disebut kewajiban. Struktur aktiva dalam penelitian ini dihitung dengan rasio aktiva tetap (Fixed Assets Ratio), karena penelitian ini lebih memfokuskan untuk melihat proporsi aktiva tetap perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar proporsi aktiva tetap terhadap seluruh aktiva perusahaan. Rasio yang tinggi menunjukkan penggunaan (proporsi) aktiva tetap perusahaan juga tinggi. FAR dihitung dengan membandingkan jumlah aktiva tetap terhadap jumlah seluruh aktiva perusahaan. Rasio ini dapat dihitung dengan formula:

$$\text{Rasio Aktiva Tetap} = \frac{\text{Aktiva Tetap}}{\text{Jumlah Aktiva}}$$

(Sutrisno, 2016) dalam (Dwi, 2017)

b. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat keputusan investasi. Secara umum, ukuran perusahaan diukur dengan besarnya jumlah aset yang dimiliki karena nilai jumlah aset umumnya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aset dibentuk logaritma natural, konversi berbentuk logaritma natural ini tujuannya untuk membuat data jumlah aset terdistribusi secara normal. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln} (\text{Jumlah Aset})$$

(Asnawi & Wijaya 2005:274)

c. Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo (Raharjaputra, 2009) dalam (Wulandari, 2013). Pengukuran likuiditas dengan menggunakan *Current Ratio* (CR), yaitu rasio yang menunjukkan hubungan antara aktiva lancar dengan kewajiban lancarnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Raharjaputra (2009) dalam Wulandari (2013).

$$\text{CR} = \frac{\text{Hutang Lancar}}{\text{Aktiva Lancar}}$$

d. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, jumlah aktiva atau modal sendiri (ekuitas). Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk menghitung profitabilitas yaitu dengan analisis *Return On Jumlah Assets*. *Return On Jumlah Assets* (pengembalian atas jumlah asset) yaitu rasio laba bersih terhadap jumlah asset mengukur pengembalian atas jumlah aset setelah bunga dan pajak (Dwi, 2017) yang mengutip Brigham dan Houston (2010:148).

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Assets}}$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai harga saham, semakin meningkat harga saham maka semakin meningkat juga nilai perusahaan. Berikut ini indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan menurut Rehulina Sitepu, (2015) antara lain: Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. PBV yang tinggi membuat pasar percaya atas prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik atau pemegang saham perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat menjadikan tingkat kemakmuran para pemilik atau pemegang saham semakin tinggi. Nilai Perusahaan diprosikan dengan *Price Book Value Ratio* (PBV). *Price Book Value Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut (Brigham dan Houston, 2010) dalam Fitra (2017), hal itu sesuai dengan penelitian Wardani (2011):

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{harga buku per saham}}$$

Teknik Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian data sehingga memberikan gambaran dan informasi inti dari kumpulan data yang ada yang meliputi modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang, simpangan baku dan deviasi standar. Penyajian data hasil penelitian berupa tabel, grafik dll, tersebut dapat disaapabilan dengan metode biasa atau dengan metode interaktif (Sugiyono dan Agus Susanto, 2015:321).

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menganalisis uji normalitas dapat endeteksi data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas atau juga dapat melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan data distribusi kumulatif dari distribusi normal atau mendekati normal. Dengan demikian berarti model regresi layak digunakan karena sudah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi itu berarti terdapat masalah kolonieritas yang harus diatasi (Umar, 2011). Model yang baik adalah model yang tidak terjadi korelasi antara variabel independennya. Pendektasian terhadap multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF dari hasil analisis regresi. Apabila nilai VIF > 10 terdapat gejala multikolonieritas yang tinggi (Sanusi, 2011:142). Husein (2011:179) menyatakan bahwa nilai VIF dapat dihitung digunakan rumus sebagai berikut:
$$VIF = 1 / (1-R^2).$$

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian (Umar, 2011). Pengujian ada tidaknya problem autokorelasi pada residual

dapat dilihat dari nilai statistik *Durbin-Watson* pada tabel *Model Summary*. Menurut Sofyan (2009) apabila nilai *Durbin-Watson* menunjukkan nilai lebih besar dari nilai tabel disimpulkan tidak ada problem autokorelasi pada residual.

Ketentuan pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW antar batas atas atau *upper bound* (du) dan (4-du) maka autokorelasi = 0, itu artinya tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari batas bawah atau *lower bound* (dl) maka koefisien korelasi autokorelasi > 0, itu artinya ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari (4-dl) maka koefisien < 0, itu artinya ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara du dan dl atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Umar, 2011).

3. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2011). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Perhitungan analisis data seluruhnya akan dibantu dengan menggunakan software statistika yaitu program SPSS. (Sanusi, 2011) mengemukakan bahwa regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Adapun persamaan regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan

- Y : nilai perusahaan
 A : Konstanta
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien regresi (slope coefisient)
 X_1 : Struktur Aset
 X_2 : Ukuran Perusahaan
 X_3 : Likuiditas
 X_4 : Profitabiliats
 ε : Kesalahan Penganggu

Persamaan regresi yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai (R^2) yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien detreminasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu varaiabel independen, maka R^2 pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji Parameter Individual (Uji t) digunakan untuk menguji adanya pengaruh antara variable independen terhadap variable dependen secara individu (parsial). Pengujian ini menggunakan uji t, dengan melakukan perbandingan antara t- hitung dengan t- table dengan menggunakan ($\alpha = 0,05$). Pengaruh secara parsial dapat dilihat dari melihat nilai signifikasinya. Apabila t- hitung lebih kecil dari t- tabel, maka variable independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variable dependen, sebaliknya apabila t- hitung lebih besar dari t- tabel, maka variable independen secara individu berpengaruh terhadap variable dependen.

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan (Uji F) dalam penelitian inid igitakan untuk mengetahui apakah variable independen secara bersama – sama atau simultan mempengaruhi ivariabel

dependen. Dalam uji F kesimjugaan yang diambil adalah dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan :
 $\alpha > 5\%$: H0 diterima
 $\alpha < 5\%$: H0 ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang objek penelitian yang dijadikan sampel. Penjelasan data melalui statistik deskriptif diharapkan memberikan gambaran awal tentang masalah yang diteliti. Statistik deskriptif difokuskan kepada nilai maximum, minimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi.

Tabel 1
 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Struktur Aset	55	-1,70	-,19	-,8764	,43531
Ukuran Perusahaan	55	1,18	1,48	1,3592	,10551
Likuiditas	55	-,51	,33	-,1796	,12330
Profitabilitas	55	-2,00	-,09	-1,2018	,34893
Nilai Perusahaan	55	-,43	1,31	,2442	,36426
Valid N (Listwise)	55				

Sumber : Data Sekunderdiolahdengan SPSS Ver.24

Tabel 1 menunjukkan bahwa statistik dari variabel penelitian dengan jumlah data dari setiap variabel adalah sebanyak 55 adalah sebagai berikut :

1. Struktur aset dengan nilai minimum sebesar -1,70 dan nilai maksimum -0,19. Mean dari struktur aset tersebut adalah -0,8764 dengan standar deviasi sebesar 0,43531.
2. Ukuran Perusahaan dengan nilai minimum sebesar 1,18 dan nilai maksimum 1,48. Ukuran perusahaan dengan mean 1,3592 dan standar deviasi sebesar 0,12330.
3. Likuiditas dengan nilai minimum -0,51 dan nilai maksimum sebesar 0,33 yang mempunyai mean -1,2018 dengan standar deviasi 0,34893.
4. Profitabilitas dengan nilai minimum -0,43 dengan nilai maksimum sebesar 1,31. Mean dari profitabilitas adalah 0,2442 dan standar deviasi sebesar 0,36426.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dengan menggunakan *normal P-Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. , begitu juga uji normalitas dapat dilihat pada Kolmogorov-Smirnov test. Dalam penelitian ini normal tidaknya data dapat terlihat.

Tabel 2
 Hasil pengujian Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

One Sample Kolmogorov - Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33827639
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071

	Negative	-,040
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c-d}

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel pengujian normalitas, tampak bahwa variabel penelitian Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan mengikuti distribusi normal dengan Hasil Test Statistic adalah 0,71 dengan signifikansinya sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Uji Multikolonieritas menggunakan VIF dan Tolerance. Pada pengujian ini, model regresi yang baik seharusnya tidak adanya hubungan linear antar variabel bebas, dan kriterianya yaitu apabila nilai (*Varian Inflation Factor*) VIF < 10; dan apabila Tolerance > 0,1. Berikut hasil hitungan nilai VIF dan Tolerance.

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a				
		Collinearity Statistics		
	Model	Sig	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,768		
	Struktur Aset	,016	,831	1,203
	Ukuran Perusahaan	,333	,783	1,278
	Likuiditas	,412	,739	1,353
	Profitabilitas	,125	,747	1,339

Sumber : Data Hasil SPSS

Berdasarkan hasil Uji multikolinearitas pada tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Struktur Aset 1,203, Ukuran Perusahaan 1,278, Likuiditas 1,353, Profitabilitas 1,339 dimana dari ke empat variabel tersebut untuk nilai VIF nya kurang dari 10. Sedangkan nilai *Tolerance* untuk variabel Struktur Aset 0,831, Ukuran Perusahaan 0,783, Likuiditas 0,739, Profitabilitas 0,747 dan hasil dari nilai *Tolerance* tersebut adalah lebih dari 0,1. Dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa model regresi untuk nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance* terbebas dari masalah Multikolinearitas dikarenakan nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance >0,1.

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi. Apabila terjadi korelasi berarti ditemukan problem autokorelasi. Apabila nilai observasi (n) sebesar 55 dan variable dependen (k) sebanyak 4, pada tabel Durbin – Waston (DW) diperoleh nilai dl = 1.3743 dan du =1.7681. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai DW seperti yang ditampilkan pada table berikut:

Tabel 4
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,371 ^a	,138	,069	,35155	2,436

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, struktur aset, ukuran Perusahaan, Likuiditas

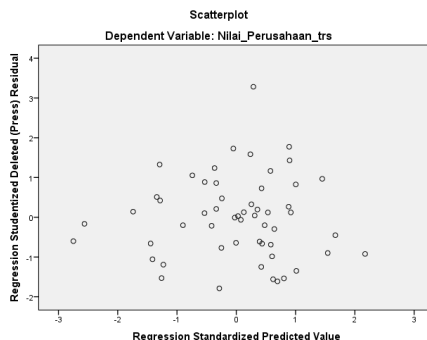
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Hasil SSP

Berdasarkan dari hasil durbin waston (DW) sebesar 2.436 maka dinyatakan bebas autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbedaan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar *Scatter plot* terlihat bahwa data (titik - titik) menyebar secara merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi analisis dengan grafik plot memiliki kelemahan dalam keakuratan menginterpretasikannya, oleh sebab itu perlu dilakuka uji statistic untuk lebih menjamin keakuratan hasil.

UJI HIPOTESIS

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang serbaguna yang dapat memodelkan efek simultan dari variable independen terhadap variable dependen. Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi Unstandardized Coefficiens adalah sebagai berikut:

$$PBV = 0,190 + 0,300 FAR + 0,502 SIZE + 0,373 CR + 0,247 ROA$$

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5
 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,371 ^a	,138	,069	,35155	2,436

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, struktur aset, ukuran Perusahaan, Likuiditas

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber : Data Hasil SPSS

Pada tabel 4.6 terlihat nilai Adjusted R^2 sebesar 0,138 atau 13,8%. Hal ini menunjukkan bahwa struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 13,8% sedangkan sisanya 86,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial. Keputusan uji parsial hipotesis dibuat dengan ketentuan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 6
 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized	

		Coefficients		Sig
		B	Std.Error	
1	(Constant)	,190	,640	0,768
	Struktur Aset	,300	,121	0,016
	Ukuran Perusahaan	,502	,513	0,333
	Likuiditas	,373	,451	0,412
	Profitabilitas	,247	,159	0,125

Sumber : Data Hasil SPSS

Dari tabel 4.7 dapat diketahui nilai struktur aset nilai signifikansi nya sebesar 0,016 dan lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa struktur aset berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi ukuran perusahaan 0,333 lebih besar dari 0,05 maka ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi likuiditas adalah 0,412 lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi profitabilitas adalah 0,125 lebih besar dari 0,05 yang berarti profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Uji signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini adalah struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji F sebagai berikut:

1. Apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima, sebaliknya Ha ditolak.
2. Apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, sebaliknya Ha diterima.

Tabel 7
Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,986	4	,246	1,994	,110 ^b
	Residual	6,179	50	,124		
	Jumlah	7,165	54			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, struktur aset, ukuran Perusahaan, Likuiditas

Sumber : Data Hasil SPSS

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh nilai F hitung sebesar 1,994 dan signifikansi sebesar 0,110. Terlihat bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas dan profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dagang besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis statistik untuk variabel struktur aset diketahui bahwa regresi struktur aktiva bernilai 0,300. Hasil statistik uji-t untuk variabel struktur aset diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,016, sehingga lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan sebesar 0,05. Dapat disimpulkan bahwa struktur aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, sehingga hipotesis pertama yang diajukan diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komposisi aktiva tetap menentukan nilai perusahaan tertentu. Sebagian besar perusahaan dengan keuangan yang stabil memiliki nilai investasi yang tinggi dalam hal aktiva tetap. Ketika aktiva tetap tersebut dimanfaatkan secara optimal oleh staff yang kompeten, hal ini akan meningkatkan return perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian Dwi Maryati (2017) yang hasil penelitiannya struktur aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis statistik untuk variabel ukuran perusahaan diketahui bahwa koefisien regresi ukuran perusahaan bernilai 0,502. Hasil statistik uji-t untuk variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,333, sehingga lebih besar dari nilai toleransi kesalahan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, sehingga hipotesis kedua yang diajukan ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya sebuah ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan sebagian besar seorang investor mempunyai pendapat yang dimana untuk menilai sebuah besar kecilnya suatu ukuran perusahaan yaitu dengan melihat kinerja perusahaan yang terlihat di laporan keuangan perusahaan tersebut, selain itu nama baik perusahaan juga penting karena apabila sebuah perusahaan mempunyai nama atau nilai perusahaan yang kurang baik maka seorang investor tidak akan tertarik untuk melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut. Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gultom dkk. (2013) dan Priyastuty (2014). Berdasarkan hasil penelitian tersebut ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis statistik untuk variabel likuiditas diketahui bahwa koefisien regresi ukuran perusahaan bernilai 0,373. Hasil statistik uji-t untuk variabel likuiditas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,412, sehingga lebih besar dari nilai toleransi kesalahan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, sehingga hipotesis ketiga yang diajukan ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi likuiditas perusahaan yang diatas titik optimal justru akan menurunkan nilai perusahaan karena adanya aset menganggur yang tidak dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian Dwi Retno Wulandari (2013) berdasarkan hasil penelitian variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis statistik untuk variabel profitabilitas diketahui bahwa koefisien regresi profitabilitas bernilai 0,247. Hasil statistik uji-t untuk variabel profitabilitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,125, sehingga lebih besar dari nilai toleransi kesalahan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, sehingga hipotesis keempat yang diajukan ditolak. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Dwi Maryati (2017), berdasarkan hasil penelitian tersebut variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena variabel profitabilitas yang dihitung dengan ROE (*Return On Equity*) yang hasilnya adalah ROE yang tinggi bisa menghasilkan korelasi positif terhadap saham yang artinya ROE semakin tinggi akan berpengaruh terhadap harga saham, karena dengan tingginya harga saham sama dengan tingginya nilai perusahaan. Sedangkan untuk penelitian ini variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena cara menghitungnya dengan menggunakan ROA (*Return On Assets*) yang dimana cara menghitungnya adalah dengan laba bersih dibagi dengan jumlah aset yang hasilnya kurang stabil, dan untuk penelitian sebelumnya jumlah sampel yang terpilih lebih banyak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dari empat hipotesis yang diajukan, dan keempat hipotesis tersebut satu hipotesis diterima dan tiga hipotesis ditolak. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini: Variabel struktur aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah :

1. Bagi Investor

Investor diharapkan dapat memperhatikan variabel struktur aset yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan sebelum mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

2. Bagi Perusahaan

Manajer perusahaan harus mampu mempertimbangkan keputusan pendanaan yang akan diambil, baik menggunakan modal sendiri maupun hutang. Pendanaan tersebut diharapkan mampu memenuhi kebutuhan perusahaan serta dapat menciptakan nilai perusahaan yang baik

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperluas wilayah penelitian sehingga dapat dilihat dari berbagai sektor perdagangan seperti perdagangan besar dan kecil. Keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya lebih disempurnakan misalnya dengan menambah sampel perusahaan yang mencakup semua variabel yang dibutuhkan dalam penelitian tersebut. Dan disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas variabel keuangan yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y. (2011). Pengaruh Ukuran perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Indonesia Tahun 2006-2008). *Jurnal Ekonomi* .
- Dwi, M. (2017). Pengaruh Struktur Modal Dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015). *Jurnal Ekonomi* .
- Hargiansyah, R. F. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Artikel Ilmiah Mahasiswa* .
- Ida Bagus Nyoman Puja Wijaya, N. K. (2012). *Pengaruh likuiditas dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh kebijakan dividen*.
- I Mustanda Ketut, I. S. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *Jurnal Manajemen Unud* .
- Khumairoh, K. N. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Syariah Paper Accounting FEB UMS* .
- Lisa, O. (2012). Asimetri Informasi Dan Manajemen Laba : Suatu Tinjauan Dalam Hubungan Keagenan . *Jurnal WIGA* .
- Ngurah, I. G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Paramita, R. W. (2012). Pengaruh Leverage , Firm Size Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal WIGA* .
- Rahmawati, A. D. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Properti , Real Estate , dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* .
- Rina, H. D. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* . Yogyakarta: BPFE.
- Sochib. (2018). Mekanisme Fungsi Manajemen Keuangan Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal WIGA* .
- Sri, A. D. (2013). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*.

Suffah, R. . (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* .

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharli, M. (2006). Studi Empiris Mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Harga Saham terhadap Jumlah Dividen Tunai (Studi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2002-2003). *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Sistem Informasi* .

Tansyawati, F. A. (2015). Pengaruh struktur aset, profitabilitas, keputusan investasi, dan risiko bisnis terhadap struktur modal. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* .

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wulandari, D. R. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Operating Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Intervening. *Accounting Analysis Journal* .

Analisis Satuan Pengawas Intern Untuk Menilai Tingkat Efisiensi dan Efektivitas Terhadap Perlakuan Aktiva Tetap di RS Wijaya Kusuma Lumajang

Lia Wasel Hidayah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:Wasel_Hidayah@yahoo.com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²
STIE Widya Gama Lumajang
email:pradnyataj@gmail.com

Muchamad Taufiq³
STIE Widya Gama Lumajang
email:muchamadtaufiqmh@gmail.com

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui analisis satuan pengawas intern untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas perlakuan aktiva tetap di RS. Wijaya Kusuma Lumajang, pengukuran tingkat efisiensi dan efektivitas aktiva tetap dilakukan dengan analisis satuan pengawas intern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisis satuan pengawas intern untuk menilai tingkat efisiensi dan efektivitas perlakuan aktiva tetap bahwa aktiva tetap dalam kondisi baik dan layak digunakan dalam operasional rumah sakit. Tingkat efisiensi dan efektivitas yang tinggi diatas dapat dinyatakan bahwa pengawasan dilakukan dengan baik. Hanya saja seluruhnya masih menggunakan manual. Aktiva tetap dinyatakan efisien karena 100% harga pengadaan terealisasi dengan harga pembelian yang sepadan. Aktiva tetap dinyatakan efektif 100% karena dengan pengukuran ingakt efektivitas aktiva tetap yang telah dianalisis memenuhi kriteria persentase yang ada oada pedoman aktiva tetap medis dan non medis yang ada di RS. Wjaya Kusuma Lumajang.

Kata Kunci : Satuan Pengawas Intern, Pengukuran Efisiensi dan Efektivitas, Aktiva Tetap

Abstract

The purpose of this study is to know the analysis of internal supervisory unit to measure the level of efficiency and effectiveness of fixed asset treatment in RS. Wijaya Kusuma Lumajang, measuring the level of efficiency and effectiveness of fixed assets is done by analysis of internal supervisory unit. The method used in this research is descriptive qualitative. Based on the analysis of internal supervisory unit to assess the level of efficiency and effectiveness of the fixed asset management that the fixed assets are in good condition and feasible to be used in hospital operations. The high level of efficiency and effectiveness above can be stated that supervision is done well. It's just entirely still using the manual. Fixed assets are declared efficient because 100% of the procurement price is realized at a corresponding purchase price. The fixed assets are declared effective 100% because the measurement of the effectiveness of fixed asset that has been analyzed satisfies the criteria of the existing percentage of existing medical and non-medical fixed assets guidance in RS. Wjaya Kusuma Lumajang.

Keywords: Internal Supervisory Unit, Measurement of Efficiency and Effectiveness, Fixed Assets

PENDAHULUAN

Satuan Pengawasan Intern (SPI) aktiva tetap meliputi Organisasi, pemberian wewenang dan prosedur pencatatan-pengklasifikasian, pembelian, pelabelan yang dilakuakn oleh satuan pengawas intern (SPI) dengan adanya Pengawasan intern atas aktiva tetap diharapkan dapat menjaga aktiva tetap milik rumah sakit , mengawasi ketelitian dan kebenaran data akuntansi, membantu mendorong dipatuhinya kebijakan pimpinan yang telah ditetapkan lebih dahulu dan meningkatkan operasional.

Bagaimana identifikasi penerapan Satuan Pengawas Intern aktiva tetap? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan struktur Pengawasan intern aktiva tetap. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa struktur Pengawasan intern aktiva tetap pada Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang telah dilaksanakan dengan cukup memadai oleh satuan pengawas intern yang dibantu oleh manajemen, bagian keuangan, dan Tim Aplikasi Sarana dan Prasana Kesehatan. Satuan Pengawas Intern (SPI) aktiva tetap telah dilaksanakan dengan cukup memadai sehingga Pengawasan intern aktiva tetap yang efisien dan efektif belum seluruhnya terwujud. Semua karyawan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya belum sepenuhnya sesuai dengan standart operasional prosedur yang telah ditetapkan, sesuai kesimpulan di atas diajukan beberapa rekomendasi : 1) Satuan Pengawasan Rumah Sakit harus melakukan evaluasi secara rutin tugas dari setiap bagian atau fungsi 2) Pemeriksaan yang rutin agar tidak terjadi penyelewengan dan kerusakan terhadap harta kekayaan rumah sakit dapat dihindari.

Rumah Sakit Wijaya Kusuma (RSWK) Lumajang beroperasi sesuai dengan Keputusan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor AHU – 10541.40.20.2014 Tentang Persetujuan Perubahan Badan Hukum Perseroan Terbatas (PT) Rumah Sakit Wijaya Kusuma. dalam perkembangannya makin hari makin menggembirakan, hal ini bisa dilihat dari perkembangan jumlah sarana fisik, jumlah dan kualitas peralatan medis dan penunjang medis, jumlah cakupan pelayanan baik rawat jalan (RJ) maupun rawat inap (RI), BOR dan cakupan finansial. Kondisi ini tentunya memerlukan upaya yang lebih komprehensif agar perkembangan yang baik tersebut bisa lebih ditingkatkan dan dipertahankan dalam upaya untuk membangun citra Rumah Sakit sesuai dengan Misi dan Visi RSWK dalam upaya untuk mencapai tujuan rumah sakit maka dibutuhkan pengawasan menyeluruh terhadap semua sumberdaya dan fasilitas yang ada, oleh karena itu maka Satuan Pengawas Intern (SPI) ada di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang di tugaskan agar upaya-upaya tersebut lebih terarah dalam mengendalikan control kekayaan rumah sakit terutama Aktiva Tetap. Pengawasan atas aktiva tetap merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pengawasan terhadap aktiva harus dilakukan secara tepat dan terorganisir. Alasan penyebabnya karena keberadaan aktiva tetap merupakan sesuatu yang penting dalam pelaksanaan operasional perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

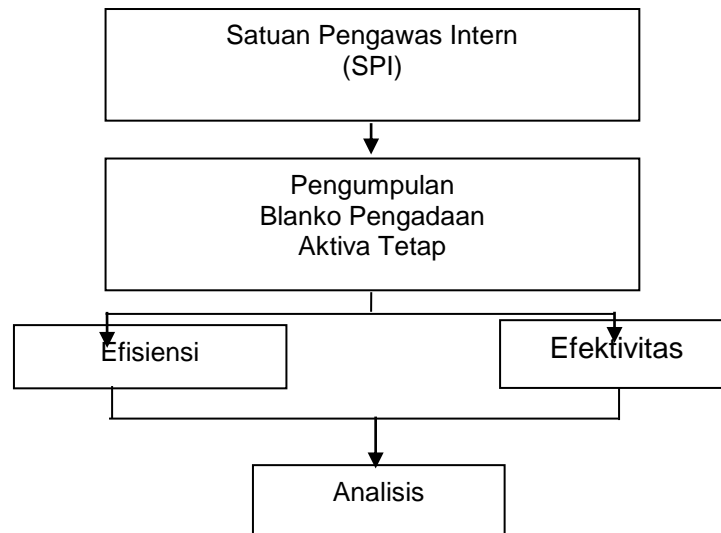
Pengertian Kebijakan menurut Anderson dalam Tahir (2014:12) kebijakan merupakan suatu tindakan yang mempunyai tujuan yang dilakukan seseorang pelaku atau sejumlah pelaku untuk memecahkan suatu masalah. Kebijakan Direktur RS Wijaya Kusuma Nomor : 05/PERDIR/SPI/RSWK/I/2017 Tentang Kebijakan Satuan Pengawas Intern (SPI) Aktiva Tetap Non Medis RS. Wijaya Kusuma Lumajang. Bahwa SPI melaksanakan pengawasan terhadap pengelolaan aktiva tetap non medis. Kebijakan Direktur RS Wijaya Kusuma Nomor : 06/PERDIR/SPI/RSWK/I/2017 Tentang Kebijakan Satuan Pengawas Intern (SPI) Aktiva Tetap Medis RS. Wijaya Kusuma Lumajang. Bahwa SPI melaksanakan pengawasan terhadap pengelolaan aktiva tetap medis. Kebijakan Direktur RS Wijaya Kusuma Nomor : 07/PERDIR/SPI/RSWK/I/2017 Tentang Kebijakan Satuan Pengawas Intern (SPI) Sumber Daya Manusia Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.

Bahwa SPI melaksanakan pengawasan terhadap penataan sumber daya manusia (karyawan). Kebijakan Direktur RS Wijaya Kusuma Nomor : 08/PERDIR/ SPI/RSWK/I /2017 Tentang Kebijakan Satuan Pengawas Intern (SPI) Keuangan Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang. Bahwa SPI melaksanakan pengawasan terhadap pengelolaan keuangan.

Pengertian Aktiva Tetap Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 16 Paragraf 5 menyebutkan bahwa Aktiva Tetap merupakan aktiva berwujud yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dibangun lebih dahulu yang digunakan dalam operasi perusahaan, tidak dimaksudkan untuk dijual dalam rangka kegiatan normal perusahaan dan mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun (Ikatan Akuntan Indonesia. Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat, Jakarta, 2004, No 16 Paragraf 5). Pengertian aset tetap dalam PSAK (2007 : 16.2) adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif; dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode. Aktiva tetap merupakan salah satu pos dalam laporan keuangan khususnya neraca dan juga yang mempengaruhi laporan laba rugi melalui pos penyusutan. Dalam pengertian yang umum istilah aktiva tetap sering diartikan sebagai sesuatu benda yang dapat memberikan manfaat dalam operasi perusahaan baik di masa sekarang maupun di masa mendatang.

Peranan substansi suatu aktiva tetap yang dimaksudkan dalam konteks ini adalah aktiva tetap berwujud (*physical fixed assets*).

Kerangka pemikiran merupakan model tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah studi kasus deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan perlakuan aktiva tetap di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang serta menilai tingkat efisiensi dan efektivitas yang dilakukan oleh satuan pengawas intern di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang. Obyek Penelitian sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian, maka objek penelitian merupakan hal yang mendasari proses pencatatan, pengklasifikasian, pembelian, pelabelan semua aktiva tetap dan keterangan yang berkaitan dengan apa yang menjadi tujuan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian pada satuan pemeriksa intern untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas terhadap perlakuan aktiva tetap di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data dengan mengumpulkan data yang sudah tersedia di instansi terkait berupa dokumen (dokumen pengadaan, dokumen pembelian, dokumen pelabelan), gambar – gambar (*flowchart*), dan table (table pengadaan, table pembelian, table pelabelan). Data yang diperoleh dipergunakan untuk penyajian data hasil penelitian, serta mendukung pernyataan yang dikeluarkan oleh pihak – pihak terkait.

Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif yang mana analisis data dalam metode ini memberikan uraian-uraian dan penjelasan data-data yang berkaitan dengan sistem dan prosedur atas pengadaan barang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aktiva Tetap di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan laporan pengelolaan dan pengawasan aktiva tetap tahun 2018 di Satuan Pengawas Intern, bahwa keseluruhan aktiva tetap yang ada sebanyak 2.472 aktiva, terdiri dari 806 Aktiva Tetap Medis dengan nilai aktiva sebesar Rp 4.393.751.500 dan 1.666 aktiva tetap non medis dengan nilai aktiva sebesar 1.666.675.014. Aktiva tetap medis maupun non medis di lakukan penyusutan untuk mengetahui tingkat kelayakan yang digunakan dalam melakukan pelayanan keselamatan dan kesehatan kerja yang sesuai standart bagi karyawan, pasien, pengunjung dan masyarakat di lingkungan rumah sakit. Aktiva tetap medis di rumah sakit berada pada masing – masing instalasi ruangan antara lain, di ruang HCU jumlah aktiva tetap medis sebanyak 84 item dengan nilai aktiva Rp 213.374.500, di ruang Radiologi jumlah aktiva tetap medis sebanyak 17 item dengan nilai aktiva Rp 442.262.000, di ruang VIP jumlah aktiva tetap medis sebanyak 84 item dengan nilai aktiva Rp 89.415.000, di ruang VK jumlah aktiva tetap medis sebanyak 65 item dengan nilai aktiva Rp 178.080.000, di ruang USG jumlah aktiva tetap medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 59.000.000, di ruang HCU jumlah aktiva tetap medis sebanyak 84 item dengan nilai aktiva Rp 213.374.500, di ruang IGD jumlah aktiva tetap medis sebanyak 72 item dengan nilai aktiva Rp

150.715.000, di ruang Perinatologi jumlah aktiva tetap medis sebanyak 38 item dengan nilai aktiva Rp 119.380.000, di ruang OK jumlah aktiva tetap medis sebanyak 86 item dengan nilai aktiva Rp 637.505.000, di ruang Dahlia jumlah aktiva tetap medis sebanyak 31 item dengan nilai aktiva Rp 25.035.000, di ruang Melati jumlah aktiva tetap medis sebanyak 54 item dengan nilai aktiva Rp 19.580.000, di ruang Mawar jumlah aktiva tetap medis sebanyak 36 item dengan nilai aktiva Rp 17.027.000, di ruang VIP Atas jumlah aktiva tetap medis sebanyak 36 item dengan nilai aktiva Rp 177.812.000, di ruang Fisio jumlah aktiva tetap medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 18.690.000, di ruang Poli Gigi jumlah aktiva tetap medis sebanyak 68 item dengan nilai aktiva Rp 62.670.000, di ruang LAB jumlah aktiva tetap medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 220.839.000, di ruang Poli Mata jumlah aktiva tetap medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 1.943.835.000, di ruang poli penyakit dalam jumlah aktiva tetap medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 6.455.000, di ruang poli bedah jumlah aktiva tetap medis sebanyak 10 item dengan nilai aktiva Rp 5.895.000.

Aktiva tetap non medis di masing – masing instalasi antara lain, di ruang Direktur jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 22 item dengan nilai aktiva Rp 31.170.000, di ruang SPI jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 34 item dengan nilai aktiva Rp 50.025.000, di ruang ADMP jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 51 item dengan nilai aktiva Rp 44.310.000, di ruang Keuangan jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 58 item dengan nilai aktiva Rp 63.380.000, di ruang Farmasi jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 82 item dengan nilai aktiva Rp 85.100.000, di ruang Laundry jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 33 item dengan nilai aktiva Rp 87.940.000, di ruang Gizi Bawah jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 60 item dengan nilai aktiva Rp 26.835.000, di ruang Rekam Medis jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 35 item dengan nilai aktiva Rp 25.015.000, di ruang Pertemuan jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 44 item dengan nilai aktiva Rp 14.690.000, di ruang RJ Nusa Indah jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 13 item dengan nilai aktiva Rp 14.785.000, di ruang Humas jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 8.750.000, di ruang Sekertariat PT jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 13 item dengan nilai aktiva Rp 8.910.000, di ruang LAB jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 42 item dengan nilai aktiva Rp 44.775.000, di ruang Logistik jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 15 item dengan nilai aktiva Rp 11.250.000, di ruang Satpam jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 8 item dengan nilai aktiva Rp 4.700.000, di ruang USG jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 12 item dengan nilai aktiva Rp 7.700.000, di ruang Poli Gigi jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 13 item dengan nilai aktiva Rp 8.600.000, di ruang TPIP jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 28 item dengan nilai aktiva Rp 35.260.000, di ruang IGD jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 38 item dengan nilai aktiva Rp 44.420.000, di ruang Kasir jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 15 item dengan nilai aktiva Rp 23.270.000, di ruang PPI jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 14 item dengan nilai aktiva Rp 10.900.000, di ruang RJ Melati jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 32 item dengan nilai aktiva Rp 22.035.000, di ruang Melati 1-18 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 128 item dengan nilai aktiva Rp 127.160.000, di ruang Poli Bedah jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 8 item dengan nilai aktiva Rp 12.050.000, di ruang Fisio jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 16 item dengan nilai aktiva Rp 18.200.000, di ruang BPJS jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 16 item dengan nilai aktiva Rp 16.220.000, di ruang VK jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 36 item dengan nilai aktiva Rp 33.335.000, di ruang Seruni 1-3 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 54 item dengan nilai aktiva Rp 43.770.000, di ruang Dr. Jaga OK jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 16 item dengan nilai aktiva Rp 9.750.000, di ruang OK jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 25 item dengan nilai aktiva Rp 19.360.000, di ruang Perinatologi jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 8 item dengan nilai aktiva Rp 6.800.000, di ruang Spulhook jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 11 item dengan nilai aktiva Rp 11.950.000, di ruang Poli Kulit dan Kelamin jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 13 item dengan nilai aktiva Rp 29.355.000, di ruang Poli Mata jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 9 item dengan nilai aktiva Rp 1.943.835.000, di ruang dr. spesialis jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 5 item dengan nilai aktiva Rp 12.200.000, di ruang Satpam jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 8 item dengan nilai aktiva Rp 4.025.000, di ruang Gizi jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 12 item dengan nilai aktiva Rp 9.435.000, di ruang Dahlia 1-3 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 54 item dengan nilai aktiva Rp 43.770.000, di ruang Mawar 1-8 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 120 item dengan nilai aktiva Rp 127.160.000, di ruang Edelweis 1-4 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 88 item dengan nilai aktiva Rp 15.285.000, di ruang Bougenfil 1-4 jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 68 item dengan nilai aktiva Rp 61.140.000, di ruang Nusa Indah jumlah aktiva tetap non medis sebanyak 196 item dengan nilai aktiva Rp 246.260.014.

Pembahasan dalam penelitian ini Pengukuran Aktiva Tetap Medis dan Non Medis di Rumah Sakit Wijaya Kusuma dilakukan dengan pencatatan secara sistematis dan tahapan yang terstruktur mulai dari permintaan blanko dengan pertimbangan wakil kepala direktur, ketua satuan pengawas intern

dan juga kepala instalasi yang mengajukan pengadaan aktiva tetap medis maupun non medis. Untuk mencatat aktiva tetap yang sudah dibeli satuan pengawas intern mempunyai software dari Dinas Kesehatan Kabupaten Lumajang yaitu sistem *software* Aplikasi Sarana Prasarana Kesehatan (ASPAK).

Rumah Sakit membentuk Tim ASPAK yang beranggotakan 2 (dua) anggota Satuan Pengawas Intern dan 1 (satu) anggota Instalasi Pemeliharaan dan Sanitasi. Pengukuran tingkat Efisiensi dan Efektivitas ini dengan memasukkan aktiva tetap pada ASPAK, sistem ini sudah link ke rumah sakit pemerintahan maupun swasta di Indonesia, dengan menginput nama aktiva, merk, kondisi, dan harga akan terdiksi kualitas barang yang digunakan dan juga jumlah aktiva tetap. Jumlah aktiva tetap yang tercatat pada data di SPI secara manual dicocokkan dengan yang ada di ASPAK.

KESIMPULAN DAN SARAN

Satuan Pengawas Intern Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang melakukan pengecekan aktiva tetap sesuai dengan jadwal pemeliharaan. Aktiva Tetap dinyatakan efisien oleh SPI dilakukan dengan mengecek pengadaan aktiva tetap apakah sesuai dengan pembelian bila sesuai maka dinyatakan efisien, tentu dengan mempertimbangkan kualitas aktiva tetap tersebut. Aktiva tetap dinyatakan efektif oleh Satuan Pengawas Intern bila aktiva tersebut sudah digunakan sesuai pemanfaatannya, baik tepat guna, waktu, maupun kuantitas pemakaian.

Pengukuran Tingkat Efisiensi dan Efektivitas Satuan Pengawas Intern bahwa Aktiva Tetap dengan kondisi baik-bisa digunakan setelah habis umur ekonomisnya dinyatakan efektif dan Aktiva Tetap dengan kondisi baik-bisa digunakan sebelum umur ekonomisnya habis dinyatakan efektif. Perlakuan aktiva tetap pada hasil analisis data pada bab sebelumnya bahwa aktiva tetap memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dikarenakan aktiva tetap tertib melakukan pemeliharaan sehingga aktiva tetap masih bisa digunakan meskipun sudah habis umur ekonomisnya. Total aktiva yang dinyatakan sangat efisien 767 aktiva tetap medis, 39 aktiva medis dinyatakan efisien, aktiva tetap non medis dinyatakan efektif sebanyak 1.525 dan dinyatakan sangat efektif sebanyak 141 aktiva.

Pengawasan untuk pengadaan, pencatatan, pembelian, pelabelan aktiva tetap dengan mempertimbangkan kualitas aktiva tetap yang sesuai standart pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang. Dalam menentukan umur ekonomis harus berdasarkan perhitungan kelayakan umur aktiva dan seharusnya tidak digunakan apabila umur ekonomisnya sudah habis dan ditempatkan di inventarisasi gudang. Satuan Pengawas Intern harus benar-benar melakukan pengawasan saja tidak melakukan pembelian aktiva, penggandaan tugas akan membuat pekerjaan tidak sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya sebagai pengawas intern.

Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Ukur Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada KUD Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh Tahun 2017)

Imam Hasanuddin
STIE Widya Gama Lumajang
email:Imamhasanuddin96@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atau mengukur kinerja keuangan pada KUD Karya Tani pada tahun 2017 melihat dari laporan keuangan meliputi laporan neraca dan laba rugi selama periode 3 tahun berturut-turut antara 2015-2017. Penelitian ini melakukan pengujian menggunakan teknik perhitungan rasio –rasio antara lain rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas pada laporan keuangan yang menyatakan berpengaruh terhadap kinerja keuangannya KUD Karya Tani. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian kinerja keuangan KUD Karya Tani jika ditinjau dari rasio likuiditas memperoleh presentase sebanyak 46,09. Jika ditinjau dari rasio solvabilitas hasil presentase menunjukkan 28,66 . Dari hasil pengukuran menggunakan rasio profitabilitas menunjukkan total hasil presentase sebanyak 6,7. Dari perhitungan menggunakan analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan simpulkan bahwa hasil perhitungan presentase dari analisis laporan keuangan KUD KARYA TANI menurut Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena total hasil daripada prosentase menunjukkan angka 81,45.

Kata Kunci: Likuiditas,Solvabilitas,Profitabilitas, Kinerja Keuangan, KUD Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh

Abstract

The purpose of this study is to know or measure financial performance at KUD Karya Tani in 2017 saw from the financial statements include balance sheet and profit and loss statements for the period of 3 years in a row between 2015-2017. This study conducted a test using the technique of calculation-ratios ratio, among others, the ratio of liquidity, solvency and profitability in the financial statements that state the effect on financial performance KUD Karya Tani. The method used is descriptive method. The results showed that the financial performance of KUD Karya Tani if evaluated from the liquidity ratio obtained percentage sebanyak 46.09. If viewed from the solvency ratio of the results of the percentage shows 28.66. From the measurement result using profitability ratio shows total percentage result as much as 6.7. From the calculation using Liquidity, Solvability and Profitability Ratio analysis, it can be concluded that the result of calculation of percentage of financial report analysis of KUD KARYA TANI according to Measurement of Health Performance Assessment Cooperative according to Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises Letter NO.35.3 / Per / M. KUKM / X / 2007 can be declared HEALTHY. Since the total result of the percentage shows the number 81.45.

Keywords: Liquidity, Solvability, Profitability, Financial Performance, KUD Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi di negara Indonesia disusun sebagai usaha bersama yang berdasar daripada asas-asas kekeluargaan. Ekonomi di negara Indonesia yang berdasar daripada asas demokrasi ekonomi mempunyai tujuan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Kehadiran KUD serba usaha ditengah krisis ekonomi yang berkepanjangan sebagai salah satu pelaku ekonomi bagi kelangsungan hidup masyarakat ekonomi lemah untuk bersama - sama saling membantu dalam meningkatkan taraf hidup kearah yang lebih baik.

Tujuan KUD yang hendak dicapai diperlukan langkah - langkah manajemen yang benar dalam pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan ini pihak manajemen dapat memanfaatkan laporan keuangan koperasi yang selanjutnya dilakukan evaluasi dan analisa. Dengan adanya analisis keuangan dapat diketahui tingkat kinerja KUD karena tingkat kerjanya merupakan suatu alat untuk mengontrol kelangsungan hidup.

Koperasi Unit Desa (KUD) mempunyai peranan sebagai objek daripada pengembangan pelaksanaan pembangunan perekonomian khususnya di Indonesia. Keberadaan Koperasi Unit Desa di setiap wilayah pedesaan mempunyai peran dan manfaat yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi secara nasional. Dengan adanya KUD diharapkan dapat membantu pengusaha golongan ekonomi lemah atau masyarakat menengah kebawah dalam mendapatkan tambahan modal yang berupa pemberian pinjaman berupa kredit untuk mengembangkan usahanya. Bantuan yang digunakan untuk mengembangkan dan memperlancar usaha untuk meningkatkan produktifitas. Peningkatan produktifitas diharapkan bisa memberikan tingkat keuntungan sehingga dapat menambah pendapatan golongan ekonomi lemah.

Setiap Koperasi Unit Usaha selalu mempunyai laporan keuangan sebagai pengaturan dalam mengalokasikan dana yang dimilikinya. dilihat dari sudut manajemen, laporan keuangan adalah sebagai sarana komunikasi untuk kinerja koperasi yang dikelola oleh pihak yang berkepentingan, sementara jika dilihat dari sudut pandang lain dan informasi akuntansi diharap dapat dipakai untuk membuat keputusan secara rasional dalam praktik bisnis. (Inanda,2007). Untuk menilai kinerja suatu KUD pihak manajemen harus mengetahui kondisi ekonomi KUD tersebut. Oleh karena itu maka yang paling penting adalah media laporan keuangannya. Laporan keuangan ini yang akan dijadikan sebagai analisis dalam pengambilan keputusan. Laporan keuangan dapat menggambarkan posisi keuangan KUD, hasil usaha KUD dalam suatu periode, dan arus dana (kas) KUD dalam periode tertentu. Kinerja daripada koperasi dapat dilihat di besarnya kinerja keuangan selama periode akuntansi tertentu.

Tujuan Penelitian

untuk mengetahui atau mengukur kinerja keuangan pada KUD KARYA TANI Desa Pulo Kecamatan Tempeh Tahun 2017 ditinjau dari rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan rasio rentabilitas

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Koperasi

Undang- Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Koperasi menunjukkan bahwa koperasi adalah entitas komersial yang terdiri dari orang-orang atau badan hukum koperasi dengan dasar kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi serta pergerakan ekonomi masyarakat berdasarkan prinsip kekeluargaan.

Muchamad taufiq (2015:21) mengemukakan bahwasanya hukum koperasi adalah pasal 33:1 UUD 1945 yang menyatakan perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asaz kekeluargaan. Penjelasan pasal 33 mencantumkan dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh dan untuk semua dibawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Asaz koperasi menempatkan eksistensinya yang memiliki karakteristik tersendiri. Beberapa prinsip dasar yang harus dipatuhi anggota (pasal 5:1) antara lain:

- a. Keanggotaan koperasi bersikap sukarela
- b. Pengelolaan koperasi dilakukan secara demokratis
- c. Pembagian SHU dilakukan adil dan sebanding dengan jasa usaha masing-masing anggota.
- d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal

Koperasi Unit Desa (KUD)

Koperasi Unit Desa (KUD) merupakan pengembangan koperasi yang dilakukan dengan pembangunan sektoral, dimana koperasi dikembangkan dari dukungan pemerintah melalui basis sektor primer. KUD sebagai koperasi yang diberikan titipan oleh pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup seperti halnya produksi tanaman pangan, perikanan, perkebunan, sektor industri kecil dan kegiatan lainnya dengan pemberian fasilitas kredit (Lembaga Administrasi Negara, 2007)

Laporan Keuangan

Dalam arti singkat, laporan keuangan ini menunjukkan bagaimana kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode akuntansi tertentu (Kasmir, 2008:7).

Susilo (2009: 10) mengatakan bahwa laporan keuangan ini adalah hasil dari proses akuntansi yang berisi informasi dan memberikan informasi tentang data ekonomi perusahaan, yang terdiri dari daftar yang menunjukkan posisi keuangan dan hasil kegiatan perusahaan untuk periode yang mencakup saldo lembar, laporan laba rugi dan laporan perubahan keuangan

Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Institute of Indonesian Accountants (2009: 3), tujuan dari laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan yang menguntungkan sejumlah besar pengguna diperusahaan dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Karakteristik kualitatif Laporan Keuangan

Menurut munawir “laporan keuangan merupakan salah satu informasi keuangan yang bersumber dari intern perusahaan yang bersangkutan.”Bahwa laporan keuangan utama meliputi neraca, laba rugi, laporan aliran kas, serta footnotes (merupakan bagian integral dari laporan keuangan).

Kasmir (2013:12),menyatakan pencatatan yang dilakukan dalam penyusunan laporan keuangan harus dilakukakn dengan kaidah-kaidah yang berlaku demikian pula dengan hal penyusuna laporan keuangan itu sendiri. dalam praktiknya sifat laporan keuangan dibuat secara historis dan bersifat menyeluruh.

Analisis rasio keuangan

Rasio menunjukkan hubungan matematis antara jumlah dan jumlah lainnya. Penggunaan alat analitis dalam bentuk rasio dapat menjelaskan ketentuan yang baik dan buruk dari status keuangan koperasi, terutama ketika membandingkan rasio dengan yang digunakan sebagai pilihan (Meth, 2013) Kasmir (2008: 104) memaparkan analisis rasio keuangan sebagai angka perbandingan dalam laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan yang lain.. Perbandingan dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen keuangan.Analisis laporan keuangan juga bisa didefinisikan dalam proses yang penuh pertimbangan dalam rangka untuk membantu mengevaluasi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu dengan tujuan untuk menentukan pembanding jumlah dari satu jumlah lainnya itulah yang dilihat daripada perbandingan. Harapan nantinya akan bisa ditemukan jawaban yang akan dijadikan baham pedoman kajian untuk menganalisis dan memutuskan terhadap konsisi keuangan perusahaan.

Hubungan Rasio Keuangan dan Kinerja Keuangan

Rasio keuangan dan kinerja keuangan mempunyai hubungan yang kuat, karena rasio keuangan mempunyai jenis banyak jumlah dan setiap rasio itu mempunyai kegunaanya masing-masing. Bagi investor ia akan melihat rasio dengan penggunaan yang palings esuai dengan analisis yang akan dilakukan. Jika rasio itu tidak mempresentasikan daripada tujuan dari analisis yang akan dilakukan maka rasio tersebut tidak akan dipergunakan, karena dalam konsep keuangan dikenal dengan namanya fleksibelitas, artinya rumus atau berbagai bentuk formula atau rumus-rumus yang dipergunakan sesuai dengan kasus yang diteliti karena tidak bisa senantiasa menganalisa seluruh rumus yang ada adalah cocok pada semua kasus yang di teliti.

Pengukuran rasio menurut Permen No.14 Tahun2009

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap 7 komponen sebagaimana dimaksud pada angka 1 s/d 7, diperoleh skor secra keseluruhan. Skor dimaksud ini dipergunakan untuk menetapkan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP koperasi yang dibagi dalam 5 (lima) golongan yaitu sehat, cukup sehat, kurang sehat, tidak sehat, dan sangat tidak sehat.

Penetapan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1
 Penetapan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP

Skor	Predikat
80 < x < 100	Sehat
60 < x < 80	Cukup sehat
40 < x < 60	Kurang sehat
20 < x <40	Tidak sehat
< 20	Sangat tidak sehat

Penelitian Terdahulu

1. Bayu Ramadhony (2007) pada Toko Tunas Jaya yang berjudul “Analisis laporan keuangan untuk mengetahui tingkat likuiditas dan rentabilitas pada Toko Tunas Jaya”, dengan menggunakan variabel rasio likuiditas dan rasio rentabilitas memperoleh hasil penelitian yang menjelaskan bahwa Toko Tunas Jaya memiliki tingkat Likuiditas bahwa koperasi dinyatakan dalam posisi aman sehingga perlu untuk dipertahankan jika memungkinkan terus ditingkatkan dengan syarat tidak melebihi 200%, karena apabila melebihi maka koperasi dianggap tidak mampu mengelola asetnya secara optimal. Tingkat rentabilitas dapat dikatakan mengalami peningkatan rentabilitas meski tahun 2005 sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan tetapi koperasi mampu meningkatkan rentabilitasnya pada tahun 2006.

- Ferris Manuar Anugerah (2011) pada CV. Bumi Tani Sejahtera Jatim dengan judul “Analisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio sebagai alat untuk mengukur kinerja koperasi (study kasus pada CV “Bumi Tani Sejahtera Jatim” kec. Lumajang kab Lumajang)”, dengan menggunakan variabel rasio likuiditas, rentabilitas dan solvabilitas, memperoleh hasil penelitian yang menjelaskan bahwa CV. Bumi Tani Sejahtera jika ditinjau dari rasio lancar selama 4 periode dalam keadaan yang baik. Rasio Solvabilitas ditinjau dari debt ratio selama 4 periode bahwa debt ratio dalam kondisi yang baik. Rasio Rentabilitas CV Bumi Tani Sejahtera Jatim ditinjau dari profit margin selama 4 periode dalam kondisi yang baik.
- Fachruz Rizal (2012) pada CV. Alamanda Lumajang dengan judul “Analisis pengendalian perputaran piutang terhadap Rentabilitas pada CV. Alamanda Lumajang” dengan menggunakan variabel rasio rentabilitas memperoleh hasil yang menjelaskan bahwa Akibat dari penurunan perputaran piutang menyebabkan menurunnya pula tingkat Rentabilitas koperasi, hal ini terbukti dari penurunan perputaran piutang yang terjadi pada tahun 2010 yang sebesar 2.84 kali diikuti penurunan pada tingkat Rentabilitas pada tahun 2010 yang sebesar 2.03% dari 7.4% pada tahun 2009 menjadi 5.37% pada tahun 2010. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat perputaran piutang adalah merupakan salah satu dampak yang menyebabkan suatu perubahan pada tingkat Rentabilitas koperasi, baik itu penurunan maupun peningkatan Rentabilitas.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif dimana metode ini menggambarkan sifat sesuatu yang telah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. (umar Husein. 2008:22).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan akurat mengenai masalah yang diteliti dimana data yang diperoleh dikumpulkan kemudian disusun dan diolah serta dianalisis. Setelah semua data laporan keuangan terkumpul dan dianalisis, yang ditinjau dari analisis rasio keuangan. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kinerja keuangan pada KUD Karya Tani. Untuk membandingkannya maka laporan keuanganyang digunakan yaitu laporan keuangan pada periode 2015, 2016, 2017

Obyek Penelitian

Husein Umar (2005:303) menyatakan bahwa “Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan juga bisa ditambahkan hal-hal lain jika perlu. Didalam penelitian yang berjudul Analisis Laporan Keuangan sebagai alat ukur terhadap kinerja keuangan yaitu pada KUD Karya Tani yang bertempat di Desa Pulo Kec. Tempeh Lumajang. Obyek penelitiannya menggunakan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas.

Sumber Data.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara internal, dimana data tersebut diambil langsung dari gambaran keadaan internal perusahaan atau organisasi. Dengan demikian penelitian ini bersumber dari data yang diperoleh dari Koperasi unit desa karya tani di desa pulo kec. tempeh. dimana data tersebut meliputi sejarah singkat koperasi, struktur organisasi, dan laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi selama 3 periode berturut-turut yaitu periode 2015-2017.

Jenis Data

Anwar Sanusi (2011:103) menyatakan bahwa “Jenis data lebih cenderung pada pengertian data macam apa yang harus dikumpulkan oleh peneliti”. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang sudah diolah yang bersumber dari koperasi yang diteliti, misalnya sejarah singkat KUD karya tani, struktur organisasi, dan informasi yang berhubungan dengan laporan keuangan seperti laporan neraca dan laba rugi. Jadi dapat disimpulkan bahwa data sekunder diperoleh dari data secara langsung dari objek yang diteliti, disini data tersebut didapatkan dari KUD Karya Tani. Dalam penelitian ini, data yang didapatkan berupa laporan keuangan yang terdiri dari laba rugi dan neraca, struktur organisasi serta sejarah singkat mengenai KUD Karya Tani.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui langkah – langkah sebagai berikut:

- Menyajikan laporan keuangan yang diperoleh dari perusahaan yang meliputi neraca, lapotan laba rugi
- Menghitung rasio keuangan dengan menggunakan rasio keuangan, yang meliputi:
 - Rasio Likuiditas yang melakukan perhitungan terhadap rasio lancar dan rasio cepat.
 - Rasio solvabilitas yang melakukan perhitungan terhadap jumlah hutang terhadap aktiva.

- c. Rasio profitabilitas yang melakukan perhitungan terhadap hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri.

Teknik Pengumpulan Data

Sonny Sumarsono (2004:66) menyatakan bahwa “Pengumpulan data merupakan suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu”. Untuk memperoleh data dan bahan penelitian, peneliti mengumpulkan data seperti laporan neraca dan laporan laba rugi dari tahun tahun sebelumnya guna sebagai perbandingan dari data terdahulu dengan data sekarang. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan Dokumentasi yaitu dengan membuat salinan atau penggandaan arsip-arsip dan catatan-catatan perusahaan yang ada mengenai neraca dan laporan laba rugi gambaran umum perusahaan peralatan dan mesin yang digunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

KUD “Karya Tani” yang bertempat di Desa Pulo Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang berdiri pada Tahun 1969 dengan nama Koperasi HONGAR yang dipelepori oleh Bapak Doyumisranu. Pada Tahun 1974 Koperasi HONGAR berubah nama menjadi BUUD (Badan Usaha Unit Desa) yang dipimpin oleh Bapak Akub Zainal. Pada tanggal 30 September 1980 atas kuasa rapat pembentukan KUD Karya Tani membuat pengajuan ke pemerintahan Kabupaten Lumajang. Hingga pada tanggal 04 Desember 1980 telah resmi dibentuk Koperasi Unit Desa (KUD) “Karya Tani” dengan Badan Hukum.No. 4705/BT/II/80.

Hasil Penelitian

Tabel 2
 Laporan keuangan Koperasi Karya Tani

No.	Nama	Tahun		
		2015	2016	2017
1.	Aktiva Lancar	Rp. 521.649.686	Rp. 461.042.872	Rp. 450.736.892
2.	Hutang Lancar	Rp. 201.375.205	Rp. 180.869.994	Rp. 224.028.362
3.	Persediaan	Rp. 53.336.473	Rp. 27.399.239	Rp. 28.938.515
4.	Pendapatan	Rp. 2.819.858.600	Rp. 2.813.806.600	Rp. 2.432.186.950
5.	SHU	Rp. 43.676.755	Rp. 32.625.936	Rp. 32.695.003
6.	Ekuitas	Rp. 509.053.785	Rp. 547.419.023	Rp. 590.439.432
7.	Total Aktiva	Rp. 769.996.728	Rp. 711.126.279	Rp. 835.670.294
8.	Total Hutang	Rp. 222.577.705	Rp. 202.072.494	Rp. 245.230.862

Sumber Data: Koperasi Unit Desa (KUD) “Karya Tani” Desa Pulo

1. Rasio likuiditas

- a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{aktiva Lancar (current asset)}}{\text{utang Lancar (current liabilitas)}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 2
 Hasil perhitungan Rasio Lancar periode 2015-2017

Periode	Aktiva Lancar	Hutang Lancar	Current rasio
2015	Rp. 521.649.686	Rp. 201.375.205	26,04%
2016	Rp. 461.042.872	Rp. 180.869.994	25,50%
2017	Rp. 450.736.892	Rp. 224.028.362	20,20%

Sumber Data: Koperasi Unit Desa (KUD) “Karya Tani” Desa Pulo

- b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

$$\text{Rasio Cepat (Quick Ratio)} = \frac{\text{aktivalancar} - \text{persediaan}}{\text{hutanglancar}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 3
 Hasil Perhitungan Rasio cepat Periode 2015-2017

Periode	Aktiva Lancar	Persediaan	Hutang Lancar	Ras. Cepat
2015	Rp. 521.649.686	Rp. 53.336.473	Rp. 201.375.205	23,3%
2016	Rp. 461.042.872	Rp. 27.399.239	Rp. 180.869.994	24,0%
2017	Rp. 450.736.892	Rp. 28.938.515	Rp. 224.028.362	18,9%

2. Rasio Solvabilitas

a. Debt Ratio

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 4

Hasil Perhitungan Debt Ratio Periode 2015-2017

Periode	Total Hutang	Total Aktiva	Debt Ratio
2015	Rp. 222.577.705	Rp. 769.966.728	29%
2016	Rp. 202.072.494	Rp. 711.126.279	28%
2017	Rp. 245.230.862	Rp. 835.670.294	29%

3. Rasio Profitabilitas

a. Return on Equity (ROE).

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 5

Hasil Perhitungan ROE 2015-2017

Periode	Laba Bersih (SHU)	Modal Sendiri (ekuitas)	ROE
2015	Rp. 43.676.755	Rp. 509.053.785	8,61%
2016	Rp. 32.625.936	Rp. 547.419.023	5,95%
2017	Rp. 32.695.003	Rp. 590.439.432	5,53%

Tabel 6

Rekapitulasi Rasio Keuangan
KUD "Karya Tani" tahun 2015-2017

No	Rasio Keuangan	Tahun			Rata-rata	STANDART
		2015	2016	2017		
1	Liquiditas					SEHAT
	1. Current Rasio	26,4%	25,50%	20,20%	24,03	
	2. Quick Ratio	23,3%	24,0%	18,9%	22,06	
2	Solvabilitas					
	1. Debt Asset	29%	28%	29%	28,66	
3	Profitabilitas					
	1. ROE	8,65%	5,95%	5,53%	6,7	
				TOTAL	81,45	

Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwasanya penilaian kinerja keuangan KUD "Karya Tani" menggunakan rasio likuiditas dengan menggunakan 2 cara metode pengukuran yaitu current ratio dan quick ratio pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 yaitu 24,03 (untuk rasio lancar) dan 22,06% (untuk rasio cepat) sehingga total hasil presentase perolehan yaitu sebanyak 46,09. Demikian juga dalam pengukuran laporan keuangan KUD "Karya Tani" menggunakan rasio solvabilitas dengan metode debt asset pada tahun 2015-2017 memperoleh total hasil presentase sebanyak 28,66. selanjutnya jika menggunakan perhitungan dengan menggunakan rasio profitabilitas total hasil perhitungan ROE mulai tahun 2015-2017 memperoleh hasil 6,7. Dari perhitungan menggunakan analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan simpulkan bahwa hasil perhitungan presentase dari analisis laporan keuangan KUD KARYA TANI menurut Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena total hasil daripada prosentase menunjukkan angka 81,45.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada KUD "Karya Tani" dapat disimpulkan diantaranya bahwa:

1. Penelitian pada KUD "Karya Tani" yang bertempat di Desa Pulo Kecamatan Tempeh ini menggunakan penelitian Deskriptif, karena data yang diperoleh langsung dari KUD "Karya Tani".

2. Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data dengan menggunakan rasio likuiditas dengan metode current ratio dan quick ratio memperoleh total hasil 46,09.
3. Dalam pengukuran laporan keuangan KUD "Karya Tani" menggunakan rasio solvabilitas dengan metode debt asset memperoleh 28,66. KUD "Karya Tani" mampu membayar semua total hutang atau kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjangnya.
4. Untuk pengukuran ketiga dengan menggunakan rasio profitabilitas dengan metode ROE menunjukkan hasil presentase 6,7. Meskipun dari 3 tahun terakhir KUD "Karya Tani" menunjukkan presentase menurun sehingga masih belum maksimal dalam meningkatkan laba. Posisi permodalan daripada KUD "Karya Tani" masih sangat minim, posisi usaha tidak menentu akan tetapi dalam segi sisi perputaran sudah cukup sehingga masih meraih keuntungan dari sisa hasil usaha (SHU) sesuai rencana.
5. Dilihat dari total presentase ketiga rasio tersebut diperoleh hasil presentase daripada kinerja KUD Karya Tani jika dilihat dari Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena dari jumlah total pengukuran analisis Rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas menunjukkan total skor 81,45.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah di paparkan diatas, peneliti mencoba memberikan saran atau masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi KUD "Karya Tani".

1. Perlu adanya peningkatan SHU atas total aktiva yang dimiliki oleh KUD "Karya Tani". Dalam hal ini pihak manajemen perlu adanya perencanaan yang matang mengenai pengelolaan terhadap total aktiva yang dimilikinya agar dapat meningkatkan profitabilitas usaha di KUD "Karya Tani".
2. Agar kondisi kemandirian dan pertumbuhan pada KUD "Karya Tani" menjadi lebih baik, maka perlu adanya penekanan-penekanan daripada biaya yang dikeluarkan agar SHU yang diperoleh dapat meningkat. Hal ini dapat mendorong kesejahteraan anggotanya.
3. Unit-unit usaha yang ada pada KUD "Karya Tani" diharapkan dapat dipertahankan. Terlebih usaha yang mengalami kemunduran hendaknya dapat diusahakan lebih maju, dan diusahakan muncul unit-unit baru yang lebih baik dan berpotensi agar bisa meningkatkan SHU PADA KUD "Karya Tani".

DAFTAR PUSTAKA

- Chourmain, Imam, 2008. *Acuan Normatif Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Al-Haramain Publising House. Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung, Alfabeta.
- Firdaus, F. (2012). ANALISIS RASIO LIKUIDITAS, RASIO SOLVABILITAS DAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP KINERJA KOPERASI AS-SAKINAH DI SIDOARJO TAHUN 2009-2012 No Title. *Journal Universitas Negeri Surabaya*, 1-22
- Firdaus, M dan Agus Hedi Susanto. 2002. *Perkoperasian Sejarah, Teori, dan Praktek*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Harahap, S. S. 2002. *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Raja Grafindo, jakarta
- _____. 2009. *"Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan"*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- HM. Sonny Sumarsono, 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Jember: Graha Ilmu.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2002, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat: Jakarta.
- _____, 2009, *Standar Akuntansi Keuangan*, PSAK No. 1 : Penyajian Laporan keuangan. Jakarta : Salemba Empat, Jakarta.
- Indriantoro Nur dan Bambang Supomo, 2002, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*, Agung Media, Yogyakarta : BPEE –Yogyakarta
- Jumingan. (2009). *Analisis Laporan Keuangan* : Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kartasapoetra dkk. 2001. *Koperasi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir, 2003, *Pengantar Manajemen keuangan*, Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta.
- _____, 2008, *Analisis Laporan Keuangan*, Rajawali Pers: Jakarta
- _____. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Kesuma, Y. F. (2004). *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 93-121. *Keuangan*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Khoirotnisak. (2011). Analisis kinerja keuangan KUD banyumanik dikota Semarang. *Skripsi Fakultas Pertanian*. 1-104

- Maith, H. A. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada Pt. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk*. Jurnal EMBA , 619-628.
- manuar anugrah, f. (2011). *analisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan* .
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Munawir, 2010, *Analisis Laporan Keuangan*.Edisi keempat.Penerbit. Liberty: Yogyakarta.
- _____,2002. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Nugroho, A. S. (2012). Pengaruh Karakteristik Pe Rusahaan Terhadap Tingkat Keluasan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Sektor Industri Makanan Da N Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* , 1-27.
- Nuri.dan Bambang S 2009. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi danManajemen*. Edisi Pertama, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM: Yogyakarta, Persada. Jakarta.
- Prawirosentono, S. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE.Yogyakarta.
- Riyanto, B. 2001.*Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*.BPFE.Yogyakarta.
- Sanusi.Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Selemba Empat. Jakarta
- Standar Akuntansi Keuangan: <http://www.triharyono.com/2017/09/Karakteristik-laporan-keuangan-menurut-standar-akuntansi-keuangan-per-1-Januari.html> diakses tgl 02/02/18
- Sugiyono, 2009.*Metode Penelitian*. Bandung : Alfabetis.
- Suwandi, Ima. 1982. *Koperasi Organisasi Ekonomi yang Berwatak Sosial*. Bharatara Karya Aksara. Jakarta.
- Subani. (2015). *Jurnal STIE Widya Gama Lumajang* , 2088-944.
- Sudarsono dan Edilius. 1996. *Koperasi dalam Teori dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Koperasi Indonesia*.Rineka Cipta.
- Sumarsono.Sonny.HM. 2009.*Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Jakarta
- Susilo, Bambang. 2009. *Analisa Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Koperasi*.Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Taufiq, Muchamad. 2015. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi*, Edisi 1 cetakan 6. STIE Widya Gama Lumajang.Lumajang.
- Tjahjono, A dan Sulastiningsih. 2003. *Akuntansi Pengantar Pendekatan Terpadu*.UUP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Weygandt, Jerry dan kieso, Donald dan Kimmel, Paul D. 2007.*Accounting Principles*, Edisi 7.Penerbit. Salemba Empat.
- Widiyanti, Wiwin. 2005.*Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta.

**Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)**

Fipin Hidayanti¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: fipin1309@gmail.com

M. Yahdi²
STIE Widya Gama Lumajang

Ratna Wiayanti DP³
STIE Widya Gama Lumajang
email: pradnyataj@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel volume penjualan memiliki pengaruh terhadap laba bersih, variabel biaya operasional mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Sedangkan secara simultan pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih dengan koefisien determinasi (*adjusted R2*) diperoleh sebesar 0,842. Hal ini berarti variabel bebas (volume penjualan dan biaya operasional) mampu menjelaskan laba bersih perusahaan sebesar 84%, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 84\% = 16\%$ dijelaskan oleh faktor – faktor lain selain variabel yang diteliti yang mempengaruhi laba bersih perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi laba bersih diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : Volume Penjualan, Biaya Operasional, Laba Bersih

Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of the volume of sales and operating expenses to net income both partially or simultaneously. This study tested the hypothesis that there is a volume of sales and operating expenses to net income. The method used is the method of linear regression regression. the results showed that for the variable sales volume has no effect on net income, variable operating costs have an effect on net income. Meanwhile, the simultaneous effect of the volume of sales and operating expenses to net income with a coefficient of determination(*adjustedR2*)obtained at .842. It this means that the independent variable (volume of sales and operating expenses) were able to explain the company's net profit by 84%, while the rest of $100\% - 84\% = 16\%$ is explained by other factors than the studied variables that affect the company's net profit. Limitations of this study is only examined the effect of volume of sales and operating expenses to net income. While other variables that affect net income is expected to be further investigated by researchers.*

Keywords: Volume of Sales, Operating Expenses, Net Income

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang mempunyai kinerja yang baik yang akan bertahan. Perusahaan dituntut semakin efisien dalam kegiatannya karena persaingan semakin kompetitif, dalam kondisi ekonomi saat ini dimana krisis ekonomi melanda Indonesia dan merusak sektor dari perekonomian, sehingga sangat perlu untuk memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. (I Wayan Bayu Wisesa : 2014).

Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk mendapatkan pendapatan semaksimal mungkin agar life cycle perusahaan dapat terjamin, sehingga dapat terus mengusahakan perkembangan. Oleh karena itu kegiatan menentukan besarnya kebutuhan modal kerja yang dapat dikaitkan dengan peningkatan laba usaha (Linda Setyaningsih : 2011).

Laba merupakan salah satu tujuan utama badan usaha. Tanpa laba, perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan lainnya yaitu pertumbuhan yang berkelanjutan dan corporate social responsibility. Semua perusahaan akan selalu mengusahakan peningkatan laba. Untuk memperoleh laba maksimal, salah satunya dengan meminimalisir biaya produksi dan biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Wisesa (2014) banyak cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh laba maksimal, salah satunya adalah dengan meningkatkan volume penjualan dan menekan biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan. Munawir (2012) 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.

Menekan biaya produksi sangat penting karena berpengaruh terhadap laba perusahaan. Untuk mengukur dan mengetahui apakah suatu pesanan jenis tertentu mampu menghasilkan laba atau mengakibatkan rugi, manajemen sangat perlu informasi rincian biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu pesanan tertentu. (Mulyadi:2005).

Jika perusahaan berhasil menghemat biaya operasional, maka akan mendapatkan laba yang optimal, demikian juga sebaliknya, bila terjadi pengeluaran biaya yang terlalu besar akan menyebabkan laba menurun. (Jopie Jusuf:2006).

Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin meningkat pula aktivitas perusahaan. Apabila aktivitas atau kegiatan perusahaan semakin meningkat akibatnya akan meningkatkan biaya yang dikeluarkan untuk operasionalisasi perusahaan. Maka agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti pemborosan dan penyelewengan, biaya yang dikeluarkan harus digunakan secara efisien dan efektif untuk menekan biaya. Penyelewengan biaya bukanlah hal yang jarang terjadi lagi saat ini, pada prakteknya, banyak penyelewengan dana yang terjadi, seperti mark up biaya hingga 100%, dan penggunaan dana tidak sesuai anggaran. Pada kenyataannya ada biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan faktanya, nota dan kwitansi kosong kini sangat mudah didapat untuk membuat bukti transaksi palsu. Oleh karena itu, perusahaan wajib untuk selalu melakukan suatu perencanaan dan pengawasan pengeluaran biaya operasional dengan baik untuk menghindari pemborosan dan penyelewengan dana.

Biaya operasional adalah biaya yang berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Karena produk yang dihasilkan perusahaan melalui proses dan produk harus sampai di konsumen melalui serangkaian proses yang saling berkaitan. Tanpa aktivitas operasional yang terarah maka produk yang dihasilkan tidak akan memiliki manfaat bagi perusahaan. (Astri Fitrihartini:2016).

Produk yang berkualitas baik akan menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen, ketika konsumen mendapatkan apa yang diharapkan dari sebuah produk perusahaan, maka dengan sendirinya konsumen tersebut akan percaya untuk memilih produk perusahaan tersebut lagi dikemudian hari. Promosi terbaik adalah testimoni konsumen, jika konsumen puas dan tidak kecewa maka konsumen tersebut secara tidak langsung akan menjadi marketing kita dengan merekomendasikan produk kepada saudara maupun teman-temannya. Untuk itu perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada konsumen, karena pelayanan yang baik juga sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih menurut Indrawan pada tahun 2012 yaitu naik turunnya kuantitas unit yang dijual dan harga per unit, tidak tetapnya harga pokok penjualan. Perubahan harga pokok penjualan dipengaruhi oleh kuantitas unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dan harga beli per unit atau harga pokok per unit, naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan efisiensi operasi perusahaan, naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan perubahan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan discount.

Perusahaan harus selektif dalam menjual produk kepada konsumen, agar target volume penjualan dapat dicapai. Faktor penentu perolehan laba yang maksimal adalah volume penjualan yang maksimal.

Maka berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih, dan pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah yang berbentuk

skripsi dengan judul "PENGARUH VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN"

KAJIAN PUSTAKA

Volume Penjualan

Menurut Basu Swasta pada tahun 2011 Penjualan merupakan interaksi saling bertatap muka yang bertujuan untuk menciptakan, memperbaiki, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan pihak lain.

"Penjualan adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap pembeli atas barang / jasa yang dijual." (Kusnadi 2000: 19).

"Penjualan adalah suatu proses menjual, namun yang dimaksud penjualan dalam laporan rugi-laba merupakan hasil menjual atau hasil penjualan." (M. Narafin 2006:60).

Menurut Basu Swasta (2001) fungsi penjualan meliputi aktivitas yang dilakukan penjual untuk merealisasikan penjualan seperti menciptakan permintaan, mencari pembeli, memberikan syarat-syarat penjualan, dan memisahkan hak milik. Seorang penjual harus sanggup mencari tahu calon pembeli agar mau membeli barang yang ditawarkannya. Semakin tinggi barang yang digunakan, maka dapat meningkatkan laba pada perusahaan.

Selain itu ada berbagai macam transaksi penjualan yang menurut La Midjan (2001) dapat dikelompokkan menjadi (1) penjualan secara tunai yang merupakan harga yang terjadi setelah kesepakatan harga penjual dan pembeli, pembeli langsung menyerahkan pembayaran secara tunai dan barang dapat dimiliki oleh pembeli. (2) penjualan secara kredit merupakan penjualan yang tidak dibayar secara langsung tetapi dengan tenggang waktu. (3) penjualan secara tender adalah penjualan yang melalui proses tender untuk Pelanggan. Tender adalah proses seleksi beberapa perusahaan yang akan melakukan kerjasama dengan perusahaan tersebut. (4) penjualan ekspor adalah penjualan ke luar negeri dengan menggunakan persyaratan yang dikeluarkan oleh pihak eksportir dan importir. (5) penjualan secara konsinyasi adalah penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. (6) penjualan secara grosir merupakan penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, dan melalui pedagang perantara pabrik dengan pedagang eceran, dengan kata lain grosir merupakan penjualan barang kepada pembeli atau kepada penggrosir lainnya dan jasa terkait..

"Volume Penjualan adalah merupakan penjualan yang didapat dari komoditas yang khusus dalam masa tertentu". John Downes dan Jordan Elliot Goodman yang diterjemahkan oleh Susanto Budidharmo (2000: 646).

"Volume penjualan adalah total penjualan yang tercapai pada periode tertentu" Alimiyah dan Padjji (2003: 126).

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah hasil dari kegiatan penjualan dalam usaha mencapai tujuan yaitu mencapai laba maksimal.

Biaya Operasional

Biaya operasional secara harafiah terdiri dari 2 kata yaitu biaya dan operasional menurut KBBI, biaya berarti uang yang dikeluarkan untuk mengadakan sesuatu, ongkos, belanja, dan pengeluaran. Sedangkan, operasional berarti berhubungan dengan operasi.

"Biaya Operasional merupakan seluruh biaya yang berhubungan dengan operasional perusahaan di luar kegiatan s produksi termasuk didalamnya biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum". Margaretha (2007:24).

Penggolongan biaya yaitu (1) menurut objek pengeluaran adalah dengan menggunakan nama objek pengeluaran sebagai dasar penggolongan, (2) menurut fungsi pokok dalam perusahaan dapat digolongkan menjadi tiga yaitu biaya produksi, pemasaran, dan administrasi umum, (3) penggolongan biaya menurut hubungan biaya dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu biaya tak langsung dan biaya langsung, (4) menurut perilakunya dalam hubungannya terhadap perubahan volume kegiatan dapat digolongkan menjadi empat yaitu biaya variabel, biaya semi variabel, biaya semi fixed, dan biaya tetap, (5) penggolongan biaya menurut jangka waktu dan manfaatnya digolongkan menjadi dua kelompok yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan. (Mulyadi : 2005)

Laba Bersih

"Laba bersih berasal dari transaksi seluruh transaksi yang berhubungan dengan pendapatan, beban, untung/rugi usaha. Seluruh transaksi ini diiktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari pendapatan atau keuntungan dengan beban dan kerugian selama periode tertentu". Henry Simamora (2000:25). Soemarso (2002) memberikan pengertian mengenai laba merupakan selisih lebih dari pendapatan dengan biaya-biaya yang terjadi yang berhubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.

Menurut Sofyan S Harahap (2007) ada konsep laba diantaranya adalah konsep (1) laba akuntansi, merupakan perbedaan antara revenue yang direalisasikan yang muncul dari transaksi pada suatu periode dihadapkan dengan biaya yang dikeluarkan pada saat periode tersebut. (2) konsep ekonomi yang mencerminkan laba dalam praktik dan praktis. (3) konsep capital maintenance menurut kosep ini, laba baru disebut ada setelah modal yang dikeluarkan tetap masih ada atau biaya biaya telah tertutupi atau pengambilan modal.

Jenis-jenis laba yang berhubungan dengan perhitungan laba rugi terdiri dari empat yaitu (1) laba kotor merupakan selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok penjualan (HPP), (2) laba operasional merupakan hasil dari aktivitas termasuk rencana kecuali ada perubahan besar dalam ekonomi yang dapat diharapkan akan laba operasional setiap tahun (net operating income) yaitu laba perusahaan yang diperoleh dari kegiatan usaha pokok perusahaan yang bersangkutan dalam jangka waktu tertentu, (3) laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasional + hasil usaha dan dikurangi biaya di luar operasi biasa, dan (4) laba sesudah pajak atau biasa kita sebut net profit / laba bersih merupakan laba setelah dikurangi dengan beban-beban atau pajak. (Supriyono : 2004).

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba yaitu (1) biaya, merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha, (2) harga jual, merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima, dan (3) volume penjualan dan produksi barang, besarnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. (Mulyadi 2001: 513).

METODE PENELITIAN

Menurut Riduwan (2008:165), penelitian kausal (sebab akibat) adalah jenis penelitian yang menjelaskan hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, hal ini dikarenakan data yang digunakan berupa angka angka. Kemudian, variabel bebas dalam penelitian ini adalah volume penjualan dan biaya operasional, sedangkan variabel terikatnya adalah laba bersih.

Obyek penelitian atau titik perhatian dalam penelitian ini adalah volume penjualan, biaya operasional dan laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan laba rugi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan 18 perusahaan yang terdaftar.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan laporan keuangan yang telah dipublikasikan selama 5 periode tahun 2012-2016. Perusahaan yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini untuk di uji pada analisis data sebanyak 12 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Analisis Deskriptif

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Volume Penjualan	12.90	18.02	15.1662	1.33962
Biaya Operasional	11.05	16.23	13.1605	1.43704
Laba Bersih	8.98	15.48	12.5731	1.65274

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai volume penjualan minimum 12,90 dimiliki oleh SKLT pada tahun 2012 sebesar Rp. 401.724 (dalam jutaan), sedangkan volume penjualan maksimum 18,02 dimiliki oleh INDF pada tahun 2016 sebesar Rp.66.750.317 (dalam jutaan) dengan nilai tengah volume penjualan sebesar 15,1662 dan standar deviasinya sebesar 1,33962. Biaya Operasional pada tabel di atas nilai minimum 11,05 dimiliki oleh SKBM pada tahun 2012 sebesar Rp. 62.887 (dalam jutaan), sedangkan biaya operasional maksimum 18,02 dimiliki oleh INDF pada tahun 2016 sebesar Rp. 11.153.433 (dalam jutaan) dengan nilai tengah biaya operasional sebesar 13,1605 dan standar deviasinya sebesar 1,43704. Laba Bersih pada tabel di atas nilai minimum 8,98 dimiliki oleh SKLT

pada tahun 2012 sebesar Rp. 7,963 (dalam jutaan), sedangkan Laba Bersih maksimum 15,48 dimiliki oleh INDF pada tahun 2012 sebesar Rp. 5.266.906 (dalam jutaan) dengan nilai tengah Laba Bersih sebesar 12,5731 dan standar deviasinya 1,65274.

Tabel 2
 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Hasil Pengujian	Ket
Volume Penjualan	.146	Data berdistribusi normal.
Biaya Operasional	.319	Data berdistribusi normal.
Laba Bersih	.962	Data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi Volume Penjualan sebesar 0,146 lebih besar dari α sebesar 0,05, Biaya Operasional sebesar 0,319 lebih besar dari α sebesar 0,05, dan Laba Bersih sebesar 0,962 lebih besar dari α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Untuk menguji Normalitas, dalam penelitian ini juga menggunakan grafik *Normal propability plot* pada *output* SPSS yang membandingkan distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan data distribusi kumulatif normal. Jika nilai – nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.

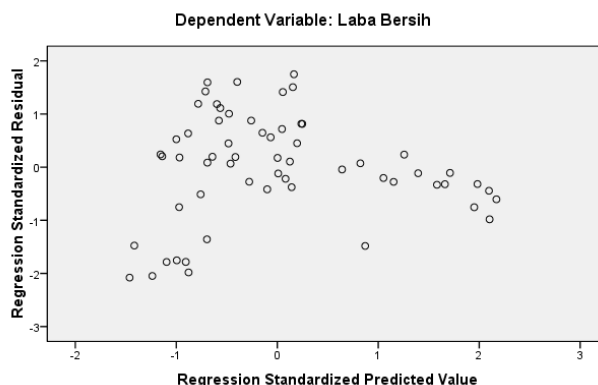
Tabel 3
 Hasil Uji Multikolinearitas

	Tolerance	VIF
Volume Penjualan	.156	6.422
Biaya Operasional	.156	6.422

Uji multikolinieritas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen pada nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF) dalam collinearity statistics. Nilai cut off yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai VIF < 10,00 atau nilai tolerance > 0,1. Nilai VIF untuk variabel Volume Penjualan dan Biaya Operasional sama-sama 6,422 dan tolerance nya adalah 0,156. Karena nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan tolerance nya > 0,1 maka dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas dari variabel bebas.

Untuk menguji Heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot dependen variabel. Jika nilai – nilai sebaran data tidak ada yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Scatterplot



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa penyebaran nilai – nilai residual menyebar diatas dan dibawah angka 0 atau sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4
Hasil Uji Durbin Watson Test

Hasil Uji	Ket
.622	Tidak terjadi autokorelasi.

Hasil pengujian pada table 4.14 menunjukkan bahwa nilai DW yang diperoleh adalah sebesar 0,622 Nilai table dl untuk k = 2 dan data sebanyak 60 sampel diperoleh sebesar dl 1,5144 du sebesar 1,6518 dan 4-du = 2,3482. Sehingga $dl < d < 4-du = 1,5144 < 0,622 < 2,3482$ nilai DW terletak diantara dl dan 4-du Maka model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi	Ket
.842	Variabel bebas mampu menjelaskan laba bersih perusahaan sebesar 84%.

Dari Output SPSS pada table 4.15, koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,842. Hal ini berarti variabel bebas (volume penjualan dan biaya operasional) mampu menjelaskan laba bersih perusahaan sebesar 84%, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 84\% = 16\%$ dijelaskan oleh faktor – faktor lain selain variabel yang diteliti yang mempengaruhi laba bersih perusahaan.

Tabel 6
Uji Kelayakan Model (Uji t)

Variabel	Hasil Signifikansi	Ket
Volume Penjualan	.029	Berpengaruh signifikan
Biaya Operasional	.000	Berpengaruh signifikan

Apabila nilai prob. t hitung (output SPSS ditunjukkan pada kolom Sig.) lebih kecil dari tingkat kesalahan (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas / independen dari t hitung tersebut) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent sedangkan apabila nilai prob.t hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Nilai Sig. untuk volume penjualan adalah $0,029 < 5\%$ yang merupakan nilai α maka variabel volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Nilai Sig. biaya operasional adalah $0,000 < 5\%$ maka variabel biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Tabel 7
Uji kelayakan Model (Uji F)

Variabel	Nilai Signifikansi	Ket
Volume Penjualan Biaya Operasional	.000 ^a	Variabel bebas berpengaruh secara simultan.

Apabila nilai prob.F hitung lebih kecil daripada Tingkat kesalahan (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak dan berlaku sebaliknya. Nilai Sig. dari table diatas didapat 0,000 yang artinya model signifikan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih

Menurut Aliminsyah dan Padji (2003:126), volume penjualan merupakan total penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu. Menurut Eva Eresti (2008) bahwa adanya hubungan yang erat volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, bahwa dengan semakin tingginya volume penjualan produk sebuah perusahaan

ternyata akan mengakibatkan meningkatnya keuntungan perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nominal laba bersih yang setiap tahunnya meningkat seiring dengan meningkatnya volume penjualan. Teori tersebut sesuai dengan hasil pengujian yang menyatakan Volume penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap Laba Bersih. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Astri (2015) yang menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada Perusahaan. Terdapat hubungan yang sedang dengan arah positif antara volume penjualan dengan laba bersih, hal tersebut menunjukkan apabila perusahaan dapat menaikkan volume penjualan maka laba bersih perusahaan akan ikut naik.

Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Bersih

Menurut Jusuf (2006) apabila suatu perusahaan dapat menekan biaya operasional sekecil mungkin, maka suatu perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih secara optimal, demikian sebaliknya bila terjadi pemborosan terhadap biaya maka akan menyebabkan laba menurun. Berdasarkan hasil pengujian, menyatakan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadillah (2015) dengan judul "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur sektor Rokok" menyimpulkan hasil dari pengujian statistik Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih pada perusahaan rokok.. Semakin berkembangnya atau besarnya perusahaan maka secara otomatis akan semakin meningkat kegiatan yang dilakukan perusahaan. Semakin meningkatnya kegiatan perusahaan akan membuat biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan semakin meningkat atau tinggi. Maka 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

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa secara parsial dan simultan Volume Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode tahun 2012 – 2016.
2. Bahwa secara parsial dan simultan Biaya Operasional berpengaruh signifikan terhadap Laba bersih perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode tahun 2012 – 2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimiyah dan Padji. 2003. *Kamus Istilah Akuntansi*. Bandung : Yrama Widya.
- Downess, John, Jordan Elliot Goodman. 2000. *Kamus Istilah Keuangan dan Investasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fitrihartini, Astri .2015. *Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)*. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Jusuf, Jopie. 2006. *Analisis Kredit untuk Account Officer* Cetakan Ketujuh. Jakarta: Ikrar Mandiri abadi.
- Jusuf, Jopie. 2008. *Buku Analisis Kredit Untuk Akun Officer*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama.
- La Midjan, Azhar Susanto. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi I*, edisi 8. Jakarta: Erlangga
- Margaretha, Farah. 2007. *Manajemen Keuangan Bagi Industri Jasa*. Jakarta: Grasindo.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi, Edisi ke 3*. Jakarta : Salemba Empat
- . 2005. *Akuntansi Biaya*. . Edisi ke-5 Yogyakarta. : Aditya Media,
- Nafarin, M. 2004. *Penganggaran Perusahaaan*. Edisi Revisi. Jakarta. Salemba Empat
- Ony Widilestariningtyas, Dony Waluya, Sri Dewi Anggadini. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rahardjo, Budi. 2007. *Keuangan dan Akuntansi untuk Manajer Non Keuangan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- S. Harahap, Sofyan. 2007. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Edisi 1, Cetakan ke 3*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis Jilid 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Soemarso S.R. 2002. *Akuntansi Suatu Pengantar, Buku 2, Edisi 4*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Supriyono. 2004. *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta: BPFE
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan. Edisi 3, cetakan 5*. Yogyakarta : BPFE.

----- . 2004. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta. Liberty.
Wisesa, I Wayan Bayu. 2014. Pengaruh Volume Penjualan Mentre Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD. Agung Esha Karangasem Tahun 2013. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologi Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium Pada Home Industry Berkah Alumunium Lumajang

Achmad Farris Fauzi¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:farrisachmad19@gmail.com

Zainul Hidayat²
STIE Widya Gama Lumajang
email:zd4y4t@gmail.com

Jesi Irwanto³
STIE Widya Gama Lumajang
email:jesyrwanto@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium lumajang, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor sosial tidak mempunyai pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian, variabel psikologi mempunyai pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 0,270 yang menunjukkan bahwa 27% keputusan pembelian produk mebel alumunium dapat dijelaskan oleh faktor sosial dan psikologi sedangkan sisanya sedangkan sisanya 73% keputusan pembelian produk mebel alumunium dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci :Faktor Sosial, Psikologi , Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of social and psychological factors in making purchasing decisions of alumunium furniture products in home industry blessing aluminum lumajang, either partially or simultaneously. This study conducted a test of the hypothesis that there is influence The influence of social and psychological factors in making purchasing decisions of alumunium furniture products in the home industry blessing aluminum lumajang. The research method used is multiple linear regression statistic method. The results showed that social factor variables have no influence in making purchasing decisions, psychological variables have influence in making purchasing decisions. While simultaneously there is influence of social and psychological factors in making purchasing decision with coefficient of determination (adjusted R²) obtained equal to 0,270, which indicate that 27% purchase decision of alumunium furniture product can be explained by social and psychology factor while the rest while remaining 73% aluminum furniture is influenced by other variables not examined in this research. The limitation of this study is to examine the influence of social and psychological factors in making purchasing decisions. While other variables that influence the purchase decision is expected to be investigated by further researchers

Keywords: Social Factors, Psychology, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Mengenali perilaku konsumen tidak mudah kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering bertindak sebaliknya. mereka tidak memahami motivasi secara lebih

mendalam, sehingga sering pula untuk mengubah pemikiran mereka pada menit menit akhir sebelum melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanannya, dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dalam dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Home industri berkah alumunium lumajang adalah suatu tempat terjadinya produksi *furniture* berbahan dasar alumunium dan kaca. Di sana terdapat banyak sekali model-model *furniture* yang berkualitas dan tahan lama, selain tahan lama produk produk yang di tawarkan itu harganya bisa di sesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang di inginkan. *Home* industry berkah alumunium lumajang pemasarannya tidak hanya di ruang lingkup kota lumajang saja ada yang di kota probolinggo, jember, situbondo dan dalam kota sendiri. Mengapa pemasarannya lumayan begitu luas mengingat produk mebel alumunium yang di tawarkan modelnya tidak monoton sehingga konsumen lebih puas di banding industri mebel alumunium yang lain.

Pada umumnya para pengusaha mebel alumunium mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Dengan demikian penjual dituntut untuk dapat memantau perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih barang dagangannya mulai dari lemari pakaian , jemuran, etalase , rak piring , rak sepatu, *kitchen* set dan lain-lain sesuai keinginan konsumen.

Usaha mebel alumunium diketahui adalah salah satu usaha yang banyak di minati oleh masyarakat. Karena selain produknya yang tahan lama, produk mebel aluminium ini banyak sekali model yang bisa disesuaikan dengan keinginan masyarakat atau kebutuhan yang sesuai dengan keadaan rumah masing masing individu yang dapat memuaskan keinginan pembelinya tersebut. Bagi kalangan menengah ke bawah dapat menyesuaikan harga sesuai keadaan ekonomi mereka dikarenakan mebel alumunium bahannya terdapat variasi harga dengan bertujuan untuk mencakup semua kalangan. Semakin banyak macam variasi model dan harga mebel alumunium di industri berkah alumunium berarti memberi keleluasaan bagi konsumen untuk memilih model dan harga mebel yang sesuai dengan keinginannya. Banyaknya usaha mebel yang serupa maka akan mendorong penjual bersaing mendapatkan calon pembeli melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya memajukan mebel aluminium terbaru di depan tempat usaha mebel mereka dan mempromosikan hasil terbaik dan terhalus mebel alumunium yang penjual buat. Dalam memberi kemudahan bagi para konsumen memilih mebel alumunium yang mereka inginkan. Lebih jauh lagi penjual harus berusaha menarik perhatian dari konsumen agar dapat singgah dan melirik barang dagangannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul proposal yaitu: "Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologi dalam melakukan Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium pada Home industri Berkah Alumunium di Lumajang". Pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium pada Home Industri Berkah Alumunium Lumajang".

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui apakah faktor sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang ?, 2) Untuk mengetahui apakah psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang ?, 3) Untuk mengetahui apakah faktor sosial dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang ?. Berkaitan dengan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui apa bukti adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan untuk membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang. 2) Untuk mengetahui apa bukti adanya pengaruh Psikologi terhadap keputusan untuk membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang. 3) Untuk mengetahui apa bukti adanya pengaruh faktor sosial dan Psikologi secara simultan terhadap keputusan untuk membeli produk mebel alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Faktor Sosial

Faktor sosial didasarkan pada suatu perilaku seseorang yang juga di pengaruhi dari kelompok acuan(kelompok referensi), keluarga, peran dan status. Hal ini dapat memberikan suatu dampak tertentu terhadap suatu terjadinya perilaku pembelian konsumen(Abdullah & Tantri, 2012:115).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan faktor sosial adalah faktor yang nantinya dapat mempengaruhi konsumen membeli produk mebel alumunium yang beragam model dengan kesesuaian harga yang diinginkan konsumen.

Psikologi

Psikologi konsumen merupakan studi tentang motivasi, persepsi, pembelajaran, kognisi dan perilaku pembelian individu di pasar dan penggunaan produk tersebut di rumah. Studi ini dapat di lihat baik dari sudut pandang penjual atau konsumen bahkan dapat juga dari sudut pandang keduanya (Carlson et.al. , 1997) dalam (Ferrinadewi, 2008:7-8).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan psikologi adalah faktor yang nantinya dapat mempengaruhi konsumen membeli produk mebel alumunium dari segi kebutuhan psikis konsumen apakah memang dirumahya membutuhkan produk alumunium untuk prabot rumah , untuk perlengkapan usaha dll.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah membeli merek syang paling di sukai, dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak di harapkan, konsumen mungkin membentuk niat membeli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang di perkirakan, harga yang di harapkan, dan manfaat produk yang di harapkan. Namun kejadian-kejadian yang tidak diharapkan mungkin mengubah niat membeli tersebut. Jadi pilihan dan niat membeli tidak selalu menghasilkan pilihan membeli yang aktual (Sunarto, 2006:113)

Berdasarkan pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Hipotesis.

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap pengambilan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada industri berkah alumunium Lumajang

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap keputusan Pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

2) Hipotesis kedua

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan psikologi terhadap pengambilan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan psikologi terhadap keputusan Pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

3) Hipotesis ketiga

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial, psikologi terhadap pengambilan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial, psikologi terhadap keputusan Pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

METODE PENELITIAN

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)”(Sugiyono, 2008 :37).

Obyek penelitian variabel independen adalah Faktor Sosial(X1), Psikologi (X2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada Home Industri Berkah Alumunium Lumajang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk mebel alumunium pada Home Industri Berkah Alumunium Lumajang dari bulan Januari-Maret 2018.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Nonprobability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Sampling purposive*, menurut (Sugiyono, 2014:84) menyatakan bahwa “*Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.*Sampling*

purposive menurut (Sugiyono, 2014:85) yang menyatakan bahwa, “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Laki-laki	15	50
2	Perempuan	15	50
Jumlah		30	100

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian, 2018.

Data di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden, 15 orang atau 50% diantaranya adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 15 orang atau 50% adalah perempuan. Data ini menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan sama-sama melakukan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Tabel 2
Jumlah Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1	21-29	16	53.3
2	30-39	3	10.0
3	40-49	9	30.0
4	Diatas 50	2	6.7
Jumlah		30	100

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian

Data diatas menunjukkan bahwa dari 30 responden, 16 orang atau 53.3% adalah usia 21-29 tahun, 3 orang atau 10% adalah usia 30-39 tahun, 9 orang atau 30% adalah usia 40-49 tahun, 2 orang atau 6.7% adalah usia diatas 50 tahun. Data ini menunjukkan bahwa responden usia 21-29 tahun mendominasi melakukan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Tabel 3
Hasil Rekapitulasi Validitas

NO	Kuisisioner	r hitung	r minimal	Signifikansi	Hasil
1	Faktor Sosial (X1)				
	-Pernyataan 1	0,531	0,3	0,003	Valid
	-Pernyataan 2	0,662	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,805	0,3	0,000	Valid
2	Psikologi (X2)				
	-Pernyataan 1	0,577	0,3	0,001	Valid
	-Pernyataan 2	0,578	0,3	0,001	Valid
	-Pernyataan 3	0,734	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,496	0,3	0,005	Valid
3	Keputusan Pembelian (Y)				
	-Pernyataan 1				
	-Pernyataan 2	0,326	0,3	0,079	Valid
	-Pernyataan 3	0,710	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,780	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 5	0,790	0,3	0,000	Valid
		0,584	0,3	0,001	Valid

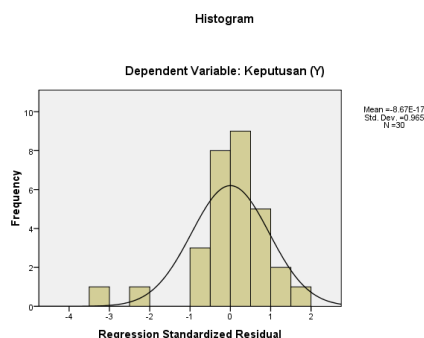
Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS, 2018

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Interval Reabilitas	Hasil
----------	----------------------------	---------------------	-------

Faktor Sosial (X1)	0,394	0,201-0,40	Agak Realibel
Psikologi (X2)	0,392	0,201-0,40	Agak Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,669	0,601-0,80	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiener dengan SPSS, 2018



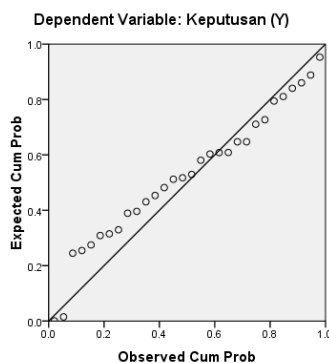
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiener dengan SPSS, 2018

Gambar 1 Uji Normalitas Data

Distribusi yang normal memiliki bentuk yang simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa dari 30 responden diperoleh nilai mean sebesar 1,06 dengan standart deviasi 0,965 dan titik puncak berada di titik tengah atau tepat di angka 0. Hal ini berarti model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2 Normal Plot Normalitas Data

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiener dengan SPSS,2018

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Rekapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas

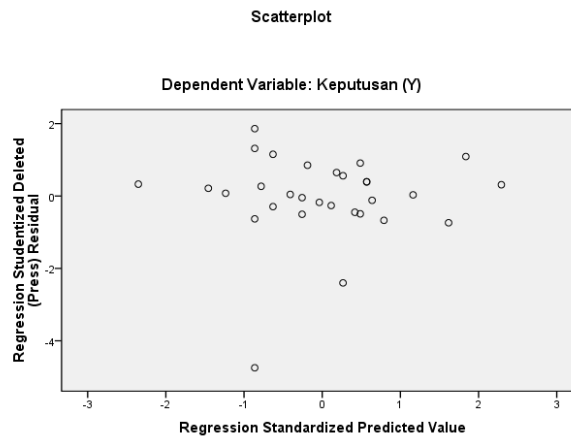
Tabel 5
 Hasil Pengujian Multikoloineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Faktor Sosial (X1)	0,970	1.031	Bebas multikolinieritas
Psikologi (X2)	0,970	1.031	Bebas multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiener dengan SPSS, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas,

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Gambar 3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas
Sumber: Output Analisis Data SPSS, 2018

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut.hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiонер dengan SPSS, 2018

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:
 $Y=6,932 + 0,196X_1 + 0,676X_2$

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	6.932	4.307	
Sosial (X1)	.196	.206	.159
Psikologi (X2)	.676	.241	.468

Tabel 7
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisisioner dengan SPSS, 2018

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(n-2) = 30-2= 28$, maka diperoleh t tabel = $\pm 1,701$.

Tabel 8
 Hasil Uji F (Uji Simultan)
 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Model						
1 (Constant)			1.610		.119	
Sosial (X1)			.951		.350	
Psikologi (X2)			2.803		.009	
1	Regression	48.386	2	24.193	4.987	.014 ^a
	Residual	130.981	27	4.851		
	Total	179.367	29			

a. Predictors: (Constant), Psikologi (X2), Sosial (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber: Output Analisis Data SPSS, 2018

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F tabel. Hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(n - k - 1) = 30 - 2 - 1 = 27$, maka diperoleh F tabel = 3,35.

Tabel 9
 Koefisien Determinasi
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.270	.216	2.20253

a. Predictors: (Constant), Psikologi (X2), Sosial (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber: Output Analisis Data SPSS, 2018

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,270. Hal ini berarti 27% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel faktor sosial, psikologi sedangkan sisanya 73% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh faktor sosial Dalam Melakukan Keputusan Pembelian. Dalam pembahasan, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan Pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang memberikan tanggapan kurang atau tidak setuju terhadap variabel faktor sosial.

Pengaruh Psikologi Dalam Melakukan Keputusan Pembelian. Hasil menunjukkan bahwa psikologi berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel psikologi.

Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologi Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium Pada Home Industri Berkah Alumunium Lumajang secara Simultan. Hasil menunjukkan bahwa Hasil menunjukkan bahwa faktor sosial dan psikologi, terdapat pengaruh yang signifikan dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel faktor sosial, psikologi, keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Faktor sosial tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.
- Psikologi berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.
- Secara simultan Faktor Sosial dan Psikologi berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- Bagi *Home* Industri Berkah Alumunium Lumajang
Meningat psikologi merupakan faktor dominan yang dipilih konsumen. Maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh *home* industri berkah alumunium lumajang. Selain faktor- faktor lainnya dalam memasarkan produk mebel alumunium yang lebih mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sehingga dapat meningkatkan penjualan.
- Bagi Peneliti Lain
Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya. Diharapkan bagi lain bisa memperbanyak jumlah sampel penelitian agar hasil semakin berkembang dan hasilnya semakin sempurna dan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diantaranya distribusi, harga, promosi, pelayanan dan lain-lain.
- Agar lebih meningkatkan pembelian dalam penggunaan produk mebel alumunium dan diharapkan untuk tidak berpindah ke lain produk atau berpindah membeli di tempat yang lainnya. Dan apabila ada kekurangan atau cacat produk agar bisa langsung bertanya dan lebih diperhatikan lagi oleh *home* industri berkah alumunium Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen* (Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Lutfi : Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap.... *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(1), 40–51.
- Sunarto. (2006). *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: aditya media.

Pengendalian Bahan Baku Kayu Guna Menjamin Kelangsungan Produksi Barecore Pada PT Kanawood Indo Makmur Lumajang

Febby Afgadian¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:febby.afgadian06@yahoo.com

Neny Tri Indrianasari²
STIE Widya Gama Lumajang
email:indriana85@gmail.com

Mimin Yatminiwati³
STIE Widya Gama Lumajang
email:miminyatminiwati02@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengendalian bahan baku kayu guna menjamin kelangsungan proses produksi *barecore* Pada PT Kanawood Indo Makmur di Lumajang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena permasalahan yang dibahas tidak berhubungan dengan angka-angka tapi lebih mengarah untuk mendeskripsikan, menganalisis, menggambarkan, menguraikan, akuntansi pembelian bahan baku pada PT Kanawood Indo Makmur. Penulis melakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini yaitu tentang bagaimana pengendalian bahan baku *barecore* guna menjamin kelangsungan proses produksi PT Kanawood Indo Makmur. Pengendalian bahan baku di PT Kanawood Indo Makmur sudah cukup baik walaupun ada sedikit kekurangan bahan baku pada saat waktu-waktu tertentu dan masalah tersebut mengenai tentang target produksi karena tidak keringnya kayu di gudang. Penulis melihat dan menemukan hal-hal yang perlu diperbaiki oleh perusahaan yaitu harus di tingkatkan kinerja karyawan agar bisa memenuhi target perusahaan khususnya dalam gudang *klien dry* yaitu gudang persediaan bahan baku kayu kering, supaya pada musim-musim tertentu perusahaan tidak mengalami kekurangan bahan baku karena persediaan bahan kayu keringnya tidak kering.

Kata Kunci: Pengendalian, Proses Produksi

Abstract

This study aims to analyze the control of wood raw materials to ensure the continuity of barecore production process At PT Kanawood Indo Makmur in Lumajang. This research uses descriptive analysis method that is qualitative. The author uses descriptive qualitative research because the issues discussed are not related to the numbers but rather lead to describe, analyze, describe, describe, accounting for raw materials purchases at PT Kanawood Indo Makmur. The authors collect data required in the preparation of this thesis is about how the control of raw materials barecore to ensure the continuity of production process of PT Kanawood Indo Makmur. Control of raw materials in PT Kanawood Indo Makmur is good enough although there is little shortage of raw materials at certain times and the problem is about the production target because not dry the wood in the warehouse. The authors see and find things that need to be improved by the company that must be increased employee performance in order to meet the target company, especially in the dry client warehouse that is the warehouse of raw materials of dry wood, so that in certain seasons the company does not have shortage of raw materials because supplies dry wood material is not dry.

Keywords: Control, Production Proses

PENDAHULUAN

Industri pengolahan produk *barecore* merupakan industri pengolahan kayu yang salah satunya ada di kota Lumajang, seperti PT Kanawood Indo Makmur yang ada di Jalan Raya Tempeh KM 7 Lumajang – Jatim, Indonesia. Produk *barecore* adalah kayu olahan yang disusun dengan potongan inti dan selanjutnya potongan kayu tersebut harus melewati pengeleman dan pengepresan. Bahan baku *barecore* yaitu berasal dari kayu sengon (*Albazia*) merupakan bahan baku yang paling utama dan sangatlah penting bagi suatu industri pengolahan kayu *barecore* dalam menjalankan proses

produksinya. Sulitnya menjaga persediaan bahan baku di dalam perusahaan pengolahan kayu itu sangatlah sulit. Agar perusahaan lebih gampang untuk menjaga persediaan bahan bakunya dan agar perusahaan tidak mengalami krisis bahan baku, maka didalam perusahaan perlu dilakukan perbaikan terhadap pola perencanaan bahan baku dan pengendalian persediaan bahan baku, agar tingkat persediaan bahan baku di dalam perusahaan bisa mencapai tingkat yang optimal.

Melalui penelitian terdahulu dari Shildah Rohmawati (2016) menyatakan bahwa pengendalian bahan baku dilakukan sebagai bentuk dari tindakan korektif yang dimulai dari bahan baku sebagai *input* hingga bahan baku melewati proses produksi. Ini dilakukan agar sesuai dengan rencana berupa target produksi pada perusahaan tersebut. Sehingga kebutuhan akan suatu bahan baku dapat disesuaikan dengan target produksi dengan menganalisis kebutuhan baku. Pengendalian bahan baku bertujuan menjaga ketersediaan bahan baku agar proses produksi terus berlangsung. Pengendalian dilakukan baik secara kuantitas dan kualitas produk akhir perusahaan.

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan di atas, bahwa kebutuhan bahan baku kayu sengon atau yang biasanya di sebut kayu *albazia* tidak selalu tersedia khususnya di kota Lumajang sendiri, maka dengan terbatasnya bahan baku kayu sengon di kota Lumajang biasanya PT Kanawood Indo Makmur mendatangkan bahan baku kayu sengon dari luar kota lumajang, contohnya mendatangkan bahan baku dari kota Jember, Bojonegoro, Blitar, Situbondo dan Mojokerto.

Permasalahan lain yang dihadapi juga terletak pada petani kayu sengon, karena harga kayu sengon selalu mengalami kenaikan dan penurunan, pada saat harga kayu sengon mengalami harga yang murah, maka para petani tidak mau menjual kayu sengon tersebut. Namun di sisi lain proses produksi bare core di PT Kanawood Indo Makmur harus tetap berjalan untuk memenuhi permintaan para konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (SIA) baru mulai dipopulerkan sekitar tahun 1980-an. Sebelumnya bidang ilmu ini lebih dikenal dengan nama (SA). Untuk mengetahui apakah kedua istilah ini (SIA,SA) sama atau berbeda, berikut ini dikutip satu definisi SA sebagai bahan perbandingan menurut Ardana dan Lukman (2016: 45):

- a. SA adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikoordinasikan sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.
- b. SIA adalah sekumpulan sumber dana dan daya (*resources*), seperti orang dan peralatan yang dirancang untuk mentransformasi data keuangan dan data lainnya menjadi informasi. Informasi ini dikomunikasikan kepada para pengambil keputusan yang sangat beragam.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu prosedur-prosedur yang digunakan untuk menyampaikan data kegiatan yang berhubungan dengan informasi keuangan.

Sistem Informasi Akuntansi Pembelian

Mulyadi dalam penelitian Siti (2017:23) menyatakan bahwa "sistem akuntansi pembelian merupakan bagian dari sistem akuntansi yang dirancang dan digunakan dalam perusahaan untuk pengadaan barang yang diperlukan oleh manajemen."

Berdasarkan pengertian di atas menjelaskan bahwa sistem akuntansi pembelian termasuk bagian yang sangat penting untuk perusahaan yang di perlukan untuk pengadaan barang.

Pengertian Proses Produksi

Gitosudarmo dalam penelitian Eva (2016:16) menyatakan bahwa "Proses produksi adalah merupakan interaksi antara bahan dasar, bahan-bahan pembantu, tenaga kerja dan mesin-mesin serta alat-alat perlengkapan yang dipergunakan".

Arman dalam penelitian Eva (2016:16) menyatakan bahwa "Proses produksi yaitu metode dan teknik yang digunakan dalam mengolah bahan baku menjadi produk".

Berdasarkan beberapa pengertian diatas bahwa proses produksi adalah untuk menghasilkan barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan dengan melibatkan bahan dasar, bahan-bahan pembantu, tenaga kerja dan mesin-mesin serta alat-alat perlengkapan yang dipergunakan.

Unsur-Unsur Kelancaran Proses Produksi

Assauri dalam penelitian Eva (2016:18) Proses produksi dapat dikatakan lancar jika ditunjang oleh unsur-unsur produksi. Pengoperasian sistem produksi dan operasi tersebut mencakup :

- 1) Penyusunan rencana produksi dan operasi.
- 2) Perencanaan dan pengendalian persediaan dan pengadaan bahan.
- 3) Pemeliharaan atau perawatan (*maintenance*) mesin dan peralatan.

- 4) Pengendalian mutu.
- 5) Manajemen tenaga kerja (sumber daya manusia).

Berdasarkan pengertian diatas kelancaran proses produksi merupakan tujuan utama yang diharapkan perusahaan, terutama pada perusahaan industri pengolahan kayu. Jadi dengan adanya unsur-unsur kelancaran proses produksi maka perusahaan dapat menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Pengertian Bahan Baku

Bahan baku adalah suatu bahan yang diperoleh untuk dipergunakan dalam menjalankan proses produksi. Ada beberapa bahan baku yang sudah diolah menjadi produk bahan jadi dan pemakaiannya dapat ditelusuri secara langsung atau diikuti jejaknya. Tidak semua bahan baku itu merupakan barang mentah yang biasanya disebut barang yang belum melewati proses pengolahan sama sekali sehingga bahan baku tersebut bisa di bilang bahan baku masuk yang nantinya akan mengalami proses pengolahan terlebih dahulu.

Bahan baku ada juga yang berupa barang setengah jadi yaitu barang yang telah mengalami proses produksi dari perusahaan lain atau pemasok. Jadi jika perusahaan mendapatkan bahan baku masuk atau *input* dalam bentuk barang setengah jadi, maka perusahaan bisa langsung merubah bahan baku masuk tersebut, di rubah menjadi *output* atau barang keluar.

Pardede dalam penelitian Shildah (2016:14) menyatakan bahwa "bahan baku mentah adalah bahan-bahan yang belum mengalami jenis pengolahan apapun bagi perusahaan yang bersangkutan". Astyningtyas (2015:12) menyatakan bahwa "bahan baku adalah sejumlah barang-barang yang dibeli dari pemasok (*supplier*) dan akan dipergunakan atau diolah menjadi produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan".

Berdasarkan pengertian yang dijelaskan diatas bahwa bahan baku merupakan hal yang sangat mempengaruhi proses produksi, baik pengaruh secara kualitas maupun secara kuantitas bahan baku.

Pengertian Pengendalian

Terry dalam penelitian Astyningtyas (2015:01) menyatakan bahwa "pengendalian dapat didefinisikan sebagai suatu proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan bila perlu melakukan perbaikan-perbaikan sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana yaitu selaras dan standart."

Berdasarkan definisi pengendalian di atas dapat disimpulkan bahwa pengendalian merupakan adanya fungsi perencanaan dan pengawasan di dalam manajemen perusahaan sehingga pengendalian berlaku sebagai tindakan korektif sesuai dengan rencana dan pengawasan sebelumnya.

Perencanaan Bahan Baku

Setiap perusahaan sebelum melakukan proses produksi pasti akan didasari oleh sebuah perencanaan terlebih dahulu. Karena sebuah perencanaan bahan baku itu akan menjadi acuan seberapa besar kebutuhan bahan baku yang akan dibutuhkan perusahaan dan seberapa banyak bahan baku yang akan dipesan oleh perusahaan. Dengan direncanakannya bahan baku terlebih dahulu, maka proses produksi akan berjalan dengan lancar.

Dengan direncanakannya persediaan bahan baku terlebih dahulu maka perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Oleh karena itu perencanaan persediaan bahan baku bisa berfungsi sebagai penekanan biaya. Sehingga perusahaan bisa menghemat biaya dan perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk biaya bahan baku.

Pengendalian Bahan Baku

Shildah (2016:16) menyatakan bahwa bahan baku bagi suatu perusahaan memiliki fungsi yang sangat penting karena berpengaruh terhadap keberlangsungan proses produksi. Suatu proses produksi dimulai dari bahan baku (*input*) masuk dalam pengolahan hingga menghasilkan barang atau jasa. Proses produksi dapat berlangsung jika bahan baku tersedia atau kondisi sebaliknya dapat terjadi dengan terganggunya proses produksi dapat dipengaruhi oleh bahan baku tersebut. Oleh karena itu, bahan baku yang menjadi unsur vital dalam proses produksi perlu untuk dikendalikan. Pengendalian bahan baku berupa pengendalian dalam perusahaan mengenai tersedianya bahan baku untuk keperluan proses produksi.

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pengendalian bahan baku tidak hanya dilakukan dalam input dan proses dari bahan baku. Namun pengendalian juga dilakukan saat bahan baku melewati proses keluaran. Bahan baku akan keluar dari bagian persediaan sebagai penyimpanan kemudian melewati proses produksi.

Pengertian Persediaan

Freddy dalam penelitian Wardani (2014:10) menyatakan bahwa persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu, atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses

produksi, ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.

Schroeder dalam penelitian Mieke (2013:07) persediaan atau *inventory* adalah stok bahan yang digunakan untuk memudahkan produksi atau untuk memuaskan permintaan pelanggan.

Beberapa penulis menjelaskan bahwa persediaan merupakan suatu sumber daya yang menganggur dari berbagai jenis yang memiliki nilai ekonomis yang potensial. Definisi ini memungkinkan seseorang untuk menganggap peralatan atau pekerja-pekerja yang menganggur sebagai persediaan, tetapi kita menganggap semua sumber daya yang menganggur selain dari pada bahan sebagai kapasitas.

Pengertian Pengendalian Persediaan

Dalam suatu perusahaan kelancaran kegiatan operasi harus didukung oleh beberapa kegiatan penting. Assauri dalam penelitian Ahmad Kamalludin, 2016:12 menyatakan bahwa "salah satu kegiatan penting dari urutan kegiatan-kegiatan yang berkaitan erat satu sama lain dalam seluruh operasi perusahaan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan lebih dahulu baik waktu, jumlah, kualitas maupun biayanya."

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengendalian persediaan adalah salah satu aktivitas untuk menetapkan besarnya persediaan dengan memperhatikan keseimbangan antara besarnya persediaan yang disimpan.

Penelitian Terdahulu

Astyningtyas Wulandari (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kayu Sengon (Studi Kasus Pada CV Langgeng Makmur Bersama Sumbersuko Lumajang)" menyimpulkan bahwa pengendalian merupakan, pemeriksaan dan evaluasi yang dilakukan oleh atasan atau pimpinan dalam organisasi terhadap komponen organisasi.

Shildah Rohmawati (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengendalian Bahan Baku Bare Core dalam Menjamin Kontinuitas Produksi pada PT Papan Jaya Di Lumajang" menyimpulkan bahwa PT Papan Jaya melakukan pengendalian bahan baku secara kuantitas dan juga kualitas, dimulai dari adanya penerimaan order produk *bare core* dari *marketing*. Kemudian menurunkan dalam sebuah perencanaan bahan baku. Kebutuhan bahan baku berupa tingkat penggunaan bahan diperoleh dari perhitungan berdasarkan acuan random sebesar 52% maka akan diketahui perencanaan kebutuhan bahan baku pada periode tersebut. Namun pada proses produksi, ada peningkatan random sebagai suatu target untuk mengurangi pemakaian bahan baku secara tidak langsung akan mengurangi pembiayaan perusahaan sehingga *margin* yang didapatkan oleh perusahaan lebih banyak.

Iqra Wardani (2014) penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Upaya Menekan Biaya Produksi pada PTEastern Pearl Flour Mills Di Makassar" menyimpulkan bahwa total biaya persediaan menurut metode yang dijalankan perusahaan lebih tinggi dari total biaya persediaan menurut metode EOQ. Yang membedakan adalah biaya pemesanan berdasarkan metode perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan metode EOQ yang diakibatkan frekuensi pembelian yang berbeda.

Angga Prihartono, Ika Sisbintari, Sugengiswono (2014) penelitiannya yang berjudul "Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Upaya Menjaga Kontinuitas Produksi pada Perusahaan Tahu UD Sadar Jaya Lumajang" menyimpulkan bahwa pengendalian persediaan bahan baku yang dilakukan oleh perusahaan tahu UD Sadar Jaya Lumajang Penggunaan bahan baku disesuaikan dengan jumlah produksi yang dilakukan. Apabila permintaan meningkat, maka produksi juga akan ditingkatkan. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan permintaan konsumen terhadap produk tahu gandra akan mempengaruhi penggunaan bahan baku kedelai di UD Sadar Jaya Lumajang. Semakin meningkat permintaan maka penggunaan bahan baku kedelai juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Mieke Adiyastri Veronica (2013) penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Beras dengan Metode *Economic Order Quantity*(EOQ) Multi Produk guna Meminimumkan Biaya pada CV Lumbung Tani Makmur di Banyuwangi" menyimpulkan bahwa Penelitian dengan rancangan riset tindakan untuk dasar perencanaan pembelian bahan baku optimal dengan pendekatan model *joint economic order quantity* (JEOQ) dengan dua pendekatan, yaitu : (1) pendekatan JEOQ tanpa mempertimbangkan variasi siklus produksi beras, dan (2) pendekatan JEOQ dengan mempertimbangkan variasi siklus produksi beras.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian secara deskriptif yang bersifat kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif lebih menekankan analisisnya pada

proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati. Penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena permasalahan yang dibahas tidak berhubungan dengan angka-angka tapi lebih mengarah untuk mendeskripsikan, menganalisis, menggambarkan, menguraikan, akuntansi pembelian bahan baku pada PT Kanawood Indo Makmur.

Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Kanawood Indo Makmur yang beralamat di Jalan Raya Tempeh KM 7 Lumajang – Jatim, Indonesia. Perusahaan ini bergerak dibidang industri pengolahan kayu. Produksi yang dihasilkan yaitu produksi kayu tempel (*bare core*). Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa PT Kanawood Indo Makmur sudah tersedia data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Sumber data menurut Husein dalam penelitian Qodariyah (2017:44) menjelaskan bahwa:

- a. Data internal merupakan data yang di dapat dari dalam perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan.
- b. Data eksternal merupakan data yang didapat dari biro pusat statistik.

Berdasarkan pengertian sumber data di atas menjelaskan data internal dan data eksternal, untuk memperoleh data yang baik dalam penelitian teknik analisis data kualitatif deskriptif. Berarti peneliti perlu menggunakan data internal, karena peneliti mendapatkan data langsung dari perusahaan manufaktur PT Kanawood Indo Makmur Lumajang mengenai data pengendalian persediaan bahan baku.

Jenis Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini yaitu jenis data primer dan data skunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dengan melalui wawancara langsung dengan narasumber. Sedangkan jenis data sekunder merupakan data yang umumnya berupa arsip atau catatan, tabel, diagram yang terdapat di pt kanawood indo makmur lumajang.

Teknik Pengumpulam Data

Sugiyono (2013:224) meyakini bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data hanya menggunakan dua macam teknik pengumpulan data yaitu teknik pengumpulan data dokumentasi dan wawancara.

Definisi Operasional Variabel

1. Sistem Informasi Akuntansi
Sistem informasi akuntansi adalah data yang di rubah menjadi informasi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan dan mengoperasikan.
2. Pengendalian Persediaan Bahan Baku
Pengendalian persediaan bahan baku adalah suatu sistem persediaan dengan serangkaian kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan sehingga tidak terjadi kelebihan atau kekurangan persediaan bahan baku.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisi data kualitatif deskriptif, yang artinya peneliti mendapatkan data yang ada di lapangan maupun dari tinjauan pustaka selanjutnya peneliti mengolah data tersebut dengan sedemikian rupa sehingga bisa memberikan data yang akurat dan sistematis mengenai permasalahan di perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

PT Kanawood Indo Makmur bermula dari usaha kecil rumahan yang memproduksi alat elektronik berupa sound sistem, dengan naman NETRON, kemudian bergerak ke usaha *wooldworking* dan *furniture* yang berdiri sejak tahun 2013. Sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *furniture* dan *wooldworking* dimana *barecore* adalah salah satu produk unggulan.

PT Kanawood Indo Makmur bertujuan untuk menjadi pemimpin industri kerajinan kayu dan *furniture* di Indonesia dan berusaha untuk memiliki bisnis jangka panjang dengan menyediakan layanan dan kualitas produk yang sangat baik kepada klien.

Jumlah Karyawan Perusahaan

Jumlah karyawan yang terdapat di PT Kanawood Indo Makmur kurang lebih sebanyak 474 karyawan yang terbagi di beberapa bagian:

Tabel 1.
Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Karyawan
Laki-Laki	301
Perempuan	173
Jumlah	474

Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Tabel 2.
Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan dan Tingkat Pendidikan

Jabatan	Pendidikan	Jenis kelamin		Jumlah
		L	P	
Manager Operasional Produksi	Sarjana	1	-	1
Kepala Bagian	Sarjana	6	1	7
Staf	SMA/Sederajat/Sarjana	4	1	5
Bagianteknik/Mandor	SMA/Sederajat	4	-	4
Operator/Pekerja	SD/SMP/SMA/ sederajat	280	171	451
Keamanan/Satpam	SMP/SMA/Sederajat	6	-	6
JUMLAH				474

Kepala Bagian : Personalia, Keuangan, EXIM, PPIC, Produksi, Wood Working, MKL

Staf : IT, Gd. Kayu/Basah, Grader, PPIC

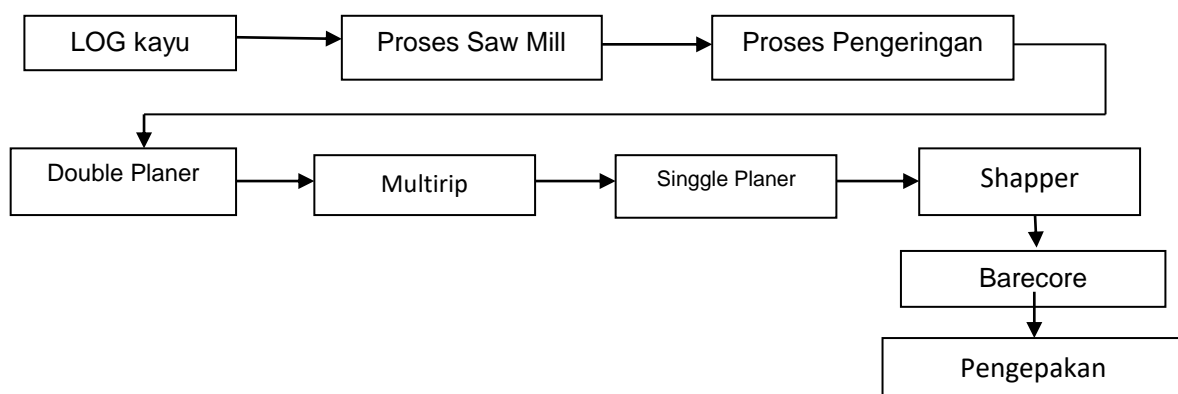
Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Hasil Pengumpulan Data

Proses produksi sangat sederhana, sebagaimana tertuang dalam bagan alur produksi tersebut, adapun proses produksi diawali dengan penerimaan Log kayu sengon dari masyarakat sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan kemudian proses sesuai dengan rencana produksi yang dikehendaki.

Alur Proses Produksi *Barecore*

Proses produksi dari LOG kayu atau kayu glondongan sampai menjadi hasil produksi dapat dilihat dalam bagan alur sebagai berikut:



Gambar 5. Alur Proses Produksi *Barecore*
Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Persiapan Bahan Baku

Hamparan hutan rakyat di kabupaten lumajang 90% ditanami dengan tanaman sengon sehingga untuk bahan baku pengolahan kayu tidak perlu mendatangkan dari luar daerah, cukup dari masyarakat lumajang bahan baku untuk produksi kayu gergajian sudah memenuhi target.

Kapasitas Kebutuhan Bahan Baku

Bahan baku berupa LOG kayu yang berasal dari kabupaten Lumajang maupun luar kabupaten Lumajang dengan rencana kebutuhan bahan baku kayu sengon kurang lebih 100.000 M3 per tahun yang bersumber dari kayu rakyat.

Tabel 3.
 Bahan Baku

No	Jenis bahan baku	Asal	Rencana kapasitas (M3)/tahun
1	Bahan baku kayu sengon dan kayu keras lainnya	Kabupaten Lumajang /luar kabupaten Lumajang	100.000 M3

Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Promosi Penjualan Produk

Promosi penjualan produk pada PT Kanawood Indo Makmur tidak memiliki divisi khusus untuk marketingnya. Segala promosi perusahaan dilakukan oleh *owner* sendiri karena perusahaan ini termasuk perusahaan perseorangan.

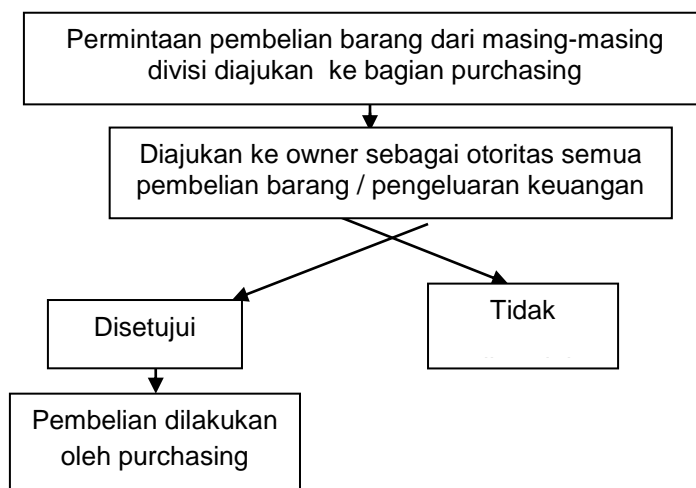
Pemasaran Produk

Hasil produksi dalam perusahaan PT Kanawood Indo Makmur ada empat hasil produksi mulai dari *barecore*, *lunch box*, *finger joint* dan *stick prayer* tapi dalam penelitian ini lebih memfokuskan pemasaran hasil produksi *barecore*. Hasil produksi PT Kanawood Indo Makmur di kirim ke beberapa negara sesuai dengan kebutuhan produknya, antara lain :

- a *Barecore* diekspor ke Taiwan dan Cina
- b *Lunch Box* diekspor ke Taiwan dan Cina
- c *Finger Joint* diekspor ke Taiwan dan Cina
- d *Stick Prayer* dikirim lokal yaitu ke Surabaya

Alur Keuangan Perusahaan Dalam Melakukan Pembelian Bahan Baku

Sumber dana di PT Kanawood Indo Makmur berasal dari *owner* langsung dengan alur permintaan dana untuk *purchasing* sebagai berikut:



Gambar 6. Alur Keuangan Pembelian Bahan Baku
 Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Data Persediaan Bahan Baku 2015 Selama 6 Bulan Produksi

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data yang di peroleh dari PT Kanawood Indo Makmur, berikut adalah rincian kebutuhan bahan baku per bulan:

Tabel 4.
 Persediaan Bahan Baku Per Bulan

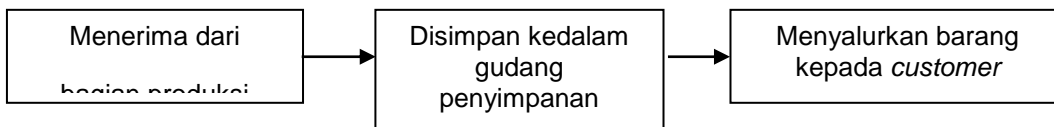
Bulan	Kayu (M3)	Lem (kg)	Dempul (kg)	Hasil produksi (M3)
-------	-----------	----------	-------------	---------------------

Januari	439,1070	200	300	14,8509
Februari	332,9161	150	200	6,4413
Maret	272,1972	100	150	22,9269
April	824,3647	300	400	60,2770
Mei	1174,9900	500	650	146,3786
Juni	973,8697	400	500	109,8240
Juli	602,4523	200	300	40,7648

Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Alur Penyimpanan Hasil Produksi

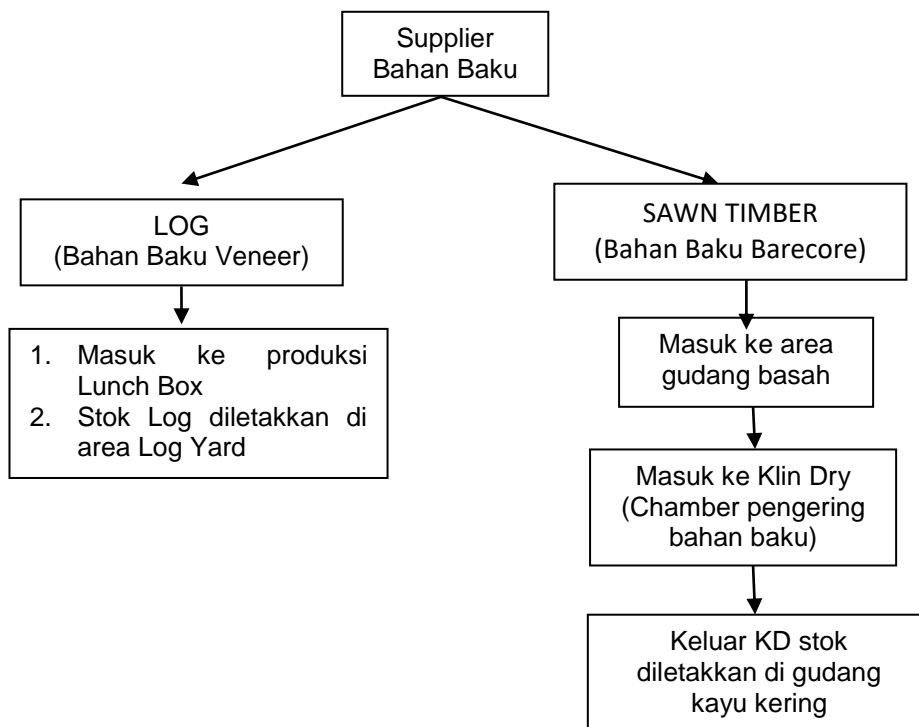
Alur penyimpanan barang ini untuk mengurangi kekurangan dan kerusakan hasil produksi, jadi bahan baku di simpan dengan baik sehingga siap untuk dipasarkan:



Gambar 7. Alur Penyimpanan hasil produksi

Sumber : Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Flowchart Pembelian, Penerimaan dan Peyimpanan Bahan Baku



Gambar 8. Flowchart Pembelian, Penerimaan dan Peyimpanan Bahan Baku

Sumber: Perusahaan PT Kanawood Indo Makmur

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian bertujuan untuk melihat masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor penyebab dan akibatnya yang ditimbulkan di dalam perusahaan yaitu sebagai berikut:

Pengendalian Bahan Baku Kayu Guna Menjamin Kelangsungan Produksi Barecore

PT Kanawood Indo Makmur sudah melakukan pengendalian bahan baku sehingga perusahaan tidak sampai mengalami kekurangan bahan baku yang bisa mengakibatkan tidak lancarnya proses produksi.

Pengendalian Bahan Baku Supaya Proses Produksi tidak Berhenti

Pengendalian bahan baku di PT Kanawood Indo Makmur sangatlah baik tetapi walaupun pengendalian bahan baku perusahaan cukup baik PT Kanawood Indo Makmur juga pernah

mengalami krisis bahan baku setelah pernah mengalami krisis bahan baku perusahaan tidak mau terulang lagi mengalami krisis bahan baku. PT Kanawood Indo Makmur mempunyai cara sendiri untuk menjaga pengendalian bahan baku supaya tidak sampai kekurangan bahan baku dan proses produksi terus berjalan. Cara perusahaan untuk mengendalikan bahan baku yaitu perusahaan mengadakan kontrak kerja dengan pengusaha penggergajian kayu dan para petani kayu supaya disaat lagi ada krisis bahan baku perusahaan tidak bingung untuk mencari bahan baku kayu. Perusahaan juga sudah membuat tempat khusus untuk menaruh bahan baku sehingga persediaan bahan baku tidak sampai habis dan perusahaan selalu berusaha menggunakan bahan baku sebaik mungkin dan semaksimal mungkin supaya tidak banyak sisa bahan baku yang dibuang.

Kelancaran Proses Produksi

Kelancaran proses produksi tidak cuma dipengaruhi oleh banyaknya bahan baku saja, tetapi kelancaran proses produksi juga dipengaruhi oleh banyaknya karyawan dibagian produksi. PT Kanawood Indo Makmur mempunyai 451 karyawan di bagian produksi sehingga proses produksinya menjadi lebih cepat dan lebih maksimal. Tetapi walaupun persediaan bahan baku sudah tercukupi dan karyawan bagian produksi sudah banyak, perusahaan PT Kanawood Indo Makmur juga pernah mengalami tidak memenuhi target pemesanan *barecore* yang di *ekspor* ke luar negeri. Tidak tercapainya target bukan cuma di pengaruhi oleh bahan baku dan karyawan saja tetapi di pengaruhi oleh alam juga, yaitu tidak keringnya bahan baku kayu karena cuaca lagi musim hujan jadi bahan baku kayunya banyak yang basah sehingga tidak bisa di produksi.

Akuntansi Yang Dipakai Dalam Perusahaan

PT Kanawood Indo Makmur sudah menggunakan catatan akuntansi yang baik. Sudah di buktikan melalui laporan produksi bulanan untuk menghitung keluar masuknya bahan baku yang berkaitan dengan produksi di dalam perusahaan.

Pengendalian Internal Atas Sistem Informasi Akuntansi

PT Kanawood Indo Makmur sudah menjalankan sistem akuntansi secara efisien dan efektif sudah bisa mendukung pengendalian bahan baku perusahaan khususnya dalam proses pengadaan bahan baku. Pengendalian bahan baku yang baik harus diimbangi dengan perhitungan sistem akuntansi yang baik juga. Dengan perhitungan sistem akuntansi yang baik bisa menghindarkan dari kesalah pahaman seperti penyimpangan dan hilangnya bahan baku yang bisa mengakibatkan ruginya perusahaan. Untuk membuktikan kalau PT Kanawood Indo Makmur sudah menerapkan sistem akuntansi dengan baik bisa dilihat dari:

Struktur Organisasi

Sistem informasi akuntansi pembelian kalau dilihat dari struktur organisasi PT Kanawood Indo Makmur bagian *purchasing* dan *manufacturing* sudah memiliki tugas dan tanggung jawab sendiri-sendiri dan tidak ada perangkapan tugas sehingga bisa membuat pekerjaan menjadi maksimal hal ini menandakan bahwa PT Kanawood Indo Makmur sudah membuktikan sistem informasi akuntansi dengan baik. Karena dengan adanya tugas dan tanggung jawab sendiri-sendiri seperti ini bisa menghindari kecurangan dalam perhitungan pembelian bahan baku. Dengan adanya sistem informasi akuntansi bisa memudahkan bagian *manufacturing* untuk mengecek persediaan bahan baku yang ada di gudang begitu pula dengan bagian *purchasing* bisa memudahkan untuk melakukan pembayaran pembelian bahan baku.

Sistem Pengendalian Bahan Baku

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data dan beberapa penjelasan dari hasil penelitian seperti yang sudah tertulis dalam perumusan masalah “bagaimana pengendalian bahan baku *bare core* guna menjamin kelangsungan proses produksi PT Kanawood Indo Makmur?”, bahwasanya PT Kanawood Indo Makmur sudah bisa dikatakan maksimal dalam melakukan pengendalian bahan baku dalam melakukan kelancaran proses produksi, walaupun perusahaan biasanya mengalami kekurangan target tetapi di PT Kanawood Indo Makmur ini tidak sampai kekurangan bahan baku kayu dari *supplier* jadi perusahaan terus produksi dan tidak sampai berhenti mengalami krisis bahan baku atau mengalami pemberhentian proses produksi.

Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku

PT Kanawood Indo Makmur sudah menerapkan sistem informasi akuntansi persediaan dengan baik, karena apa yang telah di butuhkan sistem informasi akuntansi persediaan bahan baku, PT Kanawood Indo Makmur sudah memenuhi terlihat dari adanya peralatan, prosedur-prosedur, sumber daya manusia, formulir, catatan dan laporan yang sudah memadai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai pengendalian bahan baku *barecore* guna menjamin kelangsungan proses produksi PT Kanawood Indo Makmur yaitu sudah

cukup baik walaupun biasanya perusahaan mengalami sedikit kekurangan bahan baku pada musim-musim tertentu. Yang disebabkan akibat kayu di bagian *klin dry* (tempat pengering kayu) tidak kering. Karena pada waktu musim hujan di bagian *klin dry* biasanya mengalami keterlambatan dalam mengeringkan bahan baku kayu.

Saran

Berdasarkan apa yang telah diteliti dan apa yang telah di bahas sebelumnya penulis mencoba mengajukan beberapa saran untuk PT Kanawood Indo Makmur dan untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- 1 Sebelum melakukan proses produksi hendaknya para pengawas meneliti terlebih dahulu bahan baku yang mau diproduksi menjadi *barecore* supaya hasil dari produksi lebih maksimal lagi dan bisa memenuhi standart kuantitas dan kualitas yang sudah ditentukan oleh perusahaan dan dalam melakukan proses pengeringan kayu, hendaknya perusahaan bisa menambah karyawan atau menambah *klin dry* atau tempat pengeringan kayu untuk bisa lebih cepat melakukan pengeringan kayu supaya tidak menjadi kendala dalam melakukan proses produksi.
- 2 Untuk peneliti selanjutnya hendaknya para peneliti lebih memfokuskan penelitian pada proses produksi karena kendala yang ada di perusahaan itu pasti ada dibagian produksi salah satunya di bagian pengeringan kayu (*klin dry*).

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. 2016. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kayu Dengan Metode EOQ (ECONOMIC ORDER QUANTITY) pada PT Mustika Bahan Jaya Desa Besuk Kec. Tempeh Kab. Lumajang*, STIE Widya Gama Lumajang: Lumajang
- Angga P.dkk. 2014. *Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Upaya Menjaga Kontinuitas Produksi pada Perusahaan Tahu UD. Sadar Jaya Lumajang*. Universitas Jember: Jember
- Ardana, I.C., & Lukman, H. 2016 *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Astyingtyas, Wulandari. 2015. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kayu Sengon (Study Kasus pada CV Langgeng Makmur Bersama Sumbersuko Lumajang)*, STIE Widya Gama Lumajang: Lumajang.
- Etik, Z.J. 2017. *Analisis Penerapan Sistem Akuntansi Penggajian dan Pengupahan pada CV Mirai Alam Sejahtera*, STIE Widya Gama Lumajang: Lumajang.
- Eva Andriani, S.A. 2016. *Peranan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku dalam Menunjang Kelancaran Proses Produksi (Studi Kasus pada Gaharu Lumajang Community)*, STIE Widya Gama Lumajang: Lumajang.
- Gunawan, I.. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Bagian Penerbit PT. Bumi Aksara: Jakarta
- Husein, Umar. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers, Edisi Kedua: Jakarta.
- Ika, Ayu K., and P.Didit Krisnadewara. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kayu Sengon dengan Metode Eoq (Studi pada PT Dharma Satya Nusantara Temanggung)*, Univetsitas Atma Jaya Yogyakarta: Yogyakarta.
- Iqra, Wardani. 2014. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dalam Upaya Menekan Biaya Produksi pada PTEastern Pearl Flour Mills di Makasar*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Universitas HasanuddinMakassar: Makasar.
- Mieke Adiyastri Veronica, T. 2013. *Analisis Pengendalian Persediaan BahanBaku Beras Dengan Metode EconomicOrder Quantity (Eoq) Multi Produk GunaMeminimumkan Biaya pada CV LumbangTani Makmur di Banyuwangi*. Skripsi Tidak Diterbitkan.Universitas JemberFakultas Ekonomi: Jember
- Sanusi. A.. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bagian Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Shildah, Rohmawati. 2016. *Pengendalian Bahan Baku Bare Core dalam Menjamin Kontinuitas Produksi pada PT Papan Jaya di Lumajang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Universitas Jember: Jember.
- Siska. Lili Syafitri. *Analisis Sistem Pengendalian Persediaan Barang Dagang pada PT Sungai Budi di Palembang*, STIE MDP: Palembang
- Siti, L.Q. 2017. *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Pembelian Bahan Baku dalam Menunjang Kelancaran Proses Produksi pada PT Mustikatama Group*, STIE Widya Gama Lumajang: Lumajang.

Evaluasi Sistem Akuntansi Penerimaan Kas Pada KUD Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk

Novi Andriani¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: noviandriani.lmj@gmail.com

Neny Tri Indianasari²
STIE Widya Gama Lumajang
email: indriana85@gmail.com

Soemartono³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem akuntansi penerimaan kas pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana penelitiannya meliputi analisa sistem penerimaan kas pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk dari masalah-masalah berupa fakta yang terjadi di Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat ketidaksesuaian prosedur pada penyimpanan kas perusahaan, dimana seharusnya kas yang baik seharusnya disimpan di bank, tetapi disimpan di brankas perusahaan. Ada lagi yaitu pada nota pembelian tidak dicantumkan nama penanggungjawab dan tanda tangan pada transaksi penjualan pupuk. Hal ini dapat menimbulkan penyelewangan atau kecurangan dari pihak-pihak tertentu. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti bagaimana evaluasi penerimaan kas yang digunakan pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk.

Kata kunci: Sistem Informasi Akuntansi, Penerimaan Kas.

Abstract

The purpose of this study is to find out how the cash accounting system in Village Village Cooperative (KUD) Sido Makmur Labruk Village Labruk. This research uses descriptive qualitative method where the research includes analysis of cash receipt system at Village Unit Cooperative (KUD) Sido Makmur Labruk Village Labruk Subdistrict of facts problems that occurred in Village Unit Cooperative (KUD) Sido Makmur Village Labruk The results of this study indicate that there is a non-compliance procedure in the company's cash storage, which should be a good cash should be stored in the bank, but stored in the company's safe. There is another on the memorandum of purchase does not include the name of the person in charge and signature on the sale transaction of fertilizer. This can lead to the fraud or fraud of certain parties.

Keyword: Accounting Information System, Cash Receipt.

PENDAHULUAN (Arial, 10, Bold)

Dalam sistem akuntansi yang baik harus memasukkan Sistem Pengendalian Intern untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian, dan keandalan data akuntansi guna untuk meningkatkan efektivitas dan menegakkan kebijakan yang telah dibuat manajemen. Sistem akuntansi yang diterapkan pada perusahaan dengan pengerndalian internn yang baik diharapkan dapat menjamin kekayaan para investor dan kreditur yang ditanamkan dalam perusahaan serta mampu menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya.

Salah satu aset perusahaan yang sangat rentan adalah kas, karena kas sangat mudah dipindahtangankan dan tidak dapat dibuktikan kepemilikannya sehingga mudah diselewangkan.

Oleh karena itu, perlu diadakan pengawasan melalui sistem pengendalian pada perusahaan untuk menjaga keberadaan aset tersebut. Sistem yang berkaitan dengan aset perusahaan yaitu kas adalah Sistem akuntansi penerimaan kas, sistem penerimaan kas tersebut akan membantu melancarkan pengelolaan kegiatan perusahaan apabila semua komponennya berjalan sesuai dengan prosedur yang semestinya. Setiap perusahaan ataupun organisasi yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Pada perusahaan pasti menerapkan sistem akuntansi penerimaan kas dari setiap pendapatan yang diterima. Sama halnya pada koperasi unit desa sebagai wadah organisasi dan pengembangan berbagai kegiatan ekonomi diwilayahnya juga menerapkan Sistem Akuntansi Penerimaan Kas untuk mengelola pendapatannya.

KUD Sido Makmur merupakan organisasi yang kegiatan utamanya yaitu melayani kebutuhan masyarakat di unit simpan pinjam, unit perdagangan dan pelayanan jasa. Dalam unit simpan pinjam, menyediakan kredit untuk anggotanya baik kredit untuk usaha maupun kredit untuk melunasi pembelian pupuk dari unit perdagangan. Pada unit perdagangan melayani penjualan pakan ternak, pupuk dan obat-obatan secara tunai ataupun kredit. Sementara, dipelayanan jasa, menangani pembayaran rekening listrik yang dikelola oleh pihak ketiga. Dalam pelaksanaan penerimaan kas dari setiap pendapatan usaha tentunya.

Sistem akuntansi penerimaan kas digunakan agar informasi dari kegiatan penerimaan kas dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan manajemen. Sistem tersebut dinilai baik apabila sudah mampu menyediakan kebutuhan informasi bagi pihak manajemen dan fungsi yang terkait secara tepat waktu beserta kelengkapan informasi tersebut. Namun pada kenyataannya, pada KUD Sido Makmur, pihak manajemen belum mencatatkan informasi tentang pendapatan penjualan menurut jenis produk karena pencatatan penjualan dalam buku transaksi penjualan tidak diklasifikasikan sesuai jenis produk. Hal tersebut mengakibatkan petugas yang melakukan pengecekan mengalami kendala terhadap jumlah penerimaan kas dengan kuantitas jenis produk yang terjual.

Masalah lain yang terjadi pada KUD Sido Makmur yaitu pada bagian penjualan yang bertugas untuk menangani pesanan pelanggan dari penjualan kredit pupuk kadang kala melakukan kekeliruan dalam penghitungan jumlah kredit tersebut disebabkan oleh kurangnya informasi tentang masing-masing harga pupuk pada hal setiap jenis pupuk memiliki harga berbeda-beda sesuai produk tersebut bersubsidi atau non subsidi. Hal ini menyebabkan informasi tentang jumlah piutang dari penjualan kredit yang akan disampaikan kepada bagian simpan pinjam untuk dicatat ke dalam bukupiutang tidak diketahui kebenaran perhitungannya data tersebut.

Selain itu pada KUD Sido Makmur, sistem otorisasi yang dilakukan masih kurang baik, terkadang dalam penerimaan kas dari pelunasan piutang tidak ada nama petugas yang bertanggung jawab pada bukti transaksi yang telah dibuat sehingga pada saat terjadi kesalahan penulisan, misalnya salah menuliskan nominal sulit untuk dilakukan pengecekan nama petugas yang membuat pencatatan dalam penerimaan kas tersebut. Penelitian dengan judul Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas sudah banyak dilakukan yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Petricia Mamahid (2014) Melakukan Penelitian pada KUD Manado Kandao menghasilkan penelitian yang berisikan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas pada KUD Manado Kandao telah memadai karena telah sesuai dan memenuhi unsur-unsur pokok suatu sistem informasi akuntansi yakni Sumber Daya Manusia (SDM), Peralatan, catatan prosedur dan laporan.

KAJIAN PUSTAKA (Arial, 10, Bold)

PENDAHULUAN (Arial, 10, Bold)

Dalam sistem akuntansi yang baik harus memasukkan Sistem Pengendalian Intern untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian, dan keandalan data akuntansi guna untuk meningkatkan efektivitas dan menegakkan kebijakan yang telah dibuat manajemen. Sistem akuntansi yang diterapkan pada perusahaan dengan pengendalian intern yang baik diharapkan dapat menjamin kekayaan para investor dan kreditur yang ditanamkan dalam perusahaan serta mampu menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya.

Salah satu aset perusahaan yang sangat rentan adalah kas, karena kas sangat mudah dipindahtangankan dan tidak dapat dibuktikan kepemilikannya sehingga mudah diselewengkan. Oleh karena itu, perlu diadakan pengawasan melalui sistem pengendalian pada perusahaan untuk menjaga keberadaan aset tersebut. Sistem yang berkaitan dengan aset perusahaan yaitu kas adalah Sistem akuntansi penerimaan kas, sistem penerimaan kas tersebut akan membantu melancarkan pengelolaan kegiatan perusahaan apabila semua komponennya berjalan sesuai dengan prosedur yang semestinya. Setiap perusahaan ataupun organisasi yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Pada perusahaan pasti menerapkan sistem akuntansi penerimaan kas dari setiap pendapatan yang diterima. Sama halnya pada koperasi unit desa sebagai wadah

organisasi dan pengembangan berbagai kegiatan ekonomi diwilayahnya juga menerapkan Sistem Akuntansi Penerimaan Kas untuk mengelola pendapatannya.

KUD Sido Makmur merupakan organisasi yang kegiatan utamanya yaitu melayani kebutuhan masyarakat di unit simpan pinjam, unit perdagangan dan pelayanan jasa. Dalam unit simpan pinjam, menyediakan kredit untuk anggotanya baik kredit untuk usaha maupun kredit untuk melunasi pembelian pupuk dari unit perdagangan. Pada unit perdagangan melayani penjualan pakan ternak, pupuk dan obat-obatan secara tunai ataupun kredit. Sementara, dipelayanan jasa, menangani pembayaran rekening listrik yang dikelola oleh pihak ketiga. Dalam pelaksanaan penerimaan kas dari setiap pendapatan usaha tentunya.

Sistem akuntansi penerimaan kas digunakan agar informasi dari kegiatan penerimaan kas dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan manajemen. Sistem tersebut dinilai baik apabila sudah mampu menyediakan kebutuhan informasi bagi pihak manajemen dan fungsi yang terkait secara tepat waktu beserta kelengkapan informasi tersebut. Namun pada kenyataannya, pada KUD Sido Makmur, pihak manajemen belum mencatatkan informasi tentang pendapatan penjualan menurut jenis produk karena pencatatan penjualan dalam buku transaksi penjualan tidak diklasifikasikan sesuai jenis produk. Hal tersebut mengakibatkan petugas yang melakukan pengecekan mengalami kendala terhadap jumlah penerimaan kas dengan kuantitas jenis produk yang terjual.

Masalah lain yang terjadi pada KUD Sido Makmur yaitu pada bagian penjualan yang bertugas untuk menangani pesanan pelanggan dari penjualan kredit pupuk kadang kala melakukan kekeliruan dalam penghitungan jumlah kredit tersebut disebabkan oleh kurangnya informasi tentang masing-masing harga pupuk pada hal setiap jenis pupuk memiliki harga berbeda-beda sesuai produk tersebut bersubsidi atau non subsidi. Hal ini menyebabkan informasi tentang jumlah piutang dari penjualan kredit yang akan disampaikan kepada bagian simpan pinjam untuk dicatat ke dalam buku piutang tidak diketahui kebenaran perhitungannya data tersebut.

Selain itu pada KUD Sido Makmur, sistem otorisasi yang dilakukan masih kurang baik, terkadang dalam penerimaan kas dari pelunasan piutang tidak ada nama petugas yang bertanggung jawab pada bukti transaksi yang telah dibuat sehingga pada saat terjadi kesalahan penulisan, misalnya salah menuliskan nominal sulit untuk dilakukan pengecekan nama petugas yang membuat pencatatan dalam penerimaan kas tersebut. Penelitian dengan judul Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas sudah banyak dilakukan yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Petricia Mamahid (2014) Melakukan Penelitian pada KUD Manado Kando menghasilkan penelitian yang berisikan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas pada KUD Manado Kando telah memadai karena telah sesuai dan memenuhi unsur-unsur pokok suatu sistem informasi akuntansi yakni Sumber Daya Manusia (SDM), Peralatan, catatan prosedur dan laporan.

KAJIAN PUSTAKA

Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas

Sistem informasi akuntansi penerimaan kas memiliki peranan sistem dalam pengolahan data sangat penting yaitu untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya dan diterima oleh masyarakat. Tujuan itu dapat terlaksanakan harus didukung dengan peralatan-peralatan yang menunjang dan mendukung yakni dengan menggunakan komputer, dengan adanya komputer, komputer dapat membantu manusia dalam memecahkan persoalan-persoalan yang rumit yang tidak dapat diselesaikan secara cepat oleh manusia. Penerimaan kas adalah kas yang diterima perusahaan baik yang berupa uang tunai maupun surat-surat berharga yang mempunyai sifat dapat segera digunakan, yang berasal dari transaksi perusahaan maupun penjualan tunai, yang dapat menambah kas perusahaan. "sumber penerimaan kas terbesar suatu perusahaan dagang berasal dari transaksi penjualan tunai". (Mulyadi, 2009:455). Sumber penerimaan kas terbesar yakni berasal dari kas karena kas merupakan aset yang dapat digunakan baik untuk pengolahan dana perusahaan maupun aktivitas perusahaan.

Pengertian Sistem

Berdasarkan pendapat dari Sutabri (2004:18) "Istilah sistem sering digunakan untuk menunjukkan pengertian metode atau cara dan sesuatu unsur yang bersatu". Dengan kata lain sistem sama dengan sekelompok elemen-elemen yang terpadu dengan maksud yang sama untuk mencapai objek organisasi. Organisasi terdiri dari sejumlah sumber daya yang bekerja menuju tercapainya sebuah target tertentu yang ditentukan oleh pemilik atau manajemen.

Pengertian Informasi

Berdasarkan pendapat Krismaji (2009:8) "Suatu informasi data yang didapatkan dari sebuah data yang telah diolah dan telah disebarkan kepada masyarakat". Meskipun kenyataannya

tidak biasa kita dipisahkan bahwa hubungan antara teknologi dan informasi selalu berkaitan bahwa teknologi dapat memberikan informasi yang baik bagi para pengguna informasi , karena dengan perkembangan teknologi itu sendiri informasi juga berkembang dengan pesat, karena itu tepatlah bahwa perkembangan teknologi dan informasi ini membentuk sebuah era yaitu Era Informasi”.

Pengertian Akuntansi

Akuntansi adalah suatu organisasi terdiri dari metode dan catatan-catatan yang dibuat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, mencatat, dan melaporkan transaksi yang telah dibuat perusahaan.

Pengertian Sistem Informasi

Berdasarkan pendapat Halim (2004:67) “Sistem adalah suatu rangkaian kesatuan yang terdiri dari bagan-bagan yang saling terkait dan mempengaruhi, yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu”. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti yang menerimanya. Informasi berisikan dengan fakta, kejadian, simbol, angka dan huru-huruf yang menunjukkan objek dan ide maupun kondisi yang digunakan untuk masa depan. Data yang diolah dalam informasi berguna untuk mendapatkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya dimana nantinya dapat digunakan oleh pengguna informasi. Karakteristik informasi yang *realible* harus memenuhi syarat relevan, tepat, akurat dan lengkap.

Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Berdasarkan pendapat Jones dan Rama (2006:190), “ Sistem Informasi Akuntansi adalah subsistem dari sistem informasi manajemen yang menyediakan informasi akuntansi”.

Makna Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yakni sebuah sistem informasi yang mengungkapkan segala sesuatu yang berkenaan dengan pencatatan transaksi Akuntansi. Akuntansi sendiri sebenarnya adalah sebuah sistem informasi penggunaan atau implementasi SIA (Sistem Informasi Akuntansi) pada sebuah organisasi antara lain:

1. Mengumpulkan dan meringkas data tentang keluar masuk transaksi perusahaan
2. Mengubah data menjadi sebuah informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Melakukan control secara tepat terdapat aset organisasi

Subsistem SIA (Sistem Informasi Akuntansi) memproses berbagai transaksi non- keuangan yang secara langsung memengaruhi pemrosesan transaksi keuangan. Subsistem SIA (Sistem Informasi Akuntansi) antara lain:

1. Sistem pemrosesan transaksi yang menyangkut proses operasi bisnis harian.
2. Sistem buku besar atau pelaporan keuangan.
3. Sistem penutup dan pembalikan.

Digunakan laporan keuangan yang bertujuan untuk memenuhi bebrapa informasi untuk informasi kebutuhan yang berbeda. Dan dibutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah mereka harus membeli, menahan atau menjual investasi tersebut. Pemegang saham juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar deviden.

Pengertian Kas

Berdasarkan pendapat dari buku Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (2002:89) dijelaskan bahwa “Kas merupakan alat pembayaran yang siap dan bebas digunakan untuk membiayai kegiatan umum suatu perusahaan ”. Dari pengertian tersebut, kas itu terdiri atas yang berada pada perusahaan dan bank merupakan alat pembayaran untuk seluruh kegiatan perusahaan.

Pengertian Sistem Penerimaan Kas

Berdasarkan pendapat dari (Mulyadi, 2009:90) “Penerimaan kas perusahaan berasal dari dua sumber utama yaitu: Penerimaan kas dari Penjualan tunai dan penjualan kas kredit”.

Penerimaan kas adalah kas yang diterima perusahaan baik yang berupa uang tunai maupun surat-surat berharga yang mempunyai sifat dapat segera digunkan,yang berasal dari transaksi perusahaan maupun penjualan tunai, yang dapat menambah kas perusahaan. “sumber penerimaan kas terbesar suatu perusahaan dagang berasal dari transaksi penjualan tunai”. (Mulyadi, 2009:455).

Sistem Penerimaan Kas dari Penjualan Tunai

Penjualan tunai dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang lebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli". Setelah uang diterima oleh perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjuwalantunai kemudian dicatat oleh perusahaan definisi ini dikemukakan menurut pendapat dari (Mulyadi 2009:455). Sistem penerimaan kas dari penjualan tunai dibagi menjadi tiga prosedur berikut ini:

1. Penerimaan kas dari *Over-the Counter Sale*

Berdasarkan pendapat dari Mulyadi (2009:435) Dalam penjualan tunai ini, pembeli datang keperusahaan, melakukan pemilihan barang atau produk yang akan dibeli, melakukan pembayaran kekasir, dan kemudian menerima barang yang dibeli. Penerimaan kas dari *over –the counter sales* dilaksanakan melalui prosedur berikut ini: Pembeli memesan barang langsung kepada wiraniaga (*sales person*) di bagian Penjualan.

Bagian Kasir menerima pembayaran dari pembeli, yang dapat berupa uang tunai, cek pribadi (*personal check*), atau kartu kredit.

Bagian Penjualan memerintahkan Bagian Pengiriman untuk menyerahkan barang kepada pembeli.

1. Bagian Pengiriman menyerahkan barang kepada pembeli.
2. Bagian Kasir menyetorkan kas yang diterima ke bank.
3. Bagian Akuntansi mencatat pendapatan penjualan dalam jurnal penjualan.

Jika kas yang diterima berupa cek pribadi, bank penjual (bank yang menjual memiliki rekening giro di dalamnya) kemudian akan mengurus *check clearing* tersebut ke bank pembeli (bank yang pembeli memiliki rekening giro didalamnya). Jika kas yang diterima berupa kartu kredit menambah saldo rekening giro penjual setelah dikurangi dengan *credit*

2. Penerimaan kas dari *COD Sales, Cash on Delivery Sales (COD Sales)*

Berdasarkan pendapat dari (Mulyadi,2009:457) *COD Sales* ialah transaksi penjualan yang menggabungkan torpos, perusahaan angkutan umum, atau angkutan sendiri dalam penyerderhanaan penerimaan kas dari hasil penjualan. *COD Sales* merupakan sarana memberikan jaminan penyerahan barang bagi pembeli dan jaminan penerimaan kas bagi perusahaan penjual. Jika lokasi pembeli sama dengan lokasi perusahaan, penyerahan barang biasanya dilaksanakan sendiri oleh fungsi penerimaan perusahaan. *COD sales* melalui pos merupakan sistem penjualan yang umum berlaku di Indonesia.

3. Penerimaan kas dari *Credit Card Sale*.

Penerimaan kas dari *Credit Card Sale*, sebenarnya *credit card* bukan merupakan suatu tipe penjualan namun merupakan salah satu pembayaran bagi pembeli dan sarana penagihan bagi penjual. *Credit Card* adalah sarana bagi pembeli, baik dalam *over the counter sales* maupun dalam penjualan yang pengiriman barangnya dilaksanakan melalui jasa atau angkutan umum. Dalam *over the counter sales*, pembeli datang keperusahaan melakukan pembayaran kekasir dengan perusahaan penjual. Pembeli memberikan persetujuan tertulis penggunaan kartu kredit dalam pembayaran harga barang. Sehingga memungkinkan perusahaan melakukan penagihan kepada pihak bank atau perusahaan penerbit kartu kredit.

Sistem Penerimaan Kas dari Piutang

Salah satu sumber Penerimaan Kas suatu perusahaan biasanya berasal dari pelunasan piutang dari debitur. Penerimaan kas dari piutang dapat dilakukan melalui berbagai cara: (1) melalui penagih perusahaan, (2) melalui pos, dan (3) melalui *lock- box collection plan*". Dan Yang digunakan dalam KUD ini adalah (1) Melalui Penagih Perusahaan dan (2) Melalui Pos. Definisi inimenurut pendapat dari para ahli Mulyadi (2009:493) " Ada dua macam sistem penerimaan kas dari piutang yaitu :

1. Sistem Penerimaan Kas Dari Piutang Melalui Penagih Perusahaan
2. Sistem Penerimaan Kas dari Piutang Melalui Pos

Penelitian Terdahulu

Dalam mendukung penelitian, diperlukan referensi penelitian terdahulu sebagai bahan pendukung penelitian ini Beberapa referensi penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan sistem dan prosedur penerimaan kas telah dipilih sebagai acuan dalam penelitian ini.

Vendy Michael K (2010) dengan penelitian berjudul "Evaluasi Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Pada PT Catur Sentosa Manado". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

kelemahan dan kebutuhan Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas PT Catur Sentosa Manado untuk diberikan usulan perbaikan, rancangan Sistem Informasi Akuntansi yang dapat memenuhi kebutuhan manajemen perusahaan. Hasil penelitian dari Vendy Michael K (2010) menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas dan Pengeluaran Kas yang diterapkan di PT Catur Sentosa Manado sekarang masih memiliki prosedur yang cukup. Titi Widyaningsih (2015) dengan penelitian berjudul "Evaluasi Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Pada Hotel Bukit Asri Semarang". Tujuan penelitian untuk menganalisa sistem informasi akuntansi dalam menunjang pengendalian internal pedapatan. Hasil penelitian Titi Widyaningsih (2015) menyatakan bahwa setelah menganalisa sistem informasi akuntansi disudah memadai dan berperan secara efektif dan efisien dalam meningkatkan pengendalian internal pada pendapatan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana penelitiannya meliputi analisa sistem penerimaan kas pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk dari masalah- masalah berupa fakta yang terjadi di Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitiannya adalah sistem akuntansi penerimaan kas pada KUD Sido Makmur.

Sumber Data Dan Jenis Data

Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan data eksternal.

Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang digunakan adalah teknik wawancara, teknik pengamatan/observasi dan dokumentasi

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif yaitu Analisis data yang dalam pengajuannya dalam bentuk keterangan dan pembahasan teoritis yang bertujuan menganalisa hal-hal yang dapat di analisa bukan dengan angka tapi dengan teori-teori yang dibuktikan dengan kenyataan yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana penelitiannya meliputi analisa sistem penerimaan kas pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk Kecamatan Labruk dari masalah- masalah berupa fakta yang terjadi di Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur Desa Labruk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi masalah yang ada di dalam KUD Sido Makmur berkaitan dengan sistem penjualan dan penerimaan kas dan jika ada permasalahan yang timbul harus secepatnya diselesaikan agar tidak mengganggu aktivitasnya, karena jika terjadi kesalahan dibiarkan berlarut-larut akan menimbulkan kesalahan yang fatal, dan seharusnya jika memang harus ada yang dibenahi dalam prosedur maupun dalam pencatatan transaksi keuangan penerimaan kas sebaiknya harus segera diperbaiki dan segera dilaporkan, sehingga tidak akan menimbulkan penyelewangan dan mengurangi kecurangan oleh pihak-pihak tertentu, dan dimana di dalam hasil analisis yang dilakukan telah membahas penerimaan kas dan hasilnya menunjukkan bahwa sistem akuntansi penerimaan kas pada KUD Sido Makmur masih harus diperbaiki, karena ada beberapa transaksi penerimaan kas yang tidak sesuai dengan prosedur penerimaan kas.

Sistem Penerimaan Kas Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur

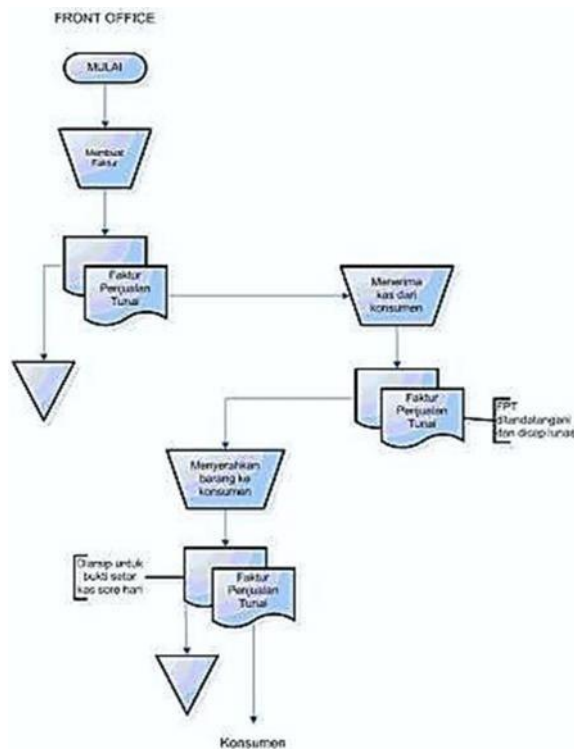
Sistem Akuntansi Penerimaan Kas Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur telah dilaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari prosedur penerimaan uang yang melibatkan beberapa bagian dalam perusahaan agar transaksi penerimaan kas tidak berpusat pada satu bagian saja. Keberadaan kas sangat rawan serta membutuhkan perhatian lebih karena kas sangat riskan terhadap terjadinya penyelewangan, dengan adanya pembagian fungsi penerimaan

uang akan dapat di minimalkan akan hal terjadinya kecurangan, ataupun penyelewengan terhadap uang perusahaan.

Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur untuk menghindari kecurangan maka dilakukan pengecekan setiap sepuluh hari sekali *manajer* koperasi melakukan pengecekan antara dokumen-dokumen penerimaan kas dengan jumlah uang yang ada pada saat itu juga. Apakah jumlah uang yang ada sesuai atau tidak, jika telah sesuai maka *manajer* koperasi akan membubuhkan tanda tangan pada setiap dokumen yang telah diperiksa.

Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur untuk penyimpanan kas perusahaan tidak berjalan sesuai prosedur yang dicantumkan pada teori. Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur untuk penyimpanan kas perusahaan tidak berjalan sesuai prosedur yang dicantumkan pada teori. Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur penerimaan kas yang setiap harinya diterima tidak disetorkan ke bank, melainkan disimpan di brankas perusahaan. Hal ini sangat beresiko adanya pencurian atau penyelewengan karena jumlah kas yang dimiliki Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur tidak sedikit. Selain itu pengecekannya akan sulit dilakukan dan membutuhkan banyak waktu serta rentan terjadinya kesalahan penghitungan.

Demi keamanan keberadaan kas perusahaan akan lebih baik jika penyimpanan kas dilakukan di bank. Selain keamanan kas terjamin dalam pengecekan kas juga tidak sulit dan tidak memakan banyak waktu.



Gambar 1. Flowchart penerimaan kas KUD Sido Makmur

Sistem Penerimaan Kas Dari Penjualan Tunai

Penerimaan kas dari penjualan tunai dibagi menjadi 3 prosedur yaitu :

- 1) Penerimaan kas dari *over-the-counter-sales*
- 2) Penerimaan Kas Dari *COD Sales*
- 3) Penerimaan Kas *Credit Card Sales*

Dari hasil pengumpulan data di atas dapat dilihat jika sistem penerimaan kas yang digunakan pada koperasi unit desa adalah : 1. Prosedur Penerimaan Kas dari *over-the-counter-sales* dan 2. Prosedur Penerimaan Kas dari *Credit Card Sales*. Prosedur Penerimaan Kas *COD Sales* tidak digunakan di unit ini karena perusahaan yang diteliti adalah perusahaan koperasi, bukan perusahaan manufaktur.

Secara garis besar sistem penerimaan kas dari penjualan tunai yang dilakukan di Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur sudah baik karena dalam penerimaan kas pencatatannya sudah lengkap serta disertai bukti-bukti penerimaan kas yang mendukung. Kalaupun terdapat beberapa perbedaan antara teori dengan penerapannya hal ini dikarenakan perbedaan jenis perusahaan.

Sistem Penerimaan Kas dari Penjualan Kredit

Secara teori penerimaan kas dari piutang dilakukan melalui berbagai cara : 1) Melalui penagih perusahaan, 2) melalui pos, 3) melalui *lock-box collection plan*. Dalam sistem penerimaan kas dari penjualan kredit cara yang digunakan adalah melalui pembayaran hasil panen gabah selama 1 tahun. Cara yang digunakan sangat efektif karena meminimalkan kecurangan yang dilakukan. Karena yang melakukan kredit pupuk hanya anggota koperasi dan pihak luar pun bisa mengajukan kredit pupuk dengan mendaftar sebagai anggota koperasi dan membayar biaya anggota koperasi sebesar Rp. 20.000,. Penjualan kredit di Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur dicatat dan dimasukkan di dalam daftar piutang.

Sistem Penerimaan Kas Dari Penjualan Tunai melalui Kartu Debet Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Secara teoritis Sistem Penerimaan Kas Dari Penjualan Tunai melalui Kartu Debet Bank Rakyat Indonesia (BRI) sudah dilakukan dengan aturan yang ada. Sistem ini melibatkan pihak bank untuk memastikan bahwa uang yang sudah diterima sudah diterima melalui pembayaran pelanggan ke bank, dengan cara pihak bank mengirimkan kepada pihak koperasi dengan menunjukkan rekening koran.

Pembayaran melalui kartu debit Bank BRI ini memberikan kemudahan bagi pembeli dalam melakukan pembayaran, karena pembeli tidak harus direpotkan dengan membawa uang tunai dalam jumlah besar, serta tidak direpotkan dalam pengecekannya karena proses pembayaran dilakukan secara komputerisasi

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

Sistem Akuntansi Penerimaan Kas Koperasi Unit Desa (KUD) Sido Makmur telah dilaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari prosedur penerimaan uang yang melibatkan beberapa bagian dalam perusahaan agar transaksi penerimaan kas tidak berpusat pada satu bagian saja. Keberadaan kas sangat rawan serta membutuhkan perhatian lebih karena kas sangat riskan terhadap terjadinya penyelewengan, dengan adanya pembagian fungsi penerimaan uang akan dapat di minimalkan akan hal terjadinya kecurangan, ataupun penyelewengan terhadap uang perusahaan, akan tetapi ada beberapa yang tidak sesuai dengan pernyataan didalam teori yang telah dikemukakan antara lain Penyimpanan kas tidak dilakukan di bank melainkan hanya sebatas di brankas koperasi, penerimaan kas di bank langsung di ambil oleh pihak KUD, uang yang telah diterima di bank langsung di ambil dan langsung disimpan di brankas KUD. Demi keamanan keberadaan kas perusahaan akan lebih baik jika penyimpanan kas dilakukan di bank. Selain keamanan kas terjamin dalam pengecekan kas juga tidak sulit dan tidak memakan banyak waktu.

Saran

- a. Bagi KUD Sido Makmur
 1. Demi keamanan kas perusahaan dan kelancaran administrasi perusahaan akan lebih baik jika kas yang dimiliki disimpan di bank.
 2. Dalam Nota penjualan sebaiknya nama penanggung jawab pada saat pembelian seharusnya dicantumkan dan dibubuhi tanda tangan, jadi pada saat pengecekan dimudahkan jika terjadi kesalahan.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti Evaluasi Sistem Akuntansi Penerimaan kas dan Pengeluaran Kas Pada KUD Sido Makmur Desa Labruk

DAFTAR PUSTAKA (Arial, 10, Bold)

- Accounting Pricible Board Accounting Principle Board (APB). 2001. *Statement of cashreceipts procedure*. Amerika Serikat.
- Bodnar. 2004. *Desain Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Davis, B Gordon. 2001. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT.GRAMEDIA ILMU.
- Halim. 2004. *Sistem informasi Akuntansi Penerimaan Kas*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hall, A James. 2001. *Sistem informasi akuntansi edisi keempat*. Salemba Empat: Jakarta
- Husein. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2002. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 10, tentang Sistem informasi Akuntansi Penerimaan Kas*. Jakarta: Salemba Empat
- Jogiyanto, H.M. 2002. *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Jogiyanto, H.M. 2005 . *Pengenalan Sistem Informasi*: Yogyakarta, ANDI.
- Krismaji. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi. 2003. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
- . 2005. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
 - . 2008. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
 - . 2009. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
 - . 2010. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
 - . 2012. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
- Pitri, Nur. 2015. "Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Dari Pendapatan Pengiriman Paket Pos Indonesia Wonogiri ". e-jurnal Riset Akuntansi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
- Porina. 2017. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 10, tentang Sistem informasi Akuntansi Penerimaan Kas*. Jakarta: Salemba Empat
- Raikhan, Zaya.2006. *Sistem Akuntansi*. Erlangga: Bandung
- Rama, Jones. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat
- Richard, F. 2005. *Sistem informasi Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta.
- Romney. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Sutabri, Tata. 2004. *Sistem Informasi Akuntansi (Edisi pertama)*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Widyaningsih, Titi. 2015. "Evaluasi Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Pada Hotel Bukit Asri Semarang". e-jurnal Riset Akuntansi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
- Widrajaya. 2018. "Evaluasi Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Pada Kebun Raya Surabaya". e-jurnal Riset Akuntansi. Fakultas Ekonomi

**Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban sebagai Pengendalian Biaya
Pada UD. Basmlah Jarit Candipuro Lumajang**

Wanda Cikiana¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:wandacikiana133@gmail.com

Khoirul Ifa²
STIE Widya Gama Lumajang
email:khoirul_ifa@yahoo.co.id

Noviansyah Rizal³
STIE Widya Gama Lumajang
email:noviansyah.rizal@gmail.com

Abstrak

Akuntansi pertanggungjawaban adalah akuntansi yang sistimnya menggunakan untuk mengukur kinerja pertanggungjawaban setiap pusat,sesuai dengan informasi yang dibutuhkan manager sebagai alat untuk mengoperasikan pada pusat pertanggungjawaban mereka. Pada hakekatnya akuntansi pertanggungjawaban timbul karena adanya wewenang yang memberikan manajemen pada pemimpin dan bagaimana manajemen mempertanggungjawabkannya dalam suatu bentuk laporan tertulis. Penerapan Akuntansi pertanggungjawaban pada perusahaan akan membantu manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang menguntungkan bagi perusahaan, dengan melihat sejauh mana manajemen akan menjalankan syarat struktur organisasi, sistim pelaporan biaya, penyusunan anggaran, pemisah biaya dan laporan pertanggungjawaban manager pada perusahaan. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efesiensi pengendalian biaya dan mengevaluasi sistim pengendalian biaya yang diterapkan pada Basmlah Jarit Candipuro Lumajang. metode yang dilakukan dalam suatu penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Kata kunci: Akuntansi, Pengendalian Biaya

Abstract

Accounting for accountability is the accounting system it uses to measure the performance of each center's responsibility, in accordance with the information managers need as a means to operate at their responsibility centers. In essence, accounting accountability arises because of the authority that gives management to the leader and how the management is accountable in a written report form. Implementing Accountability Accountability at the company will help management to achieve a favorable objective for the company, by looking at the extent to which management will run the terms of the organizational structure, cost reporting system, budgeting, cost separator and manager accountability report on the company. The purpose of the study is to determine the application of accountability in supporting the efficiency of cost control and evaluate the cost control system applied to Basmlah Jarit Candipuro Lumajang. the method used in this research is by using descriptive qualitative method

Keyword : Accounting, Cost Control

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Perkembangan perekonomian di Indonesia sekarang ini telah mengalami perubahan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia telah memacu tingkat persaingan antara Industri maupun di bidang Perdagangan atau jasa. Dengan perkembangan perekonomian dan kemajuan zaman yang begitu baik, Perusahaan termasuk badan usaha yang diatur dan dilaksanakan oleh orang-orang yang

mempunyai keahlian dan ketrampilan tertentu agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Organisasi dalam perusahaan juga ikut berkembang setiap prosesnya. Keadaan untuk menyetarakan diri dalam kondisi kelangsungan usaha melalui akuntansi pertanggungjawaban untuk mengukur hasil dari kinerja yang dapat dicapai oleh setiap pusat pertanggungjawabannya.

UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan yang memiliki tujuan dan target dalam proses operasionalnya, Basmallah jarit candipuro adalah perusahaan yang memasok kebutuhan untuk masyarakat yang memerlukan kebutuhan sehari-harinya, UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang ini merupakan perusahaan Distributor Customer Good yaitu pelanggan yang baik, sehingga berbagai investasi dilakukan oleh perusahaan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan, perlu mendapat perhatian pihak manajemen. Selain itu, perusahaan yang mengeluarkan biaya yang sangat besar untuk dapat memasok kebutuhan barang. Karena itu, merupakan tuntutan untuk melakukan kegiatan operasional secara efisiensi dan efektif sehingga perlu adanya pengawasan pengelolaan atas berbagai biaya operasional serta investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan sistem akuntansi pertanggungjawaban yang merupakan suatu sistem untuk mengendalikan tanggungjawab tiap unit kerja dan departemen perusahaan.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban dalam menunjang efisiensi pengendalian serta mengevaluasi sistem pengendalian biaya yang diterapkan pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban

Akuntansi pertanggungjawaban pada hakikatnya timbul dari adanya wewenang yang diberikan manajemen puncak atau pimpinan kepada manajemen dibawahnya dan bagaimana manajemen mempertanggungjawabkannya dalam suatu bentuk laporan tertulis pada perusahaan yang relative besar maupun kecil.

Manfaat Akuntansi Pertanggungjawaban

Supriyono (2011:22) yaitu Membantu dalam proses penyusunan anggaran dan Membantu proses penilaian kinerja manajer pusat pertanggungjawaban pada perusahaan. Dan menjalankan tanggung jawab dan pencapaian sasaran yang telah ditentukan.

Karakteristik akuntansi pertanggungjawaban

(Mulayadi. . Sc, 2009:199) karakteristik akuntansi pertanggungjawaban yaitu:

1. Adanya identifikasi pusat pertanggungjawaban.
2. Standar ditetapkan sebagai tolok ukur kinerja yang bertanggungjawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu.
3. Kinerja manajer diukur dengan membandingkan realisasi dengan anggaran.
4. Manajer secara individual diberi penghargaan atau hukuman berdasarkan kebijakan manajemen yang lebih tinggi.

Pusat Pertanggungjawaban

Ada empat jenis pusat pertanggungjawaban yaitu pusat pendapatan, pusat biaya, pusat laba, pusat investasi. Namun, di dalam buku Putri (2005) yaitu Di dalam organisasi perusahaan ada penentuan daerah pertanggungjawaban dan manajer yang bertanggungjawab pada perusahaan yang dilaksanakan dengan menetapkan pusat-pusat pertanggungjawaban dan tolok ukur kinerjanya pada perusahaan.

Struktur Organisasi Pertanggungjawaban

Organisasi dibangun untuk mendapat suatu tujuan yang pencapaiannya hanya dapat diwujudkan melalui usaha bersama melibatkan banyak individu. Keberhasilan program perencanaan dan pengendalian laba atau penganggaran tak luput juga mendasarkan pada struktur organisasi dan garis pemisah wewenang dan tanggung jawab yang jelas. Dengan struktur organisasi dan pendelegasian wewenang ini, organisasi dapat membuat kerangka yang jelas dimana tujuan organisasi bias mencapai secara terkoordinasi, efektif dan berkeselamatan.

Anggaran

Didalam buku Anthony dan Govindarajan (2005:73) Anggaran adalah alat penting untuk perencanaan pengendalian jangka pendek yang efektif dalam organisasi.

Pengertian Pengendalian

Didalam buku Menurul Dalyono (2009:4) dijelaskan bahwa devinisi pengendalian adalah kegiatan manajemen setiap hari untuk menyakinkan bahwa aktivitas organisasi sesuai yang telah di rencanakan.

Pengertian Biaya

Didalam buku Mulyadi (2009:8)Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara), seperti berupa opini, hasil keterangan dari pihak pihak yang berkaitan.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data internal. Data internal merupakan data yang dikumpulkan oleh suatu perusahaan mengenai kegiatan perusahaan tersebut dan hasilnya digunakan untuk keperluan lembaga itu pula.

Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara yaitu Dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang telah tersedia pada perusahaan UD. Basmalah Jarit Candipuro yang bersangkutan.

Tehnik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif , yang mana teknik dalam analisis ini memberikan uraian-uraian dan penjelasan mengenai data-data yang berkaitan dengan analisis penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai pengendalian biaya pada UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang. Dan untuk menganalisa data yang diperoleh dibandingkan dengan teori-teori yang telah ada sebelumnya dengan data-data yang di peroleh dilapangan. Penulis melakukan pemahaman akan kondisi-kondisi yang ada dalam perusahaan.

Langkah-langkah Analisis Data:

- a. Mengumpulkan data-data perusahaan
Data yang diteliti yaitu
 1. Anggaran dan realisasi pembelian UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang
 2. Laporan penjualan UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang
 3. Laporan pertanggungjawaban Anggaran dan realisasi biaya tahun 2017
- b. Mengolah data-data yang diperoleh
Data yang akan diolah benar-benar sesuai dengan data yang sebenarnya berupa data realisasi dan anggaran biaya perusahaan
- c. Menganalisis Struktrur organisasi
Melihat masing-masing tugas pokok, fungsi yang terkait dengan struktur organisasi.
- d. Menganalisis kode rekening Basmalah Jarit Candipuro Lumajang
- e. Menganalisis biaya pemisahan
Pada UD. Jarit Candipuro Lumajang ada pemisahan biaya yang jelas antara biaya terkendali dengan biaya tak terkendali
- f. Menganalisis laporan pertanggungjawaban
Biaya yang dikumpulkan, dicatat dan di buat rekapitulasi biaya, serta apakah dari rekapitulasi itu dijadikan dasar laporan pertanggungjawaban. Dan juga apakah terjadi penyimpangan antara anggaran dengan realisasinya.
- g. Menyusun laporan pertanggungjawaban
Laporan mengenai pusat pertanggungjawaban seperti pusat pendapatan, pusat biaya, pusat laba dan pusat investasi dan realisasi biaya yang di keluarkan oleh manajer-manajer yang berada dibawah wewenang yang di sajikan dalam bentuk perbandingan dengan anggaran biaya yang disusun oleh masing-masing manajer yang bersangkutan.
- h. Menganalisis dengan cara mengukur pengendalian biaya
Membuat kesimpulan yang menjadi dasar dalam pemecahan masalah yang ada dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan

UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang perusahaan dagang mulai didirikan pada tahun 2016, dengan usaha yang di bangun mulai dari Nol hingga sukses menjual berbagai makanan, minuman dan segala kebutuhan konsumen di masyarakat, dalam waktu yang cukup lama perusahaan UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat dengan jumlah karyawan sebanyak 10 Karyawan di Basmalah Jarit Candipuro Lumajang. UD.Basmalah Jarit Candipuro Lumajang adalah Cabang dari PT. Sidogiri Mitra Utama Basmalah yang berada di Kraton Pasuruan. Perusahaan Basmalah ini, semua berawal dari berdirinya Koprasri Pondok Pesantren (Kopontren) Sidogiri merupakan Badan Usaha yang memiliki manfaat yang besar bagi pesantren, santri, dan masyarakat sekitar. Bagi pesantren, keberadaan Kopontren sangat menunjang upaya kemandirian pesantren karena sebagian pemasukan/pendapatan pesantren merupakan pemasukan dari SHU Kopontren. Bagi santri, keberadaan Kopontren selain menyediakan kebutuhan sehari-hari, juga sebagai tempat belajar, kemandirian, kewirausahaan dan pengabdian dan bagi masyarakat umum, Kopontren menyediakan keperluan sehari-hari dengan harga yang kompetitif, maka Kopontren membangun Usaha Dagang yang di beri nama BASMALAH dan membangun tempat diberbagai wilayah contohnya di Jarit Candipuro Lumajang salah satunya.

Hasil Penelitian

a. Laporan Penjualan Realisasi Anggaran

Tabel 1.
 Laporan Penjualan Realisasi Anggaran

Bulan	Target Penjualan	Realisasi	Selisih
Januari 2017	154.094.500	141.307.489	12.787.011
Februari 2017	298.550.001	194.250.138	104.299.663
Maret 2017	181.990.000	180.6785.95	1.311.405
April 2017	292.633.500	195.467.867	97.165.633
Mei 2017	324.364.500	32.230.399	292.134.101
Juni 2017	236.173.500	241.322.654	(5.149.154)
Juli 2017	184.945.970	190.445.947	(5.499.977)
Agustus 2017	155.365.000	233.044.129	(77.679.129)
September 2017	258.713.340	228.380.357	30.332.983
Oktober 2017	238.712.243	239.315.966	(603.723)
November 2017	322.939.419	315.167.388	7.772.031
Desember 2017	21.125.100	22.293.175	(1.168.075)

Pada bulan Januari 2017, penjualan pada toko mencapai Rp. 141.307.489, nilai ini dibawah target bulan tersebut yaitu 154.094.500, hal ini disebabkan daya beli masyarakat menurun pada pembelian, sedangkan dibulan februari, penjualan pada toko mencapai 194.250.138, nilai ini di bawah target toko yaitu Rp. 298.550.001 daya beli masyarakat belum cukup terpenuhi, sedangkan di bulan Juni sampai Agustus target penjualan pada toko sangat terpenuhi daya beli masyarakat tinggi dikarenakan menjelang hari raya idul fitri dan di akhir tahun 2017 pada bulan Desember target penjualan pada toko Rp. 21.125.100 dan mencapai target dengan nilai Rp. 22.293.175.

b. Laporan Anggaran dan Realisasi Biaya Pembelian

Tabel 2
 Laporan Anggaran dan Realisasi Biaya Pembelian

BULAN	ANGGARAN	REALISASI	SELISIH	PRESENTASE
Januari 2017	233.618.997	176.426.333	57.192.664	24%
Februari 2017	22.778.123	24.316.699	(1.538.576)	-7%
Maret 2017	205.912.546	170.437.901	35.474.645	17%
April 2017	172.093.864	195.467.867	(23.374.003)	-14%
Mei 2017	224.131.904	238.391.343	(14.259.439)	-6%
Juni 2017	228.610.583	225.207.474	3.403.109	1%
Juli 2017	115.279.567	158.870.018	(43.590.451)	-38%
Agustus 2017	148.824.254	152.495.529	(3.671.275)	-2%
September 2017	187.342.513	243.216.166	(55.873.653)	-30%
Oktober 2017	226.750.654	228.928.686	(2.178.032)	-1%

November 2017	290.749.298	266.276.202	24.473.096	8%
Desember 2017	167.285.265	214.100.713	(46.815.448)	-28%

Pembelian barang dagangan produk

Pada bulan Januari 2017, anggaran pembelian pada toko mencapai Rp. 233.618.997, Nilai dari terealisasi Rp. 176.426.333, itu dikarenakan stok barang di gudang masih banyak. Pada bulan Februari 2017, anggaran pembelian mencapai 22,778.123, nilai dari terealisasi Rp. 24.316.699, dikarenakan shampoo zinc memberikan potongan harga pada bulan ini setiap pembelian banyak. Pada bulan Maret 2017, anggaran mencapai Rp. 205.912.546, nilai dari terealisasi Rp. 170.437.901, karena permintaan produk White Coffee sangat terus meningkat maka stok pembelian produk White Coffee perlu di tambah. Pada bulan Mei 2017, anggaran pada toko mencapai Rp. 224.131.904, nilai dari terealisasi Rp. 238.391.343, karena stok di gudang masih banyak. Pada bulan Juni 2017, anggaran mencapai Rp. 228.610.583, nilai dari terealisasi Rp. 225.207.474 di karena karena stok di gudang masih banyak. Pada bulan Juli 2017, anggaran mencapai Rp. 115.279.567, nilai dari terealisasi Rp. 158.870.018 di karena karena permintaan konsumen meningkat pada minuman Azza dan the Rio. Pada bulan Agustus 2017, anggaran mencapai Rp. 148.824.254. nilai dari terealisasi Rp. 152.495.529, dikarenakan karena perusahaan mendapat potongan harga. Pada bulan September 2017, anggaran mencapai Rp. 187.342.513, nilai dari terealisasi Rp. 243.216.166 karena akan terjadi kenaikan di produk Handbody Vaseline oleh karena itu pembelian di perbanyak. Pada bulan Oktober 2017, Anggaran mencapai Rp. 226.750.654, nilai dari terealisasi Rp. 228.928.686, karena terjadi kenaikan harga. Pada bulan November 2017, Anggaran mencapai Rp. 290.749.298, nilai dari terealisasi Rp. 266.276.202 karena terjadi kenaikan harga. Pada bulan Desember 2017, anggaran mencapai Rp. 167.285.265, nilai dari terealisasi Rp. 214.100.713, jumlah ini lebih kecil dari jumlah bulan sebelumnya , dikarenakan permintaan konsumen menurun dan stok barang di gudang masih banyak.

c. Laporan Pertanggungjawaban setiap Pertanggungjawaban

Tabel 3
Laporan Pertanggungjawaban setiap Pertanggungjawaban

Biaya Terkendali	Anggaran	Realisasi	Selisih	%
kepegawaian				
Gaji Pegawai	180.000.000	185.000.000	(5.000.000)	-3%
Tunjangan Posisi	150.000000	165.000.000	(15.000.000)	-10%
Beban Pajak	19.543.433	20.147.547	(613.114)	-3%
Fasilitas mess	4.702.288	5.502.519	(800.231)	-17%
Tunjangan hari raya	120.000.000	125.000.000	(5.000.000)	-4%
Pakaian Karyawan	1.591.000	1.568.512	22.488	1%
Uang Makan	93.000.000	93.225.000	(225.000)	-2%
Biaya Kesehatan	20.998.790	19.240.376	1.758.414	8%
Jumlah	589.835.511	614.683.954	(28.149.247)	-6%
Biaya Tidak Terkendali				
BBM	287.773.573	288.580.357	29.193,216	10%
Perawatan Armada	14.335.000	15.591.000	(1.256.000)	-9%
Administrasi Kantor	22.098.432	23.676.528	(1.578.096)	-7%
Listrik , Air, Telp	30.864.000	30.964.000	(100.000)	-1%

Pembahasan

a. Pembahasan Hasil Penjualan Realisasi Anggaran

Berdasarkan laporan penjualan Tahun 2017 pada UD. Basmalah Jarit candipuro Lumajang, menunjukkan bahwa omset penjualan pada tahun tersebut mengalami naik turun dalam setiap bulannya. Namun, dalam hal ini nilai target omset penjualan masih mampu menunjukkan nilai pendapatan yang cukup signifikan. Dimana pada UD. Basmalah setiap bulannya juga memiliki target penjualan yang harus terealisasi setiap bulannya. Hal ini, pada bulan Januari hingga Mei, September dan November, menunjukkan nilai omset yang melebihi realisasi setiap bulannya, sedangkan pada bulan Juni ,Juli, Agustus, Oktober dan Desember, terdapat penurunan dari target realisasi penjualan.

Menurut teori yang ada seluruh kegiatan pelaksanaan anggaran yang juga meliputi kegiatan analisis serta evaluasi pelaksanaan omset. Tujuan dari realisasi anggaran omset setiap bulannya untuk memberikan keuntungan serta peningkatan penjualan di periode-periode berikutnya agar lebih baik (Munandar:2012).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Damayanti 2004), Dimana dalam penyusunan anggaran realisasi atas biaya yang dikelola untuk bahan evaluasi dalam laporan realiasi anggaran serta target dari realisasi penjualan. Maka, dalam hal ini penelitian dapat sejalan dengan penelitian terdahulu.

b. Pembahasan Hasil Anggaran dan Realisasi Biaya Pembelian

Pada realisasi biaya pembelian Tahun 2017, pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang, menunjukkan bahwa dari hasil laporan anggaran realisasi biaya pembelian terdapat beberapa realisasi biaya pembelian yang melebihi dari anggaran dan kurang dari nilai anggaran. Dimana hal tersebut terjadi pada bulan Januari, Maret, Juni, dan November yaitu kurang dari realisasi anggaran. Pada bulan Februari, April, Mei, Juli, Agustus, September, Oktober dan Desember melebihi dari realisasi anggaran. Hal ini, dapat menyebabkan dari pengendalian biaya harus ada pemisahan terkait biaya-biaya yang menyangkut kas keluar. Karena, apabila pengendalian tersebut tidak terkontrol akan mengakibatkan hutang.

Menurut Adi Saputra, jenis biaya itu di golongkan sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan perusahaan, dalam hal ini biaya pada suatu perusahaan ada dua namun penelitian ini lebih focus pada biaya pembelian barang, dimana biaya barang meliputi semua biaya dalam rangka pembelian produk siap jual. Untuk mencapai sasaran perusahaan, proses pengendalian harus melalui beberapa prosedur sebagai berikut (hafidz 2007), menetapkan tolak ukur standar anggaran sebagai dasar melakukan pengukuran. Melaksanakan pencatatan hasil yang sebenarnya, melaksanakan perbandingan terhadap pelaksanaan hasil yang sebenarnya sesuai dengan standart.

Berdasarkan penelitian dari Adharawati 2010, dimana pada PT. PELNI belum memadai untuk digunakan sebagai alat bantu manajemen dalam pengendalian biaya. Dari hasil ini pada penelitian ini juga belum ada terkait pengendalian biaya pembelian

c. Pembahasan Hasil Laporan Pertanggung jawaban Anggaran dan Realisasi Biaya

Berdasarkan laporan pertanggung jawaban dimana terdapat pemisahan antara biaya terkendali dan biaya tidak terkendali. Namun, pada biaya terkendali masih terdapat beberapa anggaran yang melebihi sehingga pada realisasinya menjadi minus dan pada biaya tidak terkendali juga terdapat beberapa anggaran yang melebihi dari realisasinya. Maka, hal ini mengakibatkan terjadinya pembekakan pada biaya-biaya tersebut sehingga meskipun pada laporan pertanggung jawaban sudah ada pemisahan biaya terkendali dan biaya tidak terkendali masih tidak berpengaruh terhadap realisasi anggaran biaya maka penerapan akuntansi pertanggung jawaban pengendalian biaya pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang belum berjalan sesuai dengan standart akuntansi.

Menurut Mulyadi 2001, laporan pertanggungjawaban merupakan alat untuk melihat informasi pendapatan atau biaya-biaya ke amanjer yang memiliki posisi terbaik untuk menjelaskan penyebab terjadinya penyimpangan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rahmasari 2012, menyatakan Rumah Sakit Haryato Lumajang, telah menyusun organisasi dengan cukup baik. Hal ini dapat di lihat dari adanya penggambaran secara jelas pembagian wewenang dan tanggungjawab untuk setiap tingkatan dengan antar bagian. Hal ini, dimaksudkan sebagai dasar perencanaan dan pengendalian keuangan perusahaan. Oleh sebab itu, pada penelitian ini belum sejalan dengan penelitian terdahulu karena masih banyaknya realisasi anggaran yang minus. Sehingga, kurangnya berkoordinasi antarbagian

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang mengenai analisis penerapan akuntansi pertanggungjawaban melalui anggaran sebagai alat pengendalian biaya, menggunakan analisis deskriptif dan dapat di tarik kesimpulan bahwa UD. Basmalah Jarit Candipuro, Berdasarkan laporan penjualan Tahun 2017 pada UD. Basmalah Jarit candipuro Lumajang, menunjukkan bahwa omset penjualan pada tahun tersebut mengalami naik turun dalam setiap bulannya. Namun, dalam hal ini nilai target omset penjualan masih mampu menunjukkan nilai pendapatan yang cukup signifikan. Sedangkan, Pada realisasi biaya pembelian Tahun 2017, pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang, menunjukkan bahwa dari hasil laporan anggaran realisasi biaya pembelian terdapat beberapa realisasi biaya pembelian yang melebihi dari anggaran dan kurang dari nilai anggaran. Dimana hal tersebut terjadi pada bulan Januari, Maret, Juni, dan November yaitu kurang dari realisasi anggaran. Pada bulan Februari, April, Mei, Juli, Agustus,

September, Oktober dan Desember melebihi dari realisasi anggaran. Hal ini, dapat menyebabkan dari pengendalian biaya harus ada pemisahan terkait biaya-biaya yang menyangkut kas keluar. Karena, apabila pengendalian tersebut tidak terkontrol akan mengakibatkan hutang. Berdasarkan laporan pertanggung jawaban dimana terdapat pemisahan antara biaya terkendali dan biaya tidak terkendali. Namun, pada biaya terkendali masih terdapat beberapa anggaran yang melebihi sehingga pada realisasinya menjadi minus dan pada biaya tidak terkendali juga terdapat beberapa anggaran yang melebihi dari realisasinya. Maka, hal ini mengakibatkan terjadinya pembekakan pada biaya-biaya tersebut sehingga meskipun pada laporan pertanggung jawaban sudah ada pemisahan biaya terkendali dan biaya tidak terkendali masih tidak berpengaruh terhadap realisasi anggaran biaya maka penerapan akuntansi pertanggung jawaban pengendalian biaya pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang belum berjalan sesuai dengan standart akuntansi.

UD. Basmalah Jarit Candipuro mempunyai prinsip kehati-hatian yang telah diterapkan oleh manajer pada perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban adalah konsep dari akuntansi manajemen dari system ini akuntansi disesuaikan dengan pusat-pusat pertanggungjawaban yang ada dalam organisasi adalah pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba, pusat investasi. System pelaporan yang diterapkan pada UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang telah dilaksanakan sesuai dengan system akuntansi pertanggungjawaban dengan menetapkan antara realisasi dengan anggaran dan mengevaluasi sebab-sebab.

Saran

Saran yang diajukan peneliti untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya yaitu :

1. UD. Basmalah Jarit Candipuro Lumajang melibatkan karyawan dalam setiap pengambilan kebijakan perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variable yang digunakan yaitu variable anggarannya

Apabila ada proyek baru yang muncul dan tidak di anggarkan sebelumnya, sebaiknya diadakan rapat untuk melakukan revisi terhadap anggaran. Hal ini, perlu dilakukan karena sangat mempengaruhi kinerja yang bersangkutan dan mempunyai dampak negative terhadap perusahaan dan Perusahaan hendaknya mengadakan pengklasifikasian biaya yaitu antara biaya yang dapat dikendalikan, agar mempermudah dalam menentukan siapa yang bertanggungjawab terhadap biaya yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggun, A. putri. (2013). evaluasi penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat pengendalian biaya produksi. *Emba*, 1(4), 1667–1676.
- anthony, R. N. dan V. G. (2005). *sistim pengendalian manajemen*. jakarta: salemba empat.
- Carter, W. K. (2009). *akuntansi biaya : pelaporan tanggungjawab* (14th ed.). jakarta: SALEMBA EMPAT.
- Carter, W. K. (2011). *laporan pertanggungjawaban*. jakarta: SALEMBA EMPAT.
- Hansen, D. R. dan M. M. M. (2005). *akuntansi manajerial*. jakarta: SALEMBA EMPAT.
- Hansen, D. R. dan M. M. M. (2008). *akuntansi manajemen* (7th ed.). jakarta: salemba empat.
- Hongren, C. T. (2006). *akuntansi biaya. penekanan manajerial* (12th ed.). jakarta: salemba empat.
- Mandak, A. (2011). penerapan akuntansi pertanggungjawaban dengan anggaran sebagai pengendalian biaya dinas perhubungan manado. *Emba*, 1(3), 465–473.
- Mulayadi. . Sc. (2009). *Akuntansi biaya* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Rifky, T. (2013). penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat penilaian kinerja pusat biaya. *Emba*, 1(3), 314–325.
- Rumengan. (2013). penerapan akuntansi pertanggungjawaban dengan anggaran sebagai alat pengendalian biaya di hotel quality manado. *Emba*, 1(3), 1175–1184.
- Sicilia, prang olivia. (2013). penerapan akuntansi pertanggungjawaban dengan anggaran sebagai alat

pengendalian untuk penilaian kinerja pada PT. pelayaran nasional indonesia cabang cibitung.
Emba, 1(4), 1016–1024.

supriyono. (2011). *Akuntansi biaya*. salemba empat.

Tirayoh, S. M. P. dan V. z. (2015). PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN DENGAN ANGGARAN SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN BIAYA PADA PT GOTRANS LOGISTIC CABANG MANADO Stefany M P Mengko dan Victorina Z Tirayoh, 15(3), 222–234..

**Pengaruh *Dividend Per Share (DPS)* Dan *Earning PerShare(EPS)*
Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur
Yang Terdaftar di BEI Periode 2013 – 2015)**

Niken Wahyuningtata Kusrianto¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: kusriantoniken@gmail.com

M. Wimbo Wiyono²
STIE Widya Gama Lumajang

Muchamad Taufiq³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Informasi tentang *Dividend Per Share* dan *Earning Per Share* ini menjadi kebutuhan yang mendasar dalam mengambil keputusan pembelian saham. Informasi yang didapatkan dapat meminimalisir resiko yang mungkin terjadi. Untuk itu diperlukan beberapa yang dapat memberikan dampak terhadap harga saham. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Dividend Per Share (DPS)* dan *Earning Per Share (EPS)* terhadap harga saham. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan berupa uji statistic F yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen dan uji statistik t yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Dividend Per Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham dan *Earning Per Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa *Dividend Per Share* dan *Earning Per Share* secara bersama–sama berpengaruh secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015.

Kata Kunci : *Dividend Per Share, Earning Per Share* dan harga saham.

Abstract

Information about Dividend Per Share and Earning Per Share is a fundamental requirement in the stock purchase decisions. The information obtained can minimize the risks that may occur. For that it needs some that can have an impact on stock prices. This study aims to examine the effect of Dividend Per Share (DPS) and Earning Per Share (EPS) on stock price. This research uses sample of manufacturing company and listed in Indonesian Stock Exchange period 2013-2015. Data analysis tool used in this research is multiple regression. The method used is quantitative methods. The analytical technique used in the form of statistical test F which shows whether all independent variables included in the model have a mutual influence on the dependent variable and statistical test t which shows how far the influence of one independent variable individually in explaining the variation of the dependent variable with a significant level of 5%. The results of this study indicate that Dividend Per Share (DPS) has a positive and significant effect on stock price and Earning Per Share (EPS) has a positive and significant effect on stock price. From the analysis results can be concluded that Dividend Per Share (DPS) and Earning Per Share (EPS) simultaneous effect on stock price on Manufacturing Company Listed on BEI Period 2013 – 2015.

Keywords: *Dividend Per Share (DPS), Earning Per Share (EPS), and Stock Price*

PENDAHULUAN

Kebijakan yang sudah disepakati oleh perusahaan untuk menetapkan jumlah pendapatan yang akan diberikan sebagai *dividend* yang dibayar disebut sebagai kebijakan *dividend*. Berarti bila jumlah laba hanya sedikit yang dapat ditahan akan menghambat laju perkembangan laba dan harga saham. Sebaliknya, jika sebuah perusahaan ingin jumlah sebagian besar labanya tetap di tahan perusahaan yang artinya bagian dari laba untuk pembayaran *dividend* semakin kecil. Sehingga, *dividend* yang akan didapatkan oleh pemegang saham dapat tidak setimbang dengan risiko yang akan mereka peroleh. Kebijakan *dividend* sangat penting karena mempengaruhi para penanam saham untuk membeli saham di perusahaan tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan dapat menentukan kebijakan *dividen* yang berbeda-beda.

Earning Per Share (EPS) adalah laba dari perusahaan yang ditunjukkan ke setiap jumlah saham yang sudah dibeli oleh para investor perusahaan. *Earning Per Share* merupakan sebuah ukuran yang sangat sering dipergunakan untuk menilai profitabilitas atau kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu keuntungan atau laba per sahamnya. Laba yang digunakan merupakan laba bagi pemilik atau EAT, laba per lembar saham dapat memperlihatkan tingkat seberapa sejahteranya perusahaan tersebut dan apakah perusahaan tersebut terdapat masalah atau tidak, apabila laba per saham nilainya tinggi maka menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat kesejahteraan yang baik kepada para pemegang saham atau para investor, bila jika laba per lembar saham nilainya rendah dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah gagal dalam memberikan kesejahteraan sebagaimana yang diharapkan oleh para pemegang saham. Pemahaman akan harga saham dan berbagai hal yang bisa membrikan dampak pada harga saham inilah yang dibutuhkan oleh para calon investor sebelum menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Informasi tentang *Dividend per Share* dan *Earning per Share* ini menjadi kebutuhan yang mendasar dalam mengambil keputusan karena yang informasi bisa didapatkan dapat meminimalisir risiko yang mungkin terjadi, sehingga keputusan yang diambil sesuai dengan tujuan. Untuk itu diperlukan pengetahuan dan kajian lebih lanjut mengenai hal-hal yang dapat memberikan dampak terhadap harga saham.

Penelitian ini dilakukan untuk melaksanakan pengujian lebih mendalam dengan variabel independen yang dipakai sebagai dasar untuk meneliti mengenai pengaruhnya terhadap variabel dependen. Untuk hubungannya dengan penelitian ini maka dapat dianalisis hal yang mempengaruhi harga saham, pada penelitian ini yaitu *Dividend per Share* (DPS) dan *Earning Per Share* (EPS). Sedangkan untuk sampel yang di pilih pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, yaitu dengan judul: "Pengaruh *Dividend per Share* (DPS) dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015".

Berdasarkan uraian di atas maka, perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Dividend per Share* (DPS) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015?
2. Apakah *Earning Per Share* (EPS) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015?

Maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji apakah *Dividend per Share* (DPS) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015.
2. Menguji apakah *Earning Per Share* (EPS) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015.

Sedangkan kegunaan atau manfaat yang dapat diambil yaitu:

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah ilmu yang berkaitan dengan pengaruh kebijakan *dividend* terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi calon investor sebelum melakukan investasi.
3. Diharapkan hasil yang sudah dilakukan dari penelitian ini bisa menambah referensi ilmu ekonomi dan acuan bagi pihak-pihak lain yang tertarik untuk melaksanakan penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang sama dipenelitian selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan menambah literatur untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

KAJIAN PUSTAKA

Investasi

Definisi infestasi adalah sebagai bentuk pengelolaan dan untuk memberikan *provit* dengan caramelatakan dana tersebut pada alokasi yang diperkirakan yang akan memberikan tambahan keuntungan atau *coumpounding*. (Irham Fahmi dan Yovi Lavianti Hadi, 2009:6).

Investasi adalah suatu aktivitas, berupa penanaman modal untuk masa sekarang dengan jumlah tertentu tergantung berapa jumlah yang akan diinvestasikan dan selama periode waktu tertentu pada suatu asset yang efisien oleh investor, dengan tujuan untuk mendapatkan provit atau laba untuk masa yang akan datang pada tingkat tertentu sesuai dengan yang diharapkan, tentunya dengan harapan hal yang lebih baik lagi dari pada menggunakannya di masa sekarang.

Pasar Modal

Pasar modal disebut juga sebagai tempat dimana berbagai pihak khususnya emiten yang akan menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*) dimana nantinya tujuan dari hasil penjualan kedua hal tersebut yang nantinya dapat dipergunakan sebagai penambahan dana emiten tersebut atau untuk memperkuat modal perusahaan (Irham Fahmi, 2013:1).

Pasar uang dan pasar modal merupakan dua hal yang berbeda. Dimana pasar uang hanya berkaitan dengan instrument keuangan berjangka pendek (jatuh tempo yang kurang dari satu tahun). Instrument pasar uang biasanya hanya terdiri dari berbagai jenis surat berharga jangka pendek seperti sertifikat deposito, commercial papper, Sertifikat Bank Indonesia (SBI), dan Surat Berharga Pasar Uang (SPBU). Pasar modal lebih sebagai penyedia sistem dan mekanisme jual-beli efek.

Saham

Saham adalah surat yang memiliki nilai/berharga yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Saham menyatakan bahwa pemilik dari saham tersebut atau investor adalah juga mempunyai kepemilikan sebagian dari perusahaan tersebut tergantung berapa persen jumlah saham yang dimilikinya. (Sunariyah, 2004:126).

Saham merupakan surat yang berharga dan diperjual-belikan di pasar modal atau bursa efek. Saham juga merupakan bukti kepemilikan perusahaan. Kepemilikan bisa dipilah menjadi berapa persen tergantung dari berapa jumlah saham yang sudah dibeli/dimilki oleh investor. Dimana nantinya kepemilikan itu akan ada dalam daftar saham perusahaan.

Harga Saham

Harga saham merupakan harga dari nilai sekarang (*present value*) yang berasal dari penghasilanyang akan diterima oleh para pemberi modal untuk masa yang akan datang. (Suad Husnan dan Eny Pudjiastuti, 2004:151).

Harga saham adalah harga selembarnya yang diberlakukan dalam pasar saat ini di bursa efek. (Sunariyah, 2004: 128).

Harga saham terbentuk atas berbagai macam faktor. Salah satunya yaitu permintaan/penawaran di pasar atas saham tersebut. Selain itu, ada faktor lain yang seperti pengaruh fundamental berupa laporan keuangan maupun pengaruh teknikal atau histori perusahaan bahkan pengaruh politik sekalipun yang dapat mempengaruhi harga saham yang terdapat pada pasar modal.

Dividend Per Share (DPS)

Dividend Per Share (DPS) merupakan dividen/laba bersih perusahaan setelah pajak keseluruhan yang dibagikan pada tahun buku sebelumnya, yang berupa dividen interim maupun dividen final. (Nor Hadi, 2015:133)

Untuk besarnya nilai *dividend* per lembar saham dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$DPS = \frac{\text{Total Dividen Yang Dibagikan}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

Dimana salah satu alasan para investor berniat untuk membeli sebuah saham adalah untuk mendapatkan *dividend*. Para investor berharap bahwa dividen yang akan diterimanya bisa dalam jumlah besar dan akan mengalami peningkatan setiap periodenya. (Gibson, 2003:116)

Earning Per Share (EPS)

Menurut Van Horne dan Wachowicz dalam buku Irham Fahmi (2013:52), *Earning Per Share* (EPS) adalah "*Earning After Taxes (EAT) Dividend by the number of common share outstanding*".

Laba per lembar saham (EPS) dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

Dengan meningkatnya nilai dari *Earning Per Share* dapat menjadi ukuran bahwa perusahaan berhasil meningkatkan taraf kemakmuran investor dan mendorong para investor tersebut untuk lebih menambah jumlah modal yang akan diinvestasikan pada perusahaan. Makin tinggi nilai *Earning Per Share* akan menjadi kabar yang menggembirakan untuk pemegang saham/penanam modal karena berarti akan semakin besar jumlah laba yang bisa disediakan untuk pemegang saham dan berakibat meningkatnya jumlah permintaan saham, sehingga harga saham bisa naik.

Pengaruh *Dividend Per Share* (DPS) Terhadap Harga Saham

Salah satu alasan para investor membeli saham sebuah perusahaan adalah salah satunya untuk mendapatkan *dividend*. Investor berharap *dividend* yang bisa diterimanya dalam jumlah yang besar dan terus mengalami peningkatan setiap periodenya. (Gibson, 2003:116)

Menurut Sutrisno (2003:305), jika saham yang dibeli dalam jumlah banyak, maka secara otomatis harga saham pada perusahaan tersebut akan bisa naik di pasar modal

Dividend per Share dengan nilai yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik kedepannya dan akan menarik minat investor, dimana para investor yang lebih memanfaatkan *dividend* untuk keperluan konsumsi. Apabila *Dividend per Share* yang diterima naik tentu saja hal ini akan membuat investor lebih tertarik untuk menambah pembelian saham perusahaan tersebut.

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi harga saham salah satunya adalah *Earning Per Share* (EPS). Seorang investor yang akan melakukan penanaman modal pada perusahaan akan menerima laba atas saham yang dimilikinya. Semakin tinggi laba per lembar saham yang diberikan perusahaan kepada investor maka akan memberikan *feedback* yang cukup baik pula. Apabila EPS yang dihasilkan sesuai dengan harapan investor, investor akan berkeinginan untuk menanamkan modalnya lebih tinggi lagi, hal ini juga akan meningkatkan nilai dari harga saham seiring dengan tingginya permintaan saham perusahaan tersebut. (Weston dan Brigham, 2001:26)

Pengaruh *Dividend Per Share* (DPS) dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham

Dividend per Share (DPS) adalah pembagian *dividend* setelah dibagi dengan jumlah saham biasa yang telah beredar. *Dividend per Share* merupakan tanda bahwamenejemen telahmeningkatkan pendapatanperusahaankarena dengan membagikan *dividend* merupakan kabar baik bagi para investor untuk mengambil keputusan sebelum melakukan investasinya. Hal ini menunjukkan bahwa *Dividend per Share* akan menyebabkan kenaikan harga saham perusahaan tersebut.

Makin tinggi nilai *Earning Per Share* akan mmenjadi kabar yangmenggembirakan para pemegang saham karena akan semakin besar pula laba yang disediakan untuk pemegang saham dan akan menyebabkan meningkatnya laba maka nilai dari harga saham juga naik. Perusahaan besar mampu bertahan karena kondisi keuangan yang stabil investor tentu tertarik dengan perusahaan yang stabil karena adanya kepastian keuntungan. Dari keuntungan yang didapatkan tersebut diharapkan dapat memperoleh *dividend* yang terjamin untuk setiap tahunnya dan dapat secara otomatis meningkatkan harga saham perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada *filosofatpositivisme*, metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, dimana cara pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat kuantitatif/statistik, dan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2015:23)

Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pengaruh *Dividend per Share* (DPS) dan *Earning Per Share*(EPS) Terhadap Harga Saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia untuk tahun periode 2013-2015.

Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data eksternal.Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data sekunder.Data didapatkan dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut data yang diambil dari <https://www.sahamok.com/> pada periode 2013 - 2015 ada 138 perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia.

Kriteriasampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.
- 2) Perusahaan manufaktur yang mengumumkan dividend dalam periode pengamatan 2013-2015.
- 3) Perusahaan yang menyediakan/melaporkan laporan keuangan dengan lengkap untuk periode 2013-2015.

Seleksi sampel dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Seleksi sampel

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015	138
Perusahaan yang tidak mengumumkan dividen secara berturut-turut periode 2013-2015	(42)
Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan lengkap secara berturut-turut periode 2013-2015	(80)
Perusahaan yang dijadikan sampel	16

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Untuk data yang dikumpulkan adalah harga saham (*closing price*) perusahaan manufaktur untuk periode tahun 2013-2015 serta data *Dividend per Share* dan *Earning Per Share*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas Residual

Penyebaran data terletak pada sekitar garis diagonal dan dapat mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini telah dapat terdistribusi secara normal dan model regresi juga telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 2
Uji Autokorelasi

No.	Durbin-Watson
1	1.707

Nilai DW sebesar 1,707 dengan demikian nilai DW berada diantara -2 sampai dengan +2 atau (-2 < DW > +2) maka dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi. Selanjutnya hasil regresi layak dianalisis dikarenakan sudah memenuhi asumsi klasik dan tidak terdapat masalah autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Nilai VIF DPS dan EPS dalam penelitian ini, dibawah nilai 10 yaitu 1,500. Untuk nilai *tolerance* >0,10, DPS dan EPS memiliki nilai *tolerance* 0,667. Yaitu 0,667 lebih dari 0,10 dan kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan pula bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresinya.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik, terlihat bahwa titik-titik telah menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Tabel 3
Uji Hipotesis

Variabel	B
1 (Constant)	4.571
Ln_DPS	.577
Ln_EPS	.252

$$\text{Harga Saham} = 4,571 + 0,577 X_1 + 0,252 X_2$$

Keterangan :

X_1 : *Dividend per Share*

X_2 : *Earning Per Share*

Dapat diketahui bahwa kedua variabel yaitu *Dividend per Share* dan *Earning Per Share* memiliki koefisien regresi dengan arah positif. Dengan demikian menunjukkan bahwa *Dividend per Share* dan *Earning Per Share* yang tinggi akan menghasilkan harga saham yang tinggi.

Uji Parsial (Uji T)

a. Pengujian Hipotesis 1 *Dividend per Share* (DPS) berpengaruh terhadap Harga Saham

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi DPS adalah 0,577. Hasil nilai t test (t hitung) sebesar 8,251 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (dibawah 0,05) dengan nilai t-tabel sebesar 2,014, nilai t-tabel diperoleh dari tabel statistik untuk signifikan $0,05/2 = 0,025$ dengan $df = n - k - 1$ ($48 - 2 - 1 = 45$). Jika nilai t-hitung sebesar 8,251 maka lebih besar dari t-tabel yang senilai 2,014. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka hipotesis diterima. Dengan demikian secara parsial *Dividend per Share* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

b. Pengujian Hipotesis 1 *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap Harga Saham

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi EPS adalah 0,252. Hasil nilai t test (t hitung) sebesar 2,481 dengan tingkat signifikan sebesar 0,017 (dibawah 0,05) dengan nilai t-tabel sebesar 2,014, nilai t-tabel diperoleh dari tabel statistik untuk signifikan $0,05/2 = 0,025$ dengan $df = n - k - 1$ ($48 - 2 - 1 = 45$). Jika nilai t-hitung sebesar 2,481 maka lebih besar dari t-tabel yang senilai 2,014. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka hipotesis diterima. Dengan demikian secara parsial *Earning Per Share* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil F_{hitung} sebesar 73,383 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Untuk F_{tabel} diketahui dengan tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 5\%$, $df_1 = (\text{jumlah variabel} - 1)$ ($3 - 1$) = 2, dan $df_2 = (N - K)$ ($48 - 3$) = 45 sehingga diperoleh angka 3,20. F_{hitung} (73,383) > F_{tabel} (3,20) maka hipotesis diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa *Dividend per Share* dan *Earning Per Share* secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham.

Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya nilai R^2 sebesar 0,765. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh yang besar dari variabel independen yaitu *Dividend per Share* dan *Earning Per Share* terhadap variabel dependen yaitu Harga Saham dan dapat dijelaskan oleh persamaan ini sebesar 76,5% (tujuh puluh enam koma lima persen), sedangkan untuk sisanya sebesar 23,5% (dua puluh tiga koma lima persen) dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka variabel bebas semakin kuat pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. *Dividend per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham

Investor membeli saham sebuah perusahaan dengan alasan salah satunya adalah untuk mendapatkan *dividend*. Investor berharap *dividend* yang bisa diterimanya dalam jumlah yang besar dan terus mengalami peningkatan setiap periodenya. Sehingga apabila *Dividend per Share* yang diterima naik tentu saja hal ini akan membuat investor lebih tertarik untuk menambah pembelian saham perusahaan tersebut. (Gibson, 2003:116)

Dari hasil pengujian, diketahui bahwa *Dividend Per Share* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini sama persis dengan apa yang telah disampaikan oleh Gibson. *Dividen per lembar saham* (DPS) adalah besarnya pembagian *dividen* yang akan dibagikan kepada pemegang saham setelah dibandingkan dengan rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar. Perusahaan yang *Dividend Per Share* nya tinggi dibandingkan dengan perusahaan sejenis akan lebih diminati oleh investor karena investor akan memperoleh kepastian berupa *dividen*. Maka dari itu dari hasil penelitian ini telah mendukung dari beberapa teori yang ada.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Rosita Dewi (2015) dengan judul "Pengaruh *Dividend Per Share* Dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013", menyatakan bahwa: Secara parsial *Dividend per Share* berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

2. *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham

Menurut teori dari Weston dan Brigham (2001:26), dimana salah satu hal yang mempengaruhi harga saham adalah *Earning Per Share* (EPS). Seorang investor yang akan melakukan penanaman

modal pada perusahaan akan menerima laba atas saham yang dimilikinya. Semakin tinggi laba per lembar saham yang diberikan perusahaan kepada investor maka akan memberikan *feedback* yang cukup baik pula. Apabila EPS yang dihasilkan sesuai dengan harapan investor, investor akan berkeinginan untuk menanamkan modalnya lebih tinggi lagi, hal ini juga akan meningkatkan nilai dari harga saham seiring dengan tingginya permintaan saham perusahaan tersebut.

Dengan peningkatan *Earning Per Share* menandakan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan taraf kemakmuran investor dan mendorong investor untuk menambah jumlah modal yang ditanam pada perusahaan. Makin tinggi nilai *Earning Per Share* akan memberi kabar yang sangat menggembirakan untuk pemegang saham karena semakin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham dan berakibatkan meningkatnya laba maka harga saham akan mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Taranika Intan (2009) dengan judul "Pengaruh *Dividend per Share* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham pada perusahaan *Go Public* di BEI", menyatakan bahwa: *Earning Per Share* (EPS) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil pengolahan data uji yang signifikan secara parsial (Uji-t) diperoleh bahwa variabel *Dividend Per Share* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Harga Saham). Bisa dijelaskan bahwa variabel *Dividend Per Share* memiliki pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015.
- Berdasarkan hasil pengolahan data uji yang signifikan secara parsial (Uji-t) diperoleh bahwa variabel *Earning Per Share* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Harga Saham). Bisa dijelaskan bahwa variabel *Earning Per Share* memiliki pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015.
- Sedangkan berdasarkan hasil hipotesis secara simultan (Uji-F) dimana H_0 tidak diterima yang berarti bahwa variabel-variabel independen (*Dividend Per Share* dan *Earning Per Share*) mempunyai pengaruh secara signifikan dan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan) yang artinya dapat dijelaskan bahwa secara bersama-sama adanya nilai *Dividend Per Share* dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015.

Dari pengujian asumsi klasik yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini bebas dari uji autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada periode pengamatan yaitu selama 3 tahun dengan jumlah sampel yang masih terbatas yaitu 16 perusahaan. Selain itu adanya keterbatasan dalam penentuan jumlah variabel independen yang hanya berjumlah 2 (dua) variabel yaitu *Dividend Per Share* (DPS) dan *Earning Per Share* (EPS). Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah mengenai obyek penelitian yang hanya menggunakan perusahaan manufaktur saja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka diberikan saran sebagai berikut :

- Bagi Pihak Perusahaan:

Atas dasar penelitian ini sebaiknya perusahaan harus meningkatkan nilai EPS agar dapat menarik minat dari para investor untuk membeli saham pada perusahaan, kenaikan nilai EPS dapat terjadi jika laba yang didapatkan perusahaan meningkat. Selain itu juga ada pembagian dividen, jika perusahaan dapat membagi dividen secara berturut-turut, maka dengan mudah akan menarik minat para penanam modal untuk menanamkan modalnya. Dengan banyaknya para investor yang membeli saham pada suatu perusahaan, secara otomatis pula akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut.

Sebelum para calon investor melakukan investasi pada perusahaan hendaknya mempelajari dan menganalisa kinerja perusahaan terlebih dahulu selama beberapa tahun belakang untuk melihat kemampuan operasional perusahaan.

- Bagi Peneliti Selanjutnya:

Saran untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema sejenis sebaiknya memperpanjang periode pengamatan sehingga pengaruh dapat dilihat dari jangka

waktu yang lebih panjang dan untuk mempertinggi daya uji empiris dan juga menggunakan objek penelitian yang lebih luas, tidak hanya pada perusahaan manufaktur tetapi juga bisa ditambah dengan perusahaan lainnya. Karena semakin lama interval waktu pengamatan maka semakin besar kesempatan untuk memperoleh informasi variabel yang lebih akurat lagi. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan dan mempertajam hasil penelitian ini, dapat juga menambah variabel penelitian

DAFTAR PUSTAKA (Arial, 10, Bold)

- Alwi, Iskandar Z. 2008. *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pancur Sirwah
- Christian V. Datu, Djaeni Maredesa. 2017. *Pengaruh Dividend Per Share Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Riset Akuntansi. Universitas Sam Ratulangi: Manado.
- Danies Priatinah, Prabandaru Adhe Kusuma. 2012. *Pengaruh Return On Investment (ROI), Earning Per Share (EPS), Dan Dividen Per Share (DPS) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2008-2010*. Jurnal Nominal Vol 1 No.1. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Darmadji, Tjiptono, Hendry M. Fakhruddin, 2006, *Pasar Modal Di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Dwiwulandari, Amalia. 2012. *Pengaruh Dividend Per Share, Solvabilitas, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Sili Wangi. Universitas
- Edy Mahmud, Mochammad. 2015. "Produksi Manufaktur Besar Sedang Sulut Tumbuh 4,45%". Diambil dari: <http://industri.bisnis.com/read/20160201/257/515112/produksi-manufaktur-besar-sedang-sulut-tumbuh-445>. Diakses tanggal 7 Februari 2018.
- Eugene F, Brigham and Joel F. Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi 10 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Irham dan Yovi Lavianti Hadi. 2009. *Teori Portofolio dan Analisa Investasi Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Pengantar Pasar Modal*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Rahasia Saham dan Obligasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gibson, James L. 2003. *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses Edisi ke 5 Cetakan ke 3*. Jakarta: Erlangga
- Gitosudarmo, Indriyo dan Basri. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE
- Hadi, Nor. 2013. *Pasar Modal Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, Nor. 2015. *Pasar Modal Edisi ke 2*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Halim, Abdul. 2003. *Analisis Investasi, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hermuningsih, Sri. 2012. *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Husnan, Suad dan Eny Pudjiastuti. 2004. *Manajemen Keuangan Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Jogiyanto. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 13. SAK 1 Oktober 2014 tentang Investasi. Diakses melalui [Http://www.google.com](http://www.google.com)
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham dengan Analisa Statistik SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Rescyana Putri Hutami. 2012. *Pengaruh Dividend Per Share, Return On Equity Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2010*. Jurnal Nominal Vol. 1 No. 1. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariyah. 2004. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal Edisi Kelima*. Bandung: Alfabeta.

- Suryamin. 2014. "Industri Manufaktur 2014 tumbuh". Diambil dari: <https://ekbis.sindonews.com/read/959040/34/industri-manufaktur-ri-2014-tumbuh-447-1422872880>, diakses tanggal 7 Februari 2018.
- Sutrisno. 2003. *Manajemen Keuangan. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Taufiq, Muchamad. 2017. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang "Perseroan Terbatas". Diakses melalui <Http://www.google.com>
- Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 tentang "Pasar Modal".Diakses melalui <Http://www.google.com>
- Weston, J. Fred & Copeland. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- www.IDX.co.id, diakses tanggal 2 Februari 2018.
- www.Indonesian Business.com, diakses tanggal 2 Februari 2018.
- www.sahamok.com, diakses tanggal 2 Februari 2018.

**Analisis Kinerja Keuangan serta Kemampuan Keuangan Pemerintah Daerah
dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah
(Studi Kasus pada Badan Pengelola Keuangan Daerah Kabupaten Lumajang
Tahun 2012-2016)**

Miftakhul Ulum
STIE Widya Gama Lumajang
miftakhululum381@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze financial performance and analyzes the ability of local government financial of lumajang regency in the implementation of regional autonomy the period 2012-2016 in terms of the ratio financial. Instrument the analysis used for measuring financial management performance and ability regional financial of lumajang regency are the ratio regional financial independence, the ratio effectiveness, the ratio activity, the ratio of growth, and the ratio of degrees autonomy fiscal. Research based on the result can be seen that financial performance lumajang regency are less, seen from the ratio in the category of regional financial independence is considered to be less, the ratio of the effectiveness of financial a region including very effective, the ratio of regional financial activity in the category of less, the ratio growth categorized less. The ability regional financial lumajang regency are low, seen from the ratio of degrees autonomy fiscal who are less.

Keyword: Financial Performance, Financial Capability.

PENDAHULUAN

Pemerintah daerah sebagai pihak yang diberi wewenang untuk menjalankan pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan masyarakat wajib menyampaikan laporan pertanggungjawaban keuangan daerahnya untuk dinilai apakah pemerintah daerah mampu menjalankan tugasnya dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan keuangan daerah yang baik dalam rangka mengelola dana APBD secara transparan, efisien, efektif dan akuntabel. Berkaitan dengan hal itu, analisis terhadap kinerja keuangan daerah Kabupaten Lumajang merupakan informasi yang penting terutama untuk membuat kebijakan dalam pengelolaan keuangan daerah dan menilai apakah pemerintah kabupaten berhasil mengelola keuangannya dengan baik, serta memberikan dampak yang positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Analisis kinerja keuangan pada APBD dilakukan dengan cara membandingkan hasil yang dicapai dari satu periode dengan periode sebelumnya, sehingga dapat diketahui bagaimana kecenderungan yang terjadi.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah dalam ketentuan umumnya menyatakan bahwa keuangan daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan daerah tersebut.

Kebijakan keuangan daerah senantiasa diarahkan pada tercapainya sasaran pembangunan, terciptanya perekonomian daerah yang mandiri sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan berdasarkan demokrasi ekonomi yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dengan peningkatan kemakmuran rakyat yang merata.

Menurut Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 29 Tahun 2002 yang sekarang berubah menjadi Permendagri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengurusan, Pertanggungjawaban dan Pengawasan Keuangan Daerah serta Tata Cara Penyusunan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah, dalam kerangka anggaran pendapatan dan belanja daerah.

KAJIAN TEORI

1. APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah)

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah, APBD didefinisikan sebagai rencana operasional keuangan pemerintah daerah, dimana satu pihak menggambarkan perkiraan pengeluaran guna membiayai kegiatan-kegiatan dan proyek-proyek

daerah dalam satu tahun anggaran tertentu dan dipihak lain menggambarkan perkiraan penerimaan dan sumber-sumber penerimaan daerah guna menutupi pengeluaran-pengeluaran yang dimaksud.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 dan Standar Akuntansi Pemerintahan, struktur APBD merupakan satu kesatuan yang terdiri dari :

- a. Pendapatan daerah adalah semua penerimaan kas yang menjadi hak daerah dan diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam satu tahun anggaran dan tidak perlu dibayar lagi oleh pemerintah.

Pendapatan daerah menurut pasal 20 ayat 1 huruf a terdiri dari :

- 1) Pendapatan Asli Daerah (PAD)
 - 2) Dana Perimbangan
 - 3) Lain-lain pendapatan daerah yang sah
- b. Belanja daerah adalah semua pengeluaran kas daerah atau kewajiban yang diakui sebagai pengurang nilai kekayaan bersih dalam periode satu tahun anggaran yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh pemerintah.
 - c. Pembiayaan adalah setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun pada tahun anggaran berikutnya, yang dalam penganggaran pemerintah terutama dimaksudkan untuk untuk menutup defisit atau memanfaatkan surplus anggaran. Pembiayaan daerah terdiri dari penerimaan pembiayaan dan pengeluaran pembiayaan.

2. Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD)

Laporan keuangan pemerintah daerah adalah suatu bentuk pertanggungjawaban pemerintah daerah kepada *stakeholder* yang didalamnya mencakup berbagai macam pekerjaan yang membutuhkan keuangan termasuk komponen aset yang tercermin dalam neraca daerah dimana setiap tahun dibuatkan laporannya setelah pelaksanaan anggaran (Yusuf , 2010).

Laporan keuangan pemerintah daerah terdiri dari :

- a. Neraca
- b. Laporan realisasi anggaran
- c. Laporan arus kas
- d. Catatan atas laporan keuangan.
- e. Otonomi Daerah

Menurut pasal 1 UU No. 32 Tahun 2004, otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sedangkan yang dimaksud dengan daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem negara kesatuan republik indonesia. Kaho (1998) dalam Safi'i (2007) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan otonomi daerah adalah hak dan wewenang untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Urusan rumah tangga sendiri ialah urusan yang lahir atas adanya prakarsa daerah dan dibiayai dengan pendapatan daerah yang bersangkutan. Sedangkan menurut Safrudin dalam Subrata (2003), istilah otonomi mempunyai makna kebebasan atas kemandirian tetapi bukan kemerdekaan, artinya kebebasan yang terbatas, kebebasan yang harus dipertanggungjawabkan kepada pemerintah yang lebih tinggi (pemerintah pusat). Jadi secara umum otonomi daerah itu mencakup tiga pengertian:

3. Keuangan Daerah

Keuangan daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut, dalam kerangka Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (Pasal 1 ayat 5 PP No. 58 Tahun 2005 dalam Halim, 2007). Keuangan daerah dapat juga diartikan sebagai semua hak dan kewajiban yang dapat dinilai dengan uang, juga dengan segala satuan, baik yang berupa uang maupun barang, yang dapat dijadikan kekayaan daerah sepanjang belum dimiliki/dikuasai oleh negara atau daerah yang lebih tinggi serta pihak-pihak lain sesuai ketentuan/peraturan perundangan yang berlaku (Halim, 2007).

Dari pengertian diatas dapat dilihat bahwa dalam keuangan daerah terdapat dua unsur penting yaitu :

- a. Semua hak dimaksudkan sebagai hak untuk memungut pajak daerah, retribusi daerah dan/atau penerimaan dan sumber-sumber lain sesuai ketentuan yang berlaku merupakan penerimaan daerah sehingga menambah kekayaan daerah.

- b. Kewajiban daerah dapat berupa kewajiban untuk membayar atau sehubungan adanya tagihan kepada daerah dalam rangka pembiayaan rumah tangga daerah serta pelaksanaan tugas umum dan tugas pembangunan oleh daerah yang bersangkutan.
- c. Kinerja keuangan
Kinerja keuangan pemerintah daerah adalah kemampuan suatu daerah untuk menggali dan mengelola sumber-sumber keuangan asli daerah dalam memenuhi kebutuhannya guna mendukung berjalannya sistem pemerintahan, pelayanan kepada masyarakat dan pembangunan daerahnya dengan tidak tergantung sepenuhnya kepada pemerintah pusat dan mempunyai keleluasaan dalam menggunakan dana-dana untuk kepentingan masyarakat daerah dalam batas-batas yang ditentukan peraturan perundang-undangan.

Organisasi sektor publik (Pemerintah) merupakan organisasi yang bertujuan memberikan pelayanan publik kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya, misalnya dalam bidang pendidikan, kesehatan, keamanan, penegakan hukum, transportasi dan sebagainya. Pelayanan publik diberikan kepada masyarakat yang merupakan salah satu *stakeholder* organisasi sektor publik. Oleh karena itu pemerintah daerah wajib menyampaikan laporan pertanggungjawaban kepada DPRD selaku wakil rakyat di pemerintahan. Dengan asumsi tersebut dapat dikatakan bahwa pemerintah daerah membutuhkan sistem pengukuran kinerja yang bertujuan untuk membantu manajer publik untuk menilai pencapaian suatu strategi melalui alat ukur finansial dan non finansial.

Sistem pengukuran kinerja sendiri dapat dijadikan sebagai alat pengendalian organisasi. Pemerintah daerah mempunyai kinerja yang baik apabila pemerintah daerah mampu untuk melaksanakan tugas-tugas dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada standar yang tinggi dengan biaya yang rendah. Kinerja yang baik bagi pemerintah daerah dicapai ketika administrasi dan penyediaan jasa oleh pemerintah daerah dilakukan pada tingkat yang ekonomis, efektif dan efisien.

METODE

Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif dengan mengambil objek di badan pengelola keuangan daerah kabupaten Lumajang. Data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi yaitu melalui pencatatan ataupun softcopy atas data yang diperlukan. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan pemerintah daerah berdasarkan indikator kinerja keuangan yaitu rasio kemandirian daerah, rasio efektifitas, rasio aktivitas, dan rasio pertumbuhan keuangan daerah. Untuk menganalisis kemampuan keuangan pemerintah daerah dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan pemerintah daerah berdasarkan indikator kemampuan keuangan yaitu rasio derajat otonomi fiskal.

Kinerja Keuangan Daerah

1. Rasio kemandirian keuangan daerah menunjukkan tingkat kemampuan suatu daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintah, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan yang diperlukan daerah.

Rumus rasio kemandirian keuangan daerah yaitu:

$$RKKD = \frac{TPPAD}{TBPP} \times 100\%$$

Keterangan:

- RKKD : Rasio Kemandirian Keuangan Daerah
TPPAD : Total Penerimaan Pendapatan Asli Daerah
TBPP: Total Bantuan Pusat dan Pinjaman

2. Rasio efektivitas keuangan daerah (REKD) ditunjukkan dengan realisasi pendapatan asli daerah apakah sudah memenuhi target yang di rencanakan daerah.

Rumus Rasio efektivitas keuangan daerah:

$$REKD = \frac{RPPAD}{TPPAD} \times 100\%$$

Keterangan:

- REKD : Rasio Efektivitas Keuangan Daerah
RPPAD: Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah
TPPAD : Target Penerimaan Pendapatan Asli Daerah

3. Rasio pertumbuhan keuangan daerah dapat dilihat dari pendapatan daerah itu sendiri untuk membiayai pengeluaran pemerintahan beserta pelaksanaan modal dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bagi daerah yang mampu menghasilkan pendapatan daerah baik melalui melalui pendapatan asli daerah maupun dana bagi hasil, Rumus Rasio pertumbuhan keuangan daerah sebagai berikut:

$$a. \quad PPAD = \frac{PAD_t - PAD_{t-1}}{PAD_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

PPAD : Pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah

PAD_t : Pendapatan Asli Daerah Tahun Peristiwa

PAD_{t-1} : Pendapatan Asli Daerah Tahun Sebelum Peristiwa

$$b. \quad PTP = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

PTP : Pertumbuhan Total Pendapatan

P_t : Pendapatan Tahun Peristiwa

P_{t-1} : Pendapatan Tahun Sebelum Peristiwa

$$c. \quad PBO = \frac{BOT_t - BOT_{t-1}}{BOT_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

PBO : Pertumbuhan Belanja Operasi

BOT_t : Belanja Operasi Tahun Peristiwa

BOT_{t-1} : Belanja Operasi Tahun Sebelum Peristiwa

$$d. \quad PBM = \frac{BMT_t - BMT_{t-1}}{BMT_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

PBM : Pertumbuhan Belanja Modal

BMT_t : Belanja Modal Tahun Peristiwa

BMT_{t-1} : Belanja Modal Tahun Sebelum Peristiwa

4. Rasio aktivitas ini menggambarkan bagaimana pemerintah daerah memprioritaskan alokasi dananya pada belanja operasi dan belanja modal secara optimal. Semakin tinggi persentase dana yang dialokasikan untuk belanja operasi berarti persentase belanja investasi (belanja modal) yang digunakan untuk menyediakan sarana prasarana ekonomi masyarakat cenderung semakin kecil. Secara sederhana rasio aktivitas itu dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RBO = \frac{TBO}{TAPBD} \times 100\%$$

$$RBM = \frac{TBM}{TAPBD} \times 100\%$$

Keterangan:

RBO : Rasio Belanja Operasi

TBO : Total Belanja Operasi

TAPBD : Total Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

RBM : Rasio Belanja Modal

TBM : Total Belanja Modal

Belum ada tolak ukur yang pasti berapa besarnya rasio belanja operasi maupun modal terhadap APBD yang ideal, karena sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan kegiatan pembangunan dan besarnya kebutuhan investasi diperlukan untuk mencapai pertumbuhan yang ditargetkan. Namun demikian, sebagai daerah di negara berkembang, peranan Pemerintah Daerah untuk memacu pelaksanaan pembangunan masih relatif besar. Oleh karena itu, rasio belanja modal yang relatif masih kecil perlu ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan pembangunan di daerah.

Kemampuan Keuangan Daerah

Rasio derajat otonomi fiskal perbandingan antara pendapatan asli daerah dengan total pendapatan daerah, untuk melihat seberapa kemampuan keuangan daerah dalam memenuhi kebutuhan dengan potensi daerah yang dimiliki daerah tersebut.

Rumus rasio derajat otonomi fiskal yaitu :

$$DOF = \frac{PAD}{TPD} \times 100\%$$

Keterangan:

DOF: Derajat Otonomi Fiskal

PAD: Pendapatan Asli Daerah

TPD: Total Pendapatan Daerah

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Rasio Kemandirian

Tabel 1
Rasio kemandirian BPKD Kabupaten Lumajang
Tahun 2012-2016

Tahun Anggaran	TPPAD	TBPP	TPPAD / TBPP X100%
2012	101.173.801.934,67	1.029.224.976.304,00	9,83%
2013	66.024.590.234,82	1.186.912.073.256,00	5,56%
2014	121.806.438.080,43	1.351.542.295.589,96	9,01%
2015	212.585.093.435,63	1.488.651.232.768,00	14,28%
2016	242.111.541.251,56	1.567.043.043.637,00	15,45%

Berdasarkan perhitungan dalam tabel 4.4 maka dapat diketahui hasil perhitungan rasio kemandirian keuangan daerah yang menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan yang diperlukan daerah. Tahun anggaran 2012 sampai dengan tahun anggaran 2016, persentase perhitungan rasio kemandirian keuangan daerah masih kurang stabil karena masih mengalami naik turun terhadap hasil perhitungan persentasenya, dan berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa rasio kemandirian tergolong rendah sekali.

Tahun anggaran 2012 persentase sebesar 9,83%, kemudian turun pada tahun anggaran 2013 yaitu 5,56%, naik kembali sebesar 9,01% pada tahun 2014, dan kenaikan pada tahun 2015 yaitu 14,28% dan Mengalami kenaikan tertinggi pada tahun 2016 yaitu 15,45%. Jika dilihat dari Rasio Kemandirian tergolong sangat rendah sekali, nilai yang terendah pada tahun anggaran 2013 yaitu 5,56%.

2. Rasio Efektivitas

Tabel 2
Rasio Efektivitas BPKD Kabupaten Lumajang
Tahun 2012-2016

Tahun Anggaran	TPPAD (Rp)	RPPAD (Rp)	RPAD / TPPAD X100%
2012	85.446.999.000,00	101.173.801.934,62	118,41%
2013	107.282.152.250,00	112.406.824.133,37	104,78%
2014	153.882.022.300,00	194.076.104.164,10	126,12%
2015	172.021.275.400,00	212.585.093.435,63	123,58%
2016	210.612.079.600,00	242.111.541.251,56	114,95%

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa efektivitas keuangan kabupaten Lumajang tergolong sangat efektif, karena nilai yang diperoleh sudah lebih dari 100% yaitu 118,41% tahun 2012, 104,78% tahun 2013, tahun 2014 sebesar 126,12%, dan turun pada tahun 2015 sebesar 123,58% di tahun 2016 mengalami penurunan lebih besar, sebesar 114,95%.

Data tersebut secara rincimenunjukkan bahwa tahun 2012 realisasi penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp.101.173.801.934,62 dan target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah Rp.85.446.999.000,00 sehingga rasio efektivitasrealisasi penerimaan pendapatan asli daerah terhadap target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah sebesar 118,41%. Tahun 2013 realisasi penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp.112.406.824.133,37dan target penerimaan berdasarkanpotensi riil daerah Rp.107.282.152.250,00 sehingga rasio efektivitas realisasi penerimaan pendapatan asli daerah terhadap target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah sebesar 104,78%. Tahun 2014 realisasi penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp.194.076.104.164.10 dan target penerimaan berdasarkanpotensi riil daerah Rp.153.882.022.300,00sehingga rasio efektivitasrealisasi penerimaan pendapatan asli daerah terhadap target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah sebesar 126,12%. Tahun 2015 realisasi penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp.212.585.093.435,63 Tahun 2016 realisasasi penerimaan pendapatan asli daerah sebesar

Rp.242.111.541.251,56 target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah Rp.210.612.079.600 sehingga rasio efektivitas realisasi penerimaan pendapatan asli daerah terhadap target penerimaan berdasarkan potensi riil daerah sebesar 114,95%.

Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah kabupaten Lumajang dalam merealisasikan sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2012 – 2016 sangat efektif, meskipun Kabupaten Lumajang setiap tahunnya mengalami kenaikan serta penurunan. Pada dasarnya dalam analisis rasio efektivitas diketahui bahwa kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila yang dicapai mencapai minimal sebesar 1 (satu) 100 Persen. Semakin tinggi rasio efektivitas, menggambarkan kemampuan daerah semakin baik. Melalui hasil perhitungan diatas dapat digambarkan kemampuan daerah kabupaten Lumajang dalam menjalankan tugasnya stabil karena tergolong sangat efektif..

3. Rasio Pertumbuhan

Tabel 3
Rasio pertumbuhan pendapatan asli daerah
Tahun 2012-2016

Tahun Anggaran	PPAD	$\frac{PAD_t - PAD_{t-1}}{PAD_{t-1}}$
2012	101.173.801.934,62	0,00%
2013	112.406.824.133,37	11,10%
2014	194.076.104.164,10	72,65%
2015	212.585.093.435,63	9,53%
2016	242.111.541.251,56	1,38%

Sumber Data: BPKD Kabupaten Lumajang

Dari perhitungan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa realisasi pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Lumajang tahun anggaran 2012-2015 menunjukkan pertumbuhan positif. Terutama pertumbuhan pendapatan yang pada tahun 2013 sebesar 11,10% dan pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 72,65%. Tetapi pada tahun 2015 kabupaten Lumajang rasio pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami penurunan sebesar 9,53%, dan pada tahun 2016 rasio pertumbuhan PAD Kabupaten Lumajang menurun kembali sebesar 0,14% Pertumbuhan tersebut berfluktuatif dan menunjukkan tren positif. Hal ini disebabkan karena meningkatnya realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang artinya pelayanan pemerintah kabupaten Lumajang kepada masyarakat yang telah membayar pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta lain-lain pendapatan asli daerah yang sah sebagai sumber pendapatan yang diperlukan daerah. Jadi pemerintah kabupaten Lumajang dapat dikatakan sudah baik dalam memperoleh Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 4
Pertumbuhan Total Pendapatan
Tahun 2012-2016

Tahun Anggaran	PTP	$\frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$
2012	1.145.170.690.298,62	0,00%
2013	1.292.318.897.389,37	12,84%
2014	1.545.618.399.754,06	19,60%
2015	1.707.539.550.203,63	10,47%
2016	1.842.511.574.633,02	07,90%

Berdasarkan tabel 4.7 total pertumbuhan total pendapatan diatas dapat diketahui bahwa kabupaten Lumajang pada tahun anggaran 2013-2016 menunjukkan tren positif. Pada tahun 2013 kabupaten Lumajang memperoleh pertumbuhan total pendapatan sebesar 12,84%, pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 19,60% , dan pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 10,47% serta

pertumbuhan total pendapatan pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali menjadi 05,96%. Pertumbuhan total pendapatan yang paling tinggi yaitu pada tahun 2014. Total pertumbuhan tersebut berfluktuatif dan menunjukkan tren positif, ini disebabkan karena setiap tahunnya mengalami peningkatan pertumbuhan total pendapatan jadi dapat dikatakan kabupaten Lumajang sudah baik dalam memperoleh total pendapatan.

Tabel 5
Pertumbuhan Belanja
Tahun 2012-2016

Tahun	Belanja Operasi	Belanja Modal
2012	0,00%	0,00%
2013	11,21%	19,61%
2014	15,27%	45,19%
2015	14,74%	2,30%
2016	9,15%	1,05%

Selain pendapatan, belanja pemerintah kabupaten Lumajang yang terdiri belanja operasi dan belanja modal juga mengalami pertumbuhan. Belanja operasi pada tahun 2013 sebesar 11,21% dan mengalami kenaikan pada tahun 2014 sebesar 15,27% serta pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 14,74%. Ini disebabkan karena semua pos-pos belanja operasi seperti belanja administrasi umum, belanja bagi hasil, dan bantuan keuangan serta belanja tak terduga mengalami kenaikan. Sedangkan belanja modal pada tahun 2013 sebesar 19,61% dan pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 45,19%, serta terjadi penurunan pada tahun 2015 sebesar 2,30%

Menurut uraian dan perhitungan diatas bahwa rasio pertumbuhan Belanja kurang stabil terutama pada tahun 2016 yang mengalami penurunan, ini berarti bahwa belanja operasi serta belanja modal mengalami kenaikan yang sedikit dibanding tahun sebelumnya, sehingga mengakibatkan persentase pertumbuhan mengalami penurunan.

4. Rasio Aktivitas

Tabel 6
Rasio Aktvitas
Tahun 2012-2016

Tahun	RBO(%)	RBM(%)
2012	78,85%	11,15%
2013	74,15%	11,28%
2014	72,84%	13,95%
2015	72,38%	12,36%
2016	78,80%	21,13%

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.9 dapat dilihat rasio aktivitas kabupaten Lumajang bahwa sebagian besar dana yang dimiliki oleh pemerintah daerah setelah pemberlakuan kebijakan otonomi daerah masih diprioritaskan untuk pemenuhan belanja operasi, sehingga belanja modal masih relatif kecil. Dimana pemerintah daerah masih memprioritaskan alokasi dananya untuk belanja operasinya yaitu belanja pegawai, belanja barang, belanja hibah, belanja bantuan sosial dan belanja bantuan keuangan. Sedangkan Belanja modal digunakan untuk belanja tanah, belanja peralatan dan mesin, belanja gedung dan bangunan, belanja jalan, irigasi dan jaringan, serta belanja aset tetap lainnya.

5. Rasio Derajat Otonomi Fiskal

Tabel 7
Derajat Otonomi Fiskal
Tahun 2012-2016

Tahun Anggaran	PAD	TPD	DOF
2012	101.173.801.934,62	1.145.170.690.298,62	8,83%
2013	112.406.824.133,37	1.292.318.897.389,37	8,69%
2014	194.076.104.164,10	1.545.618.399.754,06	12,55%
2015	212.585.093.435,63	1.707.539.550.203,63	12,44%
2016	242.111.541.251,56	1.842.511.574.633,02	13,14%

Sumber : BPKD Kabupaten Lumajang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya DOF kabupaten Lumajang tertinggi pada tahun 2014 sebesar 12,55% dan yang terendah pada tahun 2013 dengan nilai 8,69%. Hal ini berarti kecenderungan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat masih rendah.

Menurut uraian dan perhitungan diatas bahwa kabupaten Lumajang dalam kemampuan keuangan dapat dikatakan kurang mampu untuk memenuhi kebutuhan dengan potensi daerah yang dimiliki daerah tersebut. Rasio kecil dikarenakan pendapatan asli daerah relatif kecil dibandingkan total pendapatan daerah yang terdiri dari pendapatan transfer, dan lain-lain pendapatan yang sah. Rasio derajat otonomi fiskal yang rendah mengakibatkan kemampuan keuangan daerah Kabupaten Lumajang dalam memenuhi kebutuhan dengan potensi daerah yang dimiliki daerah itu kurang. Selain itu juga menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan pemerintah daerah kabupaten Lumajang terhadap bantuan pihak *ekstern* terutama pemerintah pusat dan provinsi masih sangat tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kinerja keuangan kabupaten Lumajang secara keseluruhan dapat dikatakan belum baik dan maksimal, karena pendapatan asli daerah masih sangat rendah jika dibandingkan dengan pendapatan daerah walaupun sudah efektif.

Berdasarkan rasio kemandirian, rasio efektivitas, rasio aktivitas, rasio pertumbuhan dan rasio derajat otonomi fiskal dapat disimpulkan bahwa kemampuan keuangan daerah kabupaten Lumajang dalam rangka mendukung pelaksanaan otonomi daerah masih sangat rendah. Dapat dilihat dari rasio kemandirian dan rasio derajat otonomi fiskal yang masih bergantung pada bantuan pemerintah pusat. Hal ini dapat dikatakan bahwa pemerintah daerah kabupaten Lumajang belum mampu dan belum bisa menjalankan tujuan utama dari otonomi daerah.

Saran

Untuk mengatasi ketergantungan terhadap pihak *ekstern* dan meningkatkan rasio kemandirian, pemerintah daerah harus mampu mengoptimalkan penerimaan dari potensi pendapatannya yang telah ada. Inisiatif dan kemauan pemerintah daerah sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah. Selain itu pemerintah daerah harus lebih mengoptimalkan alokasi dananya untuk belanja modal, selama ini belanja operasi lebih besar dibandingkan belanja modal. Ini berarti bahwa pemerintah daerah belum mampu untuk membiayai kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat yang dinikmati langsung oleh publik. Dan yang terakhir Kemampuan keuangan kabupaten Lumajang masih rendah, sebaiknya pemerintah daerah mengoptimalkan pendapatan asli daerah daripada mengandalkan bantuan pemerintah daerah. Persentase pemerintah daerah semakin buruk karena tidak adanya dana dari penghasilan daerah sendiri yang seharusnya dapat membiayai kebutuhan daerahnya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Oesi (2013), *Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah dan Tingkat Kemandirian Daerah Di Era Otonomi Daerah (Tahun Anggaran 2007-2011)*, Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Febriyanti, Ayu (2012), *Analisis kinerja keuangan pemerintah studi kasus pada daerah kota malang*, Jurnal ekonomi Universitas Brawijaya.

- Fidelius, 2013, *Analisis rasio untuk mengukur kinerja pengelolaan keuangan Daerah Kota Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 1 No.4 Desember 2013.
- Halim, Abdul. 2007. *Akuntansi Sektor Publik : Akuntansi Keuangan Daerah*, Salemba Empat, Jakarta.
- Halim, Abdul. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah, Akuntansi Sektor Publik*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mamesah D, J. 1995. *Sistem Administrasi Keuangan Daerah*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Machmud, Marsita (2014), *Analisis Kinerja Keuangan Daerah Di Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2007-2012*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 14 no. 2 - Mei 2014.
- Muhammad (2015), *akuntabilitas, transparansi, dan anggaran berbasis kinerja pada satuan kerja perangkat daerah kota dempasar*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Peraturan Pemerintah Nomor 105 Tahun 2000 Tentang Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Keuangan Daerah.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2005 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah Permendagri Nomor 13 Tahun 2006 tentang pedoman pengelolaan keuangan daerah.
- Republik Indonesia.2003. Undang- Undang No 17 Tahun 2003 dan Standar Akuntansi Pemerintahan Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.
- Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah
- Republik Indonesia.Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 690 900 327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian dan Kinerja Keuangan.
- Safi'i, 2007.*Strategi dan Kebijakan Pembangunan Ekonomi Daerah (Perspektif Teoritik)*. Malang: Averroes Press.
- Subrata, 2003.*Perkembangan Otonomi Daerah di Indonesia (Sejak Proklamasi sampai Awal Reformasi) 1*.Semarang : CV.Aneka Ilmu.
- Yusuf, Mohammad, 2010. *Langkah Pengelolaan Aset Menuju Pengelolaan Keuangan Daerah Terbaik*. Jakarta : Salemba Empat.

Pengendalian Perputaran Piutang Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada KUD Tani Makmur Kec. Senduro Kab. Lumajang

Agus Hermawan
STIE Widya Gama Lumajang
email:agus.h37@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan profitabilitas dengan melalui pengendalian perputaran piutang pada KUD Tani Makmur ditinjau dari rasio profitabilitas. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif yaitu karena menggambarkan keadaan KUD Tani Makmur kec. Senduro. Hasil penelitian pada KUD Tani Makmur dengan menghitung rasio profitabilitas pada periode 2015 s/d 2017 diperoleh hasil sebagai berikut: berdasarkan analisis perputaran piutang yang meningkat, dan sedangkan pengendalian piutang yang secara umum piutang yang tak tertagih menurun, dan juga piutang tertagihnya mengalami peningkatan dengan hal ini kondisi pengendalian dinyatakan sangat baik. Sedangkan pada analisis rasio profitabilitas yang secara umum diketahui pada *Gross Profit Margin* (margin laba kotor) yang mengalami penurunan, dan pada *Net Profit Margin* (margin laba bersih) yang mengalami kenaikan. Berdasarkan hal tersebut pemeringkatan keuntungan pada KUD Tani Makmur begitu baik dan sehingga dengan metode ini koperasi bisa meningkatkan lagi keuntungannya dengan cara mengontrol perputaran piutang dan pengendalian piutangnya yang berpengaruh terhadap profitabilitasnya.

Kata kunci : Pengendalian Piutang, Perputaran Piutang, Rasio Profitabilitas, *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Abstract

*The purpose of this study is to determine the increase in profitability through the control of receivables turnover on KUD TaniProsper reviewed from profitability ratios. The research method used is Descriptive that is because it describes the condition of KUD TaniProsperkec. Senduro. The results of research on KUD TaniProsper by calculating profitability ratios in the period 2015 s / d 2017 obtained the following results: based on the analysis of receivable turnover is increased, and while the control of receivables that generally receivables are not collectible decreased, and also receivables collected increased with the things this control condition is otherwise very good. While in the analysis of profitability ratios are generally known in the *Gross Profit Margin* (gross profit margin) that decreased, and the *Net Profit Margin* (net profit margin) that increased. Based on that, the rating of profit on KUD TaniProsper is so good and so with this method the cooperative can increase its profit by controlling its receivable turnover and its receivable control which affect its profitability.*

Keywords: Accounts Receivable Control, Receivable Turnover, Profitability Ratio, *Gross Profit Margin* and *Net Profit Margin*.

PENDAHULUAN

Dalam undang-undang pasal1 ayat1 nomer 25 tahun 1992 tentang koperasian disebutkan bahwa "Koperasi yakni badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai pergerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas asas kekeluargaan." Koperasi atas asas kekeluargaan itu dinamakan KUD, KUD yakni suatu organisasi ekOnomi yang bersikap sosial dan merupakan wadah bagi kemajuan berbagai kegiatan ekonomi rakyat pedesaan yang di selenggarakan oleh dan untuk masyarakat itu sendiri.

Pada definisi umum menekankan bahwasannyakoperasi itu merupakan wadah bagi golongan ekonomi lemah, seperti definisi yang diberikan oleh Dr. Fay (1908), Yang menyatakan bahwa koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan berusaha bersama yang terdiri atas mereka yang lemah dan diusahakan selalu dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri demikian rupa, sehingga masing-masing sanggup menjalankan kewajiban sebagai anggota dan mendapat imbalan seimbang dengan pemanfaatan mereka terhadap organisasi.

Menurut Waloejo dan Ismojowati(Ismojowati 1993:136), KUD yakni peleburan dari berapa badan usaha unit desa yang merupakan suatu kelembaga ekonomi yang berbentuk k0perasi pada tahap-

tahap permulaan pertumbuhannya dapat merupakan gabungan usaha bersama dari koperasi-koperasi pertanian atau koperasi-koperasi desa yang terdapat didalam wilayah unit desa.

Menurut arifinal chaniago dan ijod sirdjudin dalam wiwin widayanti (2005:25) KUD yakni sesuatu organisasi ekonomi yang bersifat sosial dan merupakan wadah bagi kemajuan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan yang diselenggarakan oleh dan untuk masyarakat itu sendiri.

Keberadaan koperasi mencerminkan wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi. Adapun tujuan dari usaha koperasi antara lain membantu keperluan kredit para anggota koperasi yang sangat membutuhkan dengan syarat-syarat yang ringan, serta pelayanan jasa lain, diantaranya koperasi memberikan kemudahan-kemudahan dan fasilitas-fasilitas untuk memuaskan kebutuhan para anggotanya yang umumnya berekonomi lemah. Agar mereka masing-masing dapat memperbaiki cara kerja, mutu hasil kerja dan jumlah hasil kerja, sehingga dalam wadah koperasi secara terpadu dan terarah mereka dapat memberikan sumbangan besar terhadap pembangunan. Dalam kegiatan usaha koperasi, agar berkembang dengan baik dituntut untuk menyusun laporan keuangan.

Menurut UU pasal 3 Nomor 25 tahun 1992, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Pada pengendalian perputaran piutang yang untuk meningkatkan profitabilitas koperasi, dilihat dari apakah koperasi tidak hanya dapat dinilai dari segi fisiknya seperti dari gedung, pembangunan atau ekspansi. Faktor penting yang dapat melihat perkembangan suatu koperasi terletak pada sisi pengendalian piutang yang akan memperoleh profitabilitas yang akan meningkat dikarenakan piutang anggota dan umum sudah berkurang.

Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui kondisi profit KUD adalah perhitungan rasio profitabilitas yang merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Untuk mengukur tingkat profitabilitas keuangan KUD dapat digunakan alat Perhitungan rasio profitabilitas. Untuk melakukan hitungan rasio profitabilitas, diperlukan perhitungan rasio-rasio keuangan yang mencerminkan aspek-aspek tertentu. Rasio-rasio keuangan dihitung berdasarkan angka-angka yang ada dalam neraca dan laporan laba rugi. Perhitungan profitabilitas yang menyangkut pengendalian perputaran piutang akan memberikan hasil yang terbaik jika digunakan dalam suatu Perusahaan untuk memajukan suatu perubahan kondisi profitabilitas terhadap KUD selama beberapa periode tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran dan pola perubahan terhadap KUD.

Sehubungan dengan pentingnya Penilaian profitabilitas untuk mengetahui peningkatan profitabilitas pada suatu badan usaha, maka peneliti mengambil judul PENGENDALIAN PERPUTARAN PIUTANG UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS (PADA KUD TANI MAKMURKEC, SENDURO KAB. LUMAJANG).

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Koperasi

Pengertian koperasi menurut undang-undang No.25 tahun 1992. Tentang perkoperasian, bahwa koperasi Indonesia yakni badan usaha yang beranggotakan orang-orang dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Sedangkan menurut Hendrojogi (2007:20) koperasi yaitu suatu wadah bagi golongan masyarakat yang berpenghasilan dibawah setandar yang dalam rangka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berusaha meningkatkan taraf hidup mereka.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan, koperasi yakni badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi masyarakat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

a.) Tujuan Koperasi

Menurut UU pasal 2 Nomor 25 Tahun 1992, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan undang-undang dasar 1945.

b.) Prinsip Koperasi.

Mengacu pada undang-undang pasal 5 perkoperasian Nomor.25 Tahun 1992, prinsip-prinsip koperasi itu diuraikan secara singkat sebagai berikut :

1. Keanggotaan Bersifat Sukarela dan Terbuka;
2. Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
3. Pembagian sisa hasil usahadilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota;
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal;
5. Kemandirian.

Dalam pengembangan koperasi, makakoperasi melaksanakan pula prinsip koperasi sebagai berikut:

1. Pendidikan perkoperasian;
2. Kerjasama antar koperasi.

Piutang

Definisi piutangSesuai dengan sifat masing-masing, setiap perusahaan terlibat dalam penjualan barang atau jasa. Meskipun sebagai penjualan ini secara tunai, namun sebagian besar melibatkan kredit. Ketika penjualan dilakukan secara kredit, berarti piutang dagang meningkat. Maka, arti penting cara perusahaan mengelola piutangnya tergantung pada apa yang dijual perusahaan secara kredit. Semakin banyak yang dijual secara kredit, semakin tinggi proporsi aktiva yang terkait dengan piutang.

Menurut jusup (1999:52) piutang adalah tagihan atau piutang sebagai klaim perusahaan kepada langganan dan kepada pihak-pihak lain yang timbul dari kegiatan perusahaan. Piutang sebagai hak untuk nagih sejumlah uang kepadaperusahaan lain akibat pembelian barang atau jasa secara kredit.

Menurut M.munandar (2006:77) piutang yakni tagihan perusahaan kepada orang lain yng nantinya akan memintakan pembayarannya bilamana telah sampai tanggal jatuh tempo.

A.) Jenis piutang

Piutang pada umumnya dapat dikelompokkan menjadi piutang dagang dan piutang lain-lain.

piutang yang berasal dari pejualan barang dan jasa yang merupakn kegiatan usaha normal perusahaan disebut piutang dagang atau piutang usaha (*trade receivables*).

Warren, et. All (2008: 405) menngklasifikasikan piutang kedlam tiga kategori yakni piutang usaha, weseltagih, dan piutang lain-lain sebagai berikut:

1. Piutang usaha

Piutang usaha muncul dari penjualan dengan secara kredit agar dapat menjual lebih banyak pr0duk ataupun jasa kepada pelanggan. Piutang usaha semacam ini n0rmalnya diperkirakan akan tertagih dalam jangkaa waktu yang relatif pendek, seperti 30 ataupun 60 hari.

2. Wasel tagih

Wesel tagih yaknijumlah yang terutang bagi nasabah disaat perusaha,an telah menerbitkan surat hutang formal. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari. Wesel bisa digunakan untuk menyelesaikan piutangng usaha pelanggan. Bila wesel tagi usaha berasal dari transaksi penjualan maka hal itu kadang-kadang disebut piutang dagang (*trade receivable*).

3. Piutang lain-lain

Piutang yng lain-lain biasanyadi sajikan secara terpisah dlam neraca, jikapiutang ini diharapkan akan tertagih dalam setahun, maka piutang trsebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Piutang lain- lain (*Other Recevable*) meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat ataupun karyawan perusahaan.

B.) Penggolongan piutang

Pengklasifikasidaan piutang dilakukan untukmudahkan pencatatan transaksi yang mempengaruhinya. Menurut rudiant0 (2012:210) berdasarkanjenis dan asalnya piutang dlam perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi dua klompok yakni:

1.) Piutang usaha

yakni piutang yang timbul dari penjualan barang dan jasa yng dihasilkan ole perusahaan.

2.) Piutang bukan usaha

Merupakn piutang yang timbul bukan sebagai akibat daripenjualan barang ataupun jasa yang dihaSilkan perusahaan.

3.) Pengakuan piutang

Pengakuan piutang usaha terjadi jika perusahaan menjual produk secara kridit atau memberikan jasa namun belum terjadi pembayaran kpada perusahaan. Istilah pengakuan itu sendiri terkadang arti "proses pembentukan suatu p0s yang memenuhi definisi unsur serta kriteria pengakuan dlam neraca ataupn laporan laba rugi". (ikatan akuntan indonesia 2004:19). Pengakuan piutang usha sering berhubungan dngan pengakuan pendapatan. Karena pngakuan pendapatan pada umumnya dicatat ketika pr0ses menghasilkan laba telah selesai

dan kas terelisasi atau dapat direalisasikan, maka piutang yang berasal dari penjualan barang umumnya di akui pada waktuhak milik atas barang beralih kepada pembeli.

C.)Metode pencatatan penghapusan piutang

a. Metode pencatatan langsung (direct method)

Pada cara ini, kerugian piutang dan penghapusan piutang terjadi bersamaan yakni ketika debitur menyatakan atau dinyatakan tidak mampu membayar, dengan istilah lain perusahaan akan melakukan pencatatan penghapusan piutang ketika debitur tidak mampu membayar utangnya.

Beban kerugian piutang.....XXX

Piutang dagang (usaha).....XXX

b. Metode tidak langsung (indirect write off method)

Dalam metode ini, setiap akhir tahun dilakukan penaksiran dari jumlah piutang dagang yang kemungkinan tidak dapat ditagih untuk dibentuk akun cadangan kerugian piutang.

Beban kerugian piutang.....XXX

Cadangan kerugian piutang.....XXX

Jika debitur menyatakan tidak dapat membayar piutang dan oleh perusahaan diadakan penghapusan, maka dilakukan pencatatan jurnal penghapusan piutang dengan mengurangi caangan yang sudah dibentuk.

Cadangan kerugian piutang.....XXX

Piutang dagang (usaha).....XXX

D.)Faktor-Faktor yang mempengaruhi besarnya investasi piutang

Menurut Riyanto (1995:85), variabel-variabel yang menentukan besar kecilnya alokasi modal dalam piutang adalah variabel pertama, adalah volume penjualan kredit. Semakin besara proporsi *credit sales* terhadap total penjualan, maka semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel kedua, ialah syarat penjualan kredit. Semakin lama waktu piutang semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel ketiga, yaitu *plafond* kredit. Semakin besar *plafond* kredit semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel keempat, merupakan kebijakan pengumpulan piutang. Variabel kelima, adalah kebiasaan debitur membayar.

1. Volume barang yang dijual secara kredit

Besaran barang yang dijual secara kredit lebih besar dari pada kes dapat semakin memperbesar anggaran dalam piutang usaha dan sebaliknya Besarnya barang yang dijual secara kredit lebih kecil daripada tunai dapat memperkecil anggaran dalam piutang usaha.

2. Standart kredit

Penentuan setandar kredit menentukan besar kecilnya piutang usaha yng tertanam. Semakin longgar standar kredit yang diberikan maka semakin besar pula piutang yang tertimbun dan semakin besar resiko kerugian piutang.

3. Jangka waktu kredit

Lama waktu kredit mempengaruhi besar kecilnya piutang usaha yang tertimbun. Semakin lama jangka waktu kredit maka semakin besarpitungan usaha yang tertanam, dan sebaliknya. Jangka waktu kredit yang panjang dapat meningkatkan jumlah barang atau jasa yang dijual, di samping juga mengakibatkan piutang usaha semakin besar.

4. Pemberian potongan

Pemberian potongan harga juga dapat mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang. Pemberian potongan yang besar akan memperkecil piutang usaha yang tertanam. Sebaliknya pemberian potongan yang kecil memperbesar piutang yang tertanam.

5. Pembatasan kredit

Pembatasan kredit yang dimaksudkan disini adalah pembatasan kredit dalam arti kuantitatif, yaitu berkenaan dengan batas (jumlah) kredit maksimal yang akan diberikan. Pembatasan kredit juga dapat mempengaruhi besar kecilnya piutang usaha. Semakin tinggi batas (plafon) kredit maka semakin besar piutang usaha yang tertanam dan semakin rendah batasan kredit maka semakin kecil piutang yang tertanam.

E.)Pertimbangan pemberian kredit didasarkan pada 5C

1. *Character* yaitu karakter para manajemen yang diberi kredit (debitur),

2. *Capacity* yaitu kemampuan atau kesanggupan membayar debitur,

3. *Capital* yaitu kondisi posisi keuangan debitur,

4. *Collateral* yaitu besarnya harta pelanggan (debitur),

5. *Condition* yaitu kondisi ekonomi, sosialpolitik, dan bisnis.

Syarat 5C menurut Riyanto (1995) sebagai berikut:

a. *Character* (kepribadian)

Menunjukkan kemungkinan dari langganan secara jujur untuk memenuhi kewajiban kewajibannya.

b. *Capacity* (kemampuan)

Kemampuan calon debitur dalam mengembalikan kredit yang disalurkan. Ini bisa dilihat dari segi bagaimana seorang debitur dalam mengelola usahanya, apakah baik atau tidak.

c. *Capital* (modal)

Untuk mengetahui modal calon debitur itu sendiri, bagaimana penggunaan modal apakah efektif, apakah penggunaan dana sesuai rencana dan kebutuhan serta sejauh mana kelancaran perputaran dana.

d. *Collateral* (jaminan)

Bank sebagai pihak yang memberikan kredit juga harus memerhatikan dan melihat besarnya jaminan yang diberikan debitur. Jaminan yang diberikan dalam pemberian kredit seharusnya lebih besar dari pada kredit yang akan diterimanya.

e. *Condition of economy* (kondisi ekonomi)

Merupakan penilaian terhadap kondisi ekonomi sekarang dan untuk masa yang akan datang sesuai dengan sektor masing-masing. Dalam kata lain keadaan perdagangan serta persaingan di lingkungan sektor usaha si peminjam kredit perlu diketahui agar bantuan yang diberikan dapat benar-benar bermanfaat.

Perputaran piutang

Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputara dalam satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang di tanamkan dalam piutang semakin rendah, dan tentunya bagi perusahaan semakin baik.

Riyanto (2001) mengatakan bahwa perputaran piutang adalah rasio yang memperlihatkan panjangnya waktu untuk mengubah piutang menjadi kas. Sedangkan, Bramasto (2008) mengatakan bahwa perputaran piutang berasal dari lamanya piutang dirubah menjadi kash, piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit.

A.) Tingkat perputaran piutang

Bambang Riyanto (2011:9) menyatakan rumus perputaran piutang atau bisa disebut juga dengan Perhitungan tingkat perputaran piutang sebagai berikut:

a. perputaran piutang

$$\text{perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

b. Rata-rata piutang

$$\text{rata - rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

B.) Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas

Piutang muncul karena perusahaan melakukan penjualan secara kredit untuk meningkatkan volume usahanya. Riyanto (2001:90) berkata perputaran piutang menunjukkan period tingkatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat periode berputarnya menunjukkan semakin cepat perusahaan memperoleh keuntungan dari penjualan kredit tersebut, sehingga profitabilitas perusahaan juga ikut meningkat.

Pengendalian perputaran piutang

Piutang merupakan unsur penting dalam neraca. Prosedur yang wajar dan cara pengamanan yang cukup terhadap piutang penting bukan saja untuk keberhasilan perusahaan, tetapi juga untuk memelihara hubungan yang memuaskan dengan anggota. Pengendalian piutang dimulai sebelum ada persetujuan untuk memberikan pinjaman, sampai setelah persiapan survey dan pemberian pinjaman, dan berakhir dengan penagihan hasil pemberian pinjaman.

Ada 3 (Tiga) Bidang pengendalian piutang:

- a) Pemberian kredit, kebijakan kredit dan syarat kredit tidak harus mempersulit para anggota yang baik, dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang sangat besar karena adanya piutang sangsi yang berlebihan.
- b) Penagihan (Collections) apabila telah diberikan kredit nasabah (anggota) harus dilakukan penagihan setiap melebihi tanggal atau jatuh tempo yang telah ditentukan, untuk memperoleh

pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang tepat atau yang telah di tentukan dan disetujui oleh konsumen (anggota).

- c) Penetapan dan penyelenggaraan pengendalian intern yang layak. Membuat suatu sistempengendalian intern yang memadai untuk memastikan bahwa semua pemberian kredit sudah di bukukan sebagai piutang anggota.

A.) Kebijakan penagihan

Kebijakan penagihan (*collection policy*) adalah prosedur yang meliputi waktu dan cara-cara penagihan agar pelanggan membayar tepat waktu. Misalnya, perusahaan akan melakukan langkah-langkah penagihan:

- 1.) Mengingatkan via telepon kepada pelanggan yang belum membayar pada satu hari setelah batas akhir penagihan,
- 2.) Mengingatkan via surat kepada pelanggan yang belum membayar sesudah tujuh hari dari batas akhir penagihan,
- 3.) Menyerahkan tugas penagihan kepada penagih utang (*debt collector*) dari luar perusahaan bagi perusahaan yang belum membayar pada satu bulan setelah batas akhir penagihan.

B.) Periode pengumpulan piutang (*Average collection period*)

Rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan periode pengumpulan piutang usaha dalam satu periode. Rasio ini disebut juga rata-rata periode pengumpulan piutang. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu koperasi melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat. Rasio ini mengukur efisiensi pengelolaan piutang koperasi, rata-rata jangka waktu penagihan adalah rata-rata jangka waktu lamanya koperasi harus menunggu pembayaran setelah melakukan penjualan. Rumus ACP sebagai berikut:

$$\text{Rasio ACP} = \frac{360}{\text{RTO/perputaran piutang}}$$

C.) Rasio Tunggakan

Rasio tunggakan ini dapat digunakan untuk mengetahui berapa besar jumlah piutang yang telah jatuh tempo dari sejumlah penjualan kredit yang belum tertagih. Rumus perhitungan Rasio Tunggakan ini sebagai berikut:

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{piutang tak tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

D.) Rasio Penagihan

Rasio penagihan bertujuan untuk mengetahui berapa besar piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan

$$\text{Rasio penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

Profitabilitas

A. Pengertian profitabilitas

Menurut kasmir (2011:196) rasio profitabilitas yakni rasio untuk menilai kekuatan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga mengasihkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan Oleh laba yang dihasilkan dari penjualan danpendapatan investasi. Intinya yakni penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi dan keuntungan perusahaan.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting yakni memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh untung yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru.artinya besarnya keuntung harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas.

Menurut Irawati (2006:58) rasio keuntungan atau *profitability ration*, rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya sementara, triwulan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Menurut sartono (2010:122), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

B. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan 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 besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktifitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

C. Jenis-jenis rasio profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio yang dapat digunakan adalah:

1. Profit Margin (*profit margin on sales*)

Profit margin on sales atau *ratio profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio juga dikenal dengan nama profit margin.

Terdapat rumus untuk mencapai *profit margin* dan *net profit margin*, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{profitabilitas} = \frac{\text{penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

- b. Untuk margin laba bersih dengan rumus:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{sales}}$$

rasio ini menunjukkan keuntungan bersih per rupiah penjualan.

Penelitian Terdahulu

- 1.) Yasni, 2016, Analisis pengendalian piutang dan rata-rata piutang terhadap perputaran piutang pada perusahaan daerah air minum kota makasar, memakai rasio *Receivable turn over* (RTO) dan *Average collection period* (ACP) dengan rasio tunggakan dan rasio penagihan. Hasil penelitian bahwa tingkat perputaran piutang perusahaan dan waktu pengumpulannya dari tahun ke tahun mengalami ketidak tetapan (naik - turun). dan pada rasio tunggakan mengalami ketidak stabilan.
- 2.) Shinta noviana, 2016, Analisis tingkat peputaran piutang pada PT.Perdana Gapura Prima, memakai rasio *Receivable turn over* (RTO) dan *Average collection period* (ACP) dengan rasio tunggakan dan rasio penagihan. Tingkat perputaran piutang dari tahun ke tahun sangat kecil sehingga penagihan yang dilakukan tidak berhasil dan pengumpulan piutang dari tahun ke tahun dapat dikatakan perusahaan tidak mampu melakukan penagihan secara tepat waktu dan rasio tunggakan mengalami naik turun.
- 3.) Agustina Walahe, 2013, Analisis Pengendalian Piutang Untuk Meningkatkan Efektivitas Penagih Piutang Pada PDAM Kota Gorontalo, memakai rasio jangka waktu penagihan dan rasio efektivitas penagihan, hasil penelitian adalah banyaknya jumlah piutang tak tertagih yang disebabkan oleh beberapa faktor ekonomi karena pelanggan yang taraf kehidupannya menengah kebawah.
- 4.) Ketut dimas suryana, ni kadek sinarwati, S.E, Ak, M.Si, Ak, ni luh gede emi sulindawati, S.E, Ak, M.pd., 2015, Analisis tingkat perputaran piutang dagang pada koperasi tani tumpang sari pada periode 2011-2013, rasio keuangan *Receivable Turn Over* (RTO), *Average*

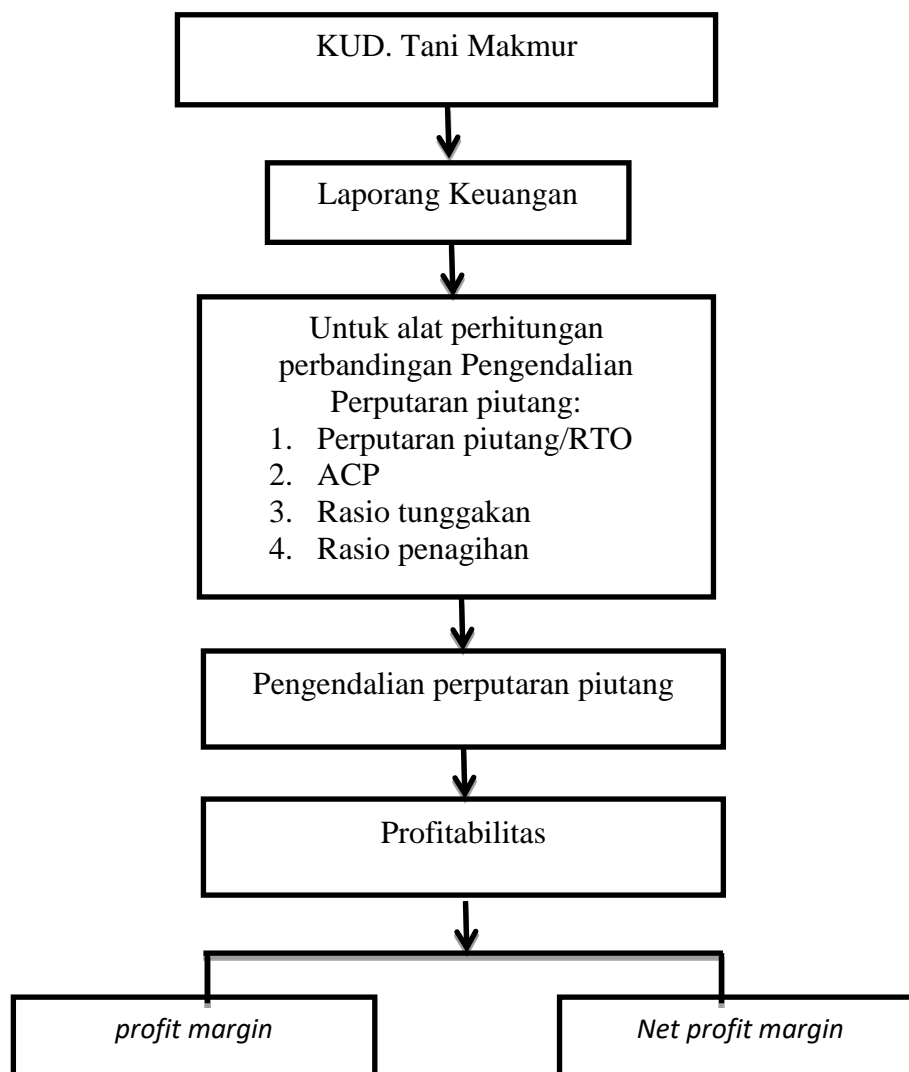
Collection Period (ACP), Rasio tunggakan, dan Rasio Penagihan. Hasil penelitian bahwa RTO mengalami ketidak tetapan (naik turun) dan kurang dari rata-rata industri sehingga penagihan dianggap tidak berhasil untuk ACP setiap tahunnya kurang baik hasilnya menunjukkan rata-rata pengumpulan piutang melebihi rata-rata industri dan untuk rasio tunggakan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan rasio penagihan cenderung menurun juga.

- 5.) Anny widiasmara, 2014, Analisis pengendalian intern piutang usaha untuk meminimalkan piutang tak tertagih (*Bad Debt*) pada PT.Wahana Ottomitra Multiartha, Tbk Cabang Madiun, rasio yang digunakan rasio perputaran piutang, *Average collection period (ACP)*, dan *Aging of Account receivable*, hasil penelitian terhadap pengendalian intern piutang berjalan cukup efektif, dengan dilakukannya pengendalian ini kualitas booking AR dan kualitas penagihan mengalami perbaikan.

Kerangka pemikiran

Pada dasarnya setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba guna kelangsungan perusahaan, tidak terkecuali koperasi sendiri. Walaupun usah koperasi bukan semata-mata hanya berorientasi pada laba, namun didalam menjalankan aktivitas usahanya koperasi harus memperhatikan bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar posisinya tetap menguntungkan (tidak merugi) sehingga kelangsungan usahanya dapat terjaga. Perputaran piutang sebagai bagian dari komponen utama juga bisa berpengaruh kepada tinggi rendahnya profitabilitas yang dalam koperasi disebut sebagai sisa hasil usaha (SHU).

Bagan 1.1 Kerangka pemikiran



METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena menggambarkan keadaan KUD Tani Makmur dan menyajikan data laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi mulai periode 2015 - 2017, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan rasio profitabilitas yang secara umum meliputi *profit margin* (margin laba kotor), *Net profit margin* (margin laba bersih) yang nantinya dapat digunakan untuk membantu manajer KUD Tani Makmur untuk mengetahui peningkatan laba yang di peroleh.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah Pengendalian Perputaran Piutang Untuk Meningkatkan Profitabilitas (Pada KUD Tani Makmur Kec. Senduro Kabupaten Lumajang).

Sumber dan Jenis Data

1.) Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sumber data internal, karena sumber data internal secara langsung menggambarkan keadaan KUD Tani Makmur Kecamatan Senduro yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, jadi penelitian dapat mengetahui semua tentang perusahaan tersebut yang nantinya sangat bermanfaat bagi peneliti baik data tersebut diperoleh dari karyawan, manager, maupun pimpinan perusahaan.

2.) Jenis Data

Jenis data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh oleh peneliti baik secara langsung atau tidak langsung dari objek penelitian. Menurut Hakim (2004:21) jenis data dibagi menjadi dua macam yaitu Data Primer dan Data Sekunder :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti, baik dari objek individual (responden) maupun dari instansi yang mengelola data untuk keperluan dirinya sendiri (Supangat, 2008:2).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data sekunder) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indrianto dan Supano, 2002:146).

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder yang berupa laporan keuangan dari neraca dan laba rugi periode 2015 s/d 2017.

Teknik Pengumpulan Data

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan (Sanusi, 2012:114). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Data yang diambil berupa data laporan keuangan periode 2015 s/d 2017.

Variabel Penelitian

A.) Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a.) Perputaran Piutang, dan
- b.) Profitabilitas.

B.) Definisi Konseptual Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut:

1. Pengertian perputaran piutang

perputaran Piutang (Receivable Turnover) adalah : Suatu angka yang menunjukkan berapa kali suatu perusahaan melakukan tagihan atas piutangnya pada suatu periode tertentu. Angka ini diperoleh berdasarkan hubungan antara saldo piutang rata-rata dengan penjualan kredit.

2. Profitabilitas

rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan *profit margin dan net profit margin*.

C.) Definisi Operasional Variabel

Difinisi operasional terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini sangat penting karena dengan cara ini suatu konsep yang bersifat abstrak dan umum akan mempunyai makna khusus. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. perputaran piutang menunjukkan periode tingkatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat periode berputarnya menunjukkan semakin cepat perusahaan mendapatkan keuntungan dari penjualan kredit tersebut, sehingga profitabilitas perusahaan juga ikut meningkat. Dan rumus perhitungan perputaran piutang sebagai berikut:

$$\text{rata - rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$\text{perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

2. Periode pengumpulan piutang (*Average collection period*) Rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan periode pengumpulan piutang usaha dalam satu periode. Rasio ini disebut juga rata-rata periode pengumpulan piutang. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu koperasi melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat. Rasio ini mengukur efisiensi pengelolaan piutang koperasi, rata-rata jangka waktu penagihan adalah rata-rata jangka waktu lamanya koperasi harus menunggu pembayaran setelah melakukan penjualan. Rumus ACP sebagai berikut:

$$\text{Rasio ACP} = \frac{360}{\text{RTO/perputaran piutang}}$$

3. Rasio tunggakan ini dapat digunakan untuk mengetahui berapa besar jumlah piutang yang telah jatuh tempo dari sejumlah penjualan kredit yang belum tertagih. Rumus perhitungan Rasio Tunggakan ini sebagai berikut:

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{piutang tak tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

4. Rasio penagihan bertujuan untuk mengetahui berapa besar piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan

$$\text{Rasio penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

5. Rasio Profitabilitas

Merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Adapun rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. *gross Profit margin* (Margin Laba Kotor)

gross profit margin merupakan presentase laba kotor dibandingkan dengan sales. Semakin besar *gross profit margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan sales, demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin* semakin kurang baik operasi perusahaan (syamsuddin 2009:61).

gross profit margin dihitung dengan rumus:

$$\text{profitabilitas} = \frac{\text{penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{sales}}$$

- b. *Net Profit margin* (Margin Laba Bersih)

Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan (Warsosno,2003:37). Besarnya perhitungan margin laba bersih menunjukkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu.

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{sales}}$$

Rasio ini menunjukkan keuntungan bersih perupiah penjualan.

Tabel 1

Tabel Operasional Variabel

RASIO	JENIS-JENIS RASIO	FORMULA
-------	-------------------	---------

Perputaran piutang	Rata-rata piutang Perputaran Piutang Rasio ACP	Piutang awal + piutang akhir 2 Penjualan kredit Rata-rata piutang 360 Perputaran piutang
Pengendalian perputaran piutang	Rasio tunggakan	Piutang taktertagih X100% Total piutang
	Rasio penagihan	Piutang tertagih X100% Total piutang
Rasio Profitabilitas	a) Margin laba kotor (<i>Gross Profit Margin</i>)	Penj. bersih – Hpp Sales
	b) Margin Laba Bersih (<i>Net Profit Margin</i>)	Laba bersih setelah pajak Pendapatan penjualan bersih

Teknik Analisis Data

Analisi data dalam penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- laporan keuangan yang di peroleh dari KUD Tani Makmur meliputi neracadan laba rugi tahun 2015 s/d 2017,
- Melakukan perhitungan terhadap tingkat perputaran piutang,

$$\text{rata - rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$\text{perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

$$\text{Rasio ACP} = \frac{360}{\text{RTO} / \text{perputaran piutang}}$$

- Melakukan perhitungan pengendalian perputaran piutang:

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{piutang tak tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

- Melakukan perhitungan terhadap rasio profitabilitas yang berhubungan dengan laba yaitu *Gross profit margin* (Margin laba kotor), *Net Profit Margin* (Margin laba bersih).

$$\text{profitabilitas} = \frac{\text{penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{sales}}$$

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{sales}}$$

- Kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A) Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

a.) Sejarah Singkat Perusahaan

KUD “Tani Makmur” adalah salah satu koperasi nyang bergerak dibidang usaha unit simpan pinjam, unit susu, unit sapi perah, unit tm feed, unit pertanian, dan unit perdagangan umum. Dengan memperoleh pengesahan sebagai badan hukum dengan Nomor : 4399.A/BH/II/80 pada tanggal 13 September 1996 oleh kepala kantor wilayah departemen koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur. KUD Tani Makmur terletak di Desa Kandang Tepus Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

b.) Pengendalian perputaran piutang

Piutang merupakan unsur penting dalam neraca. Prosedur yang wajar dan cara pengamanan yang cukup terhadap piutang penting bukan saja untuk keberhasilan perusahaan, tetapi juga untuk memelihara hubungan yang memuaskan dengan anggota. Pengendalian piutang dimulai sebelum ada persetujuan untuk memberikan pinjaman, sampai setelah persiapan survey dan pemberian pinjaman, dan berakhir dengan penagihan hasil pemberian pinjaman.

Ada 3 (Tiga) Bidang pengendalian piutang:

- a. Pemberian kredit, kebijakan kredit dan syarat kredit tidak harus mempersulit para anggota yang baik, dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang sangat besar karena adanya piutang sangsi yang berlebihan.
- b. Penagihan (Collections) apabila telah diberikan kredit nasabah (anggota) harus dilakukan penagihan setiap melebihi tanggal atau jatuh tempo yang telah ditentukan, untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang tepat atau yang telah di tentukan dan disetujui oleh konsumen (anggota).
- c. Penetapan dan penyelenggaraan pengendalian intern yang layak. Membuat suatu sistem pengendalian intern yang memadai untuk memastikan bahwa semua pemberian kredit sudah di bukukan sebagai piutang anggota.

Kebijakan penagihan (*collection policy*) adalah prosedur yang meliputi waktu dan cara-cara penagihan agar pelanggan membayar tepat waktu. Misalnya, perusahaan akan melakukan langkah-langkah penagihan:

- 1.) Mengingtkan via telepon kepada pelanggan yang belum membayar pada satu hari setelah batas akhir penagihan,
- 2.) Mengingatkan via surat kepada pelanggan yng belum membayar sesudah tujuh hari dari batas akhir penagihan,
- 3.) Menyerahkan tugas penagihan kepada penagih utang (*debt collector*) dari luar perusahaan bagi perusahaan yang belum membayar pada satu bulan setelah batas akhir penagihan.

Cara pengendalian perputaran piutang dengan menggunakan perhitungan rasio-rasio sebagai berikut:

1. Periode pengumpulan piutang (*Average collection period*)

$$Rasio\ ACP = \frac{360}{RTO / perputaran\ piutang}$$

2. Rasio tunggakan

$$Rasio\ tunggakan = \frac{piutang\ tak\ tertagih}{total\ piutang} \times 100\%$$

3. Rasio penagihan

$$Rasio\ penagihan = \frac{piutang\ tertagih}{total\ piutang} \times 100\%$$

B. Keanggotaan

Jumlah anggota yang terdapat pada KUD Tani Mankmur ini mencapai total akhir 2017 sebesar 5.416 anggota dan memiliki peningkatan dari tahun sebelumnya pada tahun 2016 dengan total anggota sebesar 5.387 dengan perbedaan tersebut semakin meningkatnya jumlah anggota KUD Tani Makmur ini akan berpotensi juga kepada pendapatan KUD Tani Makmur.

Tabel 2
 Jumlah anggota KUD “Tani Makmur” per 31 Desember 2017

NO	DESA	JUMLAH ANGGOTA	
		2016	2017
1	Senduro	306	306
2	Kandangtepus	1.396	1.419

3	Burno	534	547
4	Kandangan	537	547
5	Wonocepoko ayu	96	96
6	Bedayu talang	22	22
7	Bedayu	176	176
8	Pandansari	207	207
9	Jambekumbu	113	113
10	Pasru jambe	615	615
11	Jambearum	133	133
12	Kertosari	243	243
13	Pagowan	296	296
14	Sukorejo	217	217
15	Sari kemuning	157	157
16	Karanganom	207	207
17	Purworejo	22	22
18	Argosari	93	93
JUMLAH		5.387	5.416

Sumber Data: Kud Tani Makmur

C. Simpanan Anggota

Jumlah simpanan anggota KUD "Tani Makmur" Per 31 Desember 2016 dan Per 31 Desember 2017 sebagai berikut:

Tabel 3
Jumlah simpanan anggota

NO	URAIAN	Per. 31-12-2016	Per. 31-12-2017
1	POKOK	Rp 8.844.000	Rp 8.887.500
2	WAJIB	Rp 389.280.304	Rp 395.195.304
3	SUKARELA	Rp 778.807.418	Rp 969.156.878
JUMLAH		Rp 1.176.931.722	Rp 1.373.239.682

Sumber Data : KUD Tani Makmur

D. Pengurus Dan Pengawas

Pengurus dan pengawas dipilih pada Rapat Anggota tahun buku 2016 tanggal 25 maret 2017 dengan masa jabatan 3 tahun sebagai berikut:

Tabel 4
Pengurus dan pengawas

NO	PENGURUS	JABATAN	NO. ANGGOTA	PERIODE
1	PUGUH SANTOSO	KETUA	4598	2017-2019
2	SUBARI	SEKRETARIS	3370	2017-2019
3	SUMARLI	BENDAHARA	2414	2017-2019
4	ASIR	KOORDINATOR	3836	2017-2019

Sumber Data : KUD Tani Makmur

Pengurus koperasi pada KUD Tani Makmur yang mana dipilih oleh anggota KUD dalam rapat yang jamlahnya sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar dan rumah tangga koperasinyang bersangkutan. Adapun pengurusan dan tugas-tugas yang terdapat didalam KUD Tani mamur meliputi sebagai berikut:

- Memimpin suatu jalannya organisasi dan usaha-usaha koperasi yang ada,
- Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama koperasi serta mewakili koperasi di hadapan dan diluar pengadilan atau hukum,
- Melaporkan kepada anggota setiap kejadian yang mempengaruhi jalannya usaha koperasi dengan mencatat suatu kejadian ke dalam buku untuk sebagai pertimbangan bagi pengurus.
- Mempertanggung jawabkan suatu hal yang dikerjakan selama menjabat sebagai pengurus dan mempunyai kewajiban melaporkan hal tersebut kepada Rapat Anggota Tahunan.
- Pengurus mengambil suatu tindakan yang dianggapnya perlu dan bertanggung jawab atas kepentingan dan kemanfaatan terhadap koperasi.
- Pengurus mengadakan daftar anggota kepengurusan menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh anggota dan pengurus.

- g) Pengurus haris bisa memelihara kerukunan anggotanya dan mencegah adanya perselisihan yang terjadi.

E. Hasil Pengumpulan Data

Pada bab ini akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB I, yaitu tentang Bagaimana pengendalian perputaran piutang untuk meningkatkan profitabilitas ditinjau dari rasio profitabilitas. Untuk menyelesaikan perumusan masalah dan bisa tercapainya tujuan penelitian ini maka diperlukan data untuk dilakukan analisis.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan juga termasuk data sekunder. Data penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena menggambarkan keadaan KUD Tani Makmur dan menyajikan data laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi dan juga rinciannya mulai periode 2015-2017, yang terdapat pada laporan keuangan yang diperoleh dari KUD Tani Makmur yang bertempat di kecamatan senduro kabupaten lumajanga.

Tabel 5

Hasil pengumpulan data laporan keuangan yang akan dipakai untuk menganalisis pengendalian perputaran piutang.

NO	KETERANGAN	PERIODE		
		2015	2016	2017
1	PIUTANG AWAL	Rp 9.559.352.152	Rp 9.436.863.999	Rp 9.734.274.930
2	PIUTANG AKHIR	Rp 9.436.863.999	Rp 9.734.274.930	Rp 11.008.178.654
3	PENJUALAN KREDIT	Rp 45.926.922.584	Rp 49.234.920.123	Rp 61.272.978.267
4	PIUTANG TAK TERTAGIH	Rp 139.292.258	Rp 139.292.258	Rp 139.292.258
5	TOTAL PIUTANG	Rp 9.436.863.999	Rp 9.734.274.930	Rp 11.008.178.654
6	PIUTANG TERTAGIH	Rp 9.436.863.999	Rp 9.734.374.930	Rp 11.008.278.654

Sumber Data :KUD Tani Makmur

Berdasarkan sumber data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa piutang awal, piutang akhir, penjualan kredit, piutang tak tertagih, dan piutang tertagih tersebut memiliki peningkatan dan penurunan yang diantaranya pada piutang awal tahun 2015 memiliki total saldo sebesar Rp.9.559.352.152. dan pada tahun 2016 Rp.9.436.863.999. memiliki penurunan sebesar Rp.122.488.153, jika pada piutang awal tahun 2017 yang memiliki saldo piutang awal sebesar Rp.9.734.274.930. jika dibandingkan dengan tahun 2016 yang memiliki saldo piutang awal sebesar Rp.9.436.863.999. terhitung memiliki saldo peningkatan sebesar Rp.297.410.931. dari tahun 2016 ke tahun 2017.

Perbandingan naik turunnya saldo piutang akhir pada tabel 5 ini yang dimulai dari tahun 2015 yang memiliki jumlah saldo piutang akhir sebesar Rp.9.436.863.999. dan pada tahun 2016 memiliki jumlah saldo piutang akhir sebesar Rp.9.734.274.930. jika dihitung perbandingan ini memiliki kenaikan sebesar Rp.297.410.931. dan pada tahun 2017 memiliki jumlah saldo piutang akhir sebesar Rp. 11.008.178.654. dibandingkan dengan tahun 2016 yang memiliki jumlah saldo sebesar Rp. 9.734.274.930. yang terhitung memiliki peningkatan sebesar Rp.1.273.903.724. dari tahun 2016 ke tahun 2017.

Pada tabel 5 diatas memiliki penjualan kredit **pada** tahun 2015 memiliki jumlah saldo sebesar Rp.45.926.922.584. dan pada tahun 2016 yang memiliki saldo sebesar Rp.49.234.920.123, jika dihitung perbandingan ini memiliki peningkatan sebesar Rp.3.307.997.539. sedangkat pada tahun 2017 memiliki jumlah saldo sebesar Rp.61.272.978.267, jika dibandingkan dengan pada tahun 2016 dan dihitung rata-rata ini memiliki peningkatan sebesar Rp.12.038.058.144.

Pada tabel 5 yang ada pada tabel diatas dan memiliki saldo sebesar Rp.139.292.258 dan juga pada tahun 2016 dan tahun 2017 tetap sama atau seimbang dengan total sebesar Rp.139.292.258. masing-masing tahun tersebut.

Pada tabel 5 diatas memiliki himpunan data total piutang yang dimulai pada tahun 2015 yang memiliki saldo sebesar Rp.9.436.863.999, dan jika pada tahun 2016 memiliki saldo sebesar 9.734.274.930, jika dihitung rata-rata total piutang ini memiliki peningkatan sebesar Rp.297.410.931. dan total piutang yang pada tahun 2017 memiliki saldo sebesar Rp.11.008.178.654, jika dibandingkan dengan tahun 2016 ini memiliki peningkatan sebesar Rp.1.273.903.724.

Pada tabel 5 diatas pada piutang tertagih memiliki jumlah nominal yang sama pada saldo nominal total piutang dikarenakan total saldo piutang tak tertagih nol maka piutang tertagihnya memiliki total yang sama dengan total piutang usaha tiap tahunnya.

Tabel 6

Hasil pengumpulan data laporan keuangan yang akan dipakai untuk menganalisis Rasio Profitabilitas.

NO	THN	PENJUALAN BERSIH	HARGA POKOK PENJUALAN	LABA SETELAH PAJAK	PENJUALAN
1	2015	Rp 4.830.667.376	Rp 390.822.995	Rp 413.125.111	Rp 45.926.922.584
2	2016	Rp 5.072.248.483	Rp 654.321.443	Rp 513.514.102	Rp 49.234.920.123
3	2017	Rp 6.144.911.164	Rp 867.579.779	Rp 653.156.524	Rp 61.272.978.267
Sumber Data : KUD Tani Makmur					

F. Hasil Analisis Data

Analisis data ini digunakan untuk menghitung dan mengetahui hasil atau profit dari data-data yang diperoleh dari KUD Tani Makmur untuk itu membutuhkan suatu analisis data agar bisa memperoleh suatu penilaian dari data-data tersebut yang akan dihitung sebagai berikut:

A.) Perputaran piutang

1. Rata-Rata Piutang

Rumus:

$$\text{Rata-rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

Perhitungan:

$$\text{Tahun 2015} = \frac{9.559.352.152 + 9.436.863.999}{2} = 9.498.108.075,5$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{9.436.863.999 + 9.734.274.930}{2} = 9.585.569.464,5$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{9.734.274.930 + 11.008.178.654}{2} = 10.371.226.792$$

Tabel 7
Rata-rata Piutang

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
Rata-rata piutang	Rp 2.289.248.842	Rp 2.372.271.549	Rp 2.588.163.312
Sumber : Data diolah			

Dari tabel 7 data rata-rata piutang diatas diketahui bahwa mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 memiliki peningkatan dan terjadi peningkatan pada setiap tahunnya, dengan adanya peningkatan tersebut dapat diartikan bahwa pengelola piutang masih kurang baik. Dimana pada setiap tahunnya yang memiliki peningkatan piutang yang mengakibatkan makin banyaknya dana perusahaan yang menganggur dan tidak di pergunakan untuk usahanya tersebut maka pada hal ini jika tidak diperhatikan oleh pihak perusahaan maka dapat mengakibatkan penurunan keuntungan pada saat kesempatan perusahaan dapat meningkatkan keuntungan maka dari pihak pengelola piutang harus ada perubahan supaya piutang tidak bertambah lagi dan akan mengakibatkan pengendapan dana yang menganggur pada setiap tahunnya.

2. Tingkat perputaran piutang

a. Rumus tingkat Perputaran piutang :

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

Perhitungan :

$$\text{Tahun 2015} = \frac{45.926.922.584}{9.498.108.075,5} = 4,83537586842 / 4 \text{ kali}$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{49.234.920.123}{9.585.569.464,5} = 5.13635838802 / 5 \text{ kali}$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{61.272.978.267}{10.371.226.792} = 5,90797785988 / 5 \text{ kali}$$

Tabel 8
Tingkat Perputaran Piutang

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
Perputaran piutang	4,8353 kali	5,1363 kali	5,9079 kali
Sumber : Data diolah			

Dari tabel 8 diatas ini untuk tingkat perputaran piutang mengalami kenaikan dalam perputarannya setiap periode dan setiap kali berputarnya piutang tersebut mengalami kenaikan, untuk peningkatannya ini dimulai pada tahun 2015 perputaran piutang sebanyak 4,8353 kali dalam setiap periodenya dan pada tahun 2016 mencapai 5,1363 kali perputaran piutangnya dan pada saat tahun 2017 terjadi 5,9079 kali. Dengan keadaan seperti ini dapat diketahui bahwa kinerja keuangan pada perusahaan khususnya pada manajemen pengelola piutang yang bisa meningkatkan perputaran piutang ini bisa berdampak semakin baik pada kondisi keuangan perusahaan KUD Tani Makmur ini.

Untuk Mengetahui perputaran piutang dalam bentuk harian maka akan dihitung dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

b. Rumus Periode pengumpulan piutang (*Average collection period*) :

$$\text{Rasio ACP} = \frac{360}{\text{RTO/perputaran piutang}}$$

Perhitungan :

$$\text{Tahun 2015} = \frac{360}{4,8353} = 74,4524 \text{ hari}$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{360}{5,1363} = 70,0893 \text{ hari}$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{360}{5,9079} = 60,9353 \text{ hari}$$

Tabel 4.8 umur rata-rata piutang

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
Umur Rata-rata piutang	74,4524 hari	70,0893 hari	60,9353 hari
Sumber : Data diolah			

Dari data diatas umur rata-rata perputaran piutang berdasarkan hari dan dalam tabel di atas juga bisa disimpulkan bahwa jika semakin menurunnya umur rata-rata piutang ini maka semakin baik terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena semakin cepat kembalinya piutang maka semakin baik untuk meningkatkan keuntungan perusahaan..

Berdasarkan tingkat perputaran piutang baik dalam satu periode maupun dalam harian jika menunjukkan kenaikan tingkat perputaran piutang perusahaan dan menurunnya umur perputaran piutangnya. Hal ini jika meningkatnya perputaran piutang maka investasi perusahaan yang tertanam dalam piutang menurun dan begitu juga sebaliknya jika semakin rendah tingkat perputaran piutangnya maka mengakibatkan banyaknya investasi perusahaan yang tertanam dalam piutang.

B.) Pengendalian perputaran piutang

1. Rasio tunggakan

Rumus :

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{piutang tak tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

Perhitunga :

$$\text{Tahun 2015} = \frac{139.292.258}{9.436.863.999} \times 100\% = 0,0147 / 0,015\%$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{139.292.258}{9.734.274.930} \times 100\% = 0,0143 / 0,014\%$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{139.292.258}{11.008.178.654} \times 100\% = 0,0126 / 0,013\%$$

Tabel 9 Piutang tak tertagih

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
piutang tak tertagih (tunggalan)	0,015	0,014	0,013
Sumber : Data diolah			

dari data diatas pada tabel 9 piutang tak tertagih ini bisa disimpulkan bahwa tunggakan piutang yang ada dalam tabel tersebut nol mengapa karena hasil perhitungan tidak ada 1% maupun 0,5% masih belum terjadi. Maka dari itu tunggakan piutang ini dinyatakan nol karena piutang sudah banyak yang membayar tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian sebelum melakukan kredit dari pihak nasabah maupun anggota,

Berdasarkan hasil dari tunggakan piutang yang menurun tiap tahunnya tersebut maka semakin baik bagi piutang yang tak tertagih karena piutang tak tertagih berkurang dan juga jika perputaran piutang semakin rendah hal ini juga berpengaruh terhadap dana karena dana investasi perusahaan dalam piutang semakin banyak ataupun mengendap.

2. Rasio penagihan

Rumus :

$$\text{Rasio penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

Perhitungan :

$$\text{Tahun 2015} = \frac{9.436.863.998,98}{9.436.863.999} \times 100\% = 0,9999 / 99,99\%$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{9.734.274.929,99}{9.734.274.930} \times 100\% = 0,9999 / 99,99\%$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{11.008.178.654}{11.008.178.654} \times 100\% = 100\%$$

Tabel 10 piutang tertagih

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
piutang tertagih (tagihan)	99,99%	99,99%	100%
Sumber : Data diolah			

Dari data tabel 10 tentang piutang tertagih diatas tersebut bisa disimpulkan bahwa pada tahun 2015 piutang yang tertagih sebesar 99,99% dari total piutang yang sudah dikurangi piutang tak tertagih, sedangkan tahun 2016 piutang yang tertagih sama besarnya dengan tahun 2015 yakni sebesar 99,99%, dan pada tahun 2017 total piutang yang tertagih meningkat sebesar 100% atau seluruh piutang tertagih.

Berdasarkan hasil dari piutang tertagih tersebut yang semakin meningkat mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 berpengaruh kepada perputaran piutang karena piutang tertagih semakin meningkat sehingga piutang tertagih semua, hal ini mengakibatkan piutang tak tertagih menurun dan hal tersebut dikatakan semakin baik. jika pada bagian pengelola piutang bisa mengatur perputaran piutang yang akan meningkat dikarenakan piutang tertagih semua keuntungan perusahaan akan meningkat, jika tidak bisa dikelola dengan baik piutang akan menjadi pengendapan dana investasi perusahaan yang ada dalam piutang tersebut.

C.) Rasio Profitabilitas

1. Gross profit margin (Margin Laba Kotor)

Rumus:

$$\text{profitabilitas} = \frac{\text{penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{sales}}$$

Perhitungan :

$$\text{Tahun 2015} = \frac{4.830.667.376 - 390.822.995}{45.926.922.584} = \frac{4.439.844.381}{45.926.922.584} = 0,09667 / 0,97\%$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{5.072.248.483 - 654.312.443}{49.234.920.123} = \frac{4.417.936.040}{49.234.920.123} = 0,0961 / 0,96\%$$

Tahun 2017 = $\frac{6.144.611.164 - 867.579.779}{61.272.978.267} = \frac{5.277.031.385}{61.272.978.267} = 0,0861 / 0,86\%$

2. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Rumus :

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

Perhitungan :

Tahun 2015 = $\frac{413.125.111}{4.830.667.376} = 0,0855 / 0,86\%$

Tahun 2016 = $\frac{513.514.102}{5.072.248.483} = 0,1012 / 10,12\%$

Tahun 2017 = $\frac{653.156.524}{6.144.611.164} = 0,1062 / 10,62\%$

Tabel 11 Rasio Profitabilitas (*Profit Margin Dan Net Profit Margin*)

No	Periode	Rasio Profitabilitas	
		Gross Profit Margin	Net Profit Margin
1	2015	97%	0,86%
2	2016	96%	10,12%
3	2017	86%	10,62%

Sumber : Data diolah

Dari data tabel 4.11 tentang Rasio Profitabilitas (*Profit Margin Dan Net Profit Margin*) tersebut bisa disimpulkan bahwa prosentase setiap tahunnya pada *Profit Margin* ini mengalami penurunan yakni pada tahun 2015 sebesar 97%, sedangkan pada tahun 2016 96%, dan pada tahun 2017 sebesar 86% dengan ini laba kotor semakin menurun dan bisa dikatakan membaik.

Pada tabel perhitungan *Net Profit Margin* di atas juga bisa disimpulkan bahwa laba bersih terus meningkat mulai dari tahun 2015 prosentase sebesar 0,86%, dan pada tahun 2016 mulai meningkat sebesar 10,12%, sedangkan pada tahun 2017 sedikit meningkat dari pada tahun sebelumnya yakni sebesar 10,62%.

Dari kesimpulan tersebut maka keuntungan perusahaan semakin membaik dikarenakan perputaran piutang yang meningkat dan piutang yang tak tertagih menurun dan laba bersih perusahaan juga ikut meningkat.

B) Pembahasan Hasil penelitian

a. Pengendalian perputaran piutang

Pada KUD Tani Makmur Kec. Senduro didalam melakukan pengawasan untuk menyeimbangkan hasil keuntungan yang meningkat ini dari kebijakan Pengurus yakni akan melakukan pengawasan terhadap perputaran piutang, dan untuk laporan keuangan KUD Tani Makmur ini akan Dilakukannya pemeriksaan setiap harinya yang berbentuk berita acara yang akan di laporkan dan juga yang akan diarsipkan, sehingga piutang dapat terkontrol dengan baik oleh manajemen pengelola piutang.

Jika Dilihat Pada Rata-rata piutangnya, dari periode 2015 s/d 2017 yang mengalami kenaikan setiap tahunnya ini disebabkan karena harta kekayaan perusahaan yang mengendap atau menganggur.

Apabila jika dilihat dari tingkat perputaran piutang yang dimulai dari tahun 2015 s/d 2017 ini yang mengalami peningkatan yang akan berdampak kepada tingkat keuntungan perusahaan yang meningkat juga. Maka pada saat waktu pengumpulan piutang pun akan menjadi semakin cepat.

Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan pada peningkatan perputaran piutang KUD Tani Makmur dapat melakukan alternatif sebagai berikut ini:

1. Menentukan syarat untuk penjualan kredit dengan 2/10,n/30, dan memberikan sejumlah potongan tunai sebesar 2% dari harga jual.

Sebelum memberikan kredit kepada anggota atau nasabah, terlebih dahulu dilakukan survey terhadap langganan atau nasabah baru kemudian diberikan kredit disertai dengan potongan tunai 2% dari harga jual. Potongan tersebut hanya akan diberikan kepada pelanggan atau anggota yang telah melunasi tagihannya dalam waktu satu sampai sepuluh harian setelah penyerahan barang. Dengan demikian apabila pelanggan tidak dapat melunasi dalam waktu kurang dari sepuluh hari maka kas tambahan ini dianggap sebagai tambahan pendapatan potongan yang tidak diambil.

2. Pemberian sanksi tegas.

Dengan pemberian sanksi tegas terhadap pelanggan yang tidak menepati perjanjian awal dan diharapkan dapat meminimalkan kerugian dengan adanya penanaman modal dalam piutang oleh investasi kepada perusahaan.

3. Menyeleksi atau menyurvei langganan yang akan diberi kredit

Setelah melakukan survey terhadap pelanggan maka perusahaan dapat mengklasifikasikan pelanggan, mana yang tergolong pelanggan baik dan yang tidak baik untuk diberi kredit serta nominal yang maksimal untuk pemberian kreditnya sesuai dengan karakter pelanggannya.

Apa bila dilihat dari analisa *Profit Margin* dan *Net Profit Margin* KUD Tani Makmur maka dapat disimpulkan:

- a. Dari segi perhitungan *profit margin* KUD Tani Makmur dinilai sangat baik karena laba kotor terus berkurang dan mampu untuk meningkatkan keuntungannya dan ini perlu untuk dipertahankan untuk menjaga kualitas perusahaan.
- b. Jika dilihat dari segi net profit marginnya maka peningkatannya untuk keuntungannya sangat baik dikarenakan setiap perputaran slalu lancar tanpa ada endapan dana investasi yang dimasukkan kedalam piutang tersebut.

Apa bila dilihat dari segi pengendalian perputaran piutang KUD Tani Makmur sudah mulai membaik dikarenakan pada perputaran piutang yang meningkat dan piutang yang tak tertagih sudah mulai menurun dan yang untuk piutang tertagihnya juga sudah membaik karena hal ini maka dapat disimpulkan bahwa KUD Tani Makmur dalam hal pengelolaan perputaran dan pengendalian piutangnya sangat baik dan bisa meningkatkan keuntungan yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini pada suatu KUD Tani Makmur yang bertempat di Desa Kandangtepus, Kec. Senduro, Kab. Lumajang maka kesimpulan yang dapat diperoleh dari analisa data tersebut adalah sebagai berikut.

Dilihat dari Pengendalian piutang yang menggunakan rasio tunggakan dan rasio penagihan, perusahaan sudah melakukan pengendalian piutang dengan baik sehingga dapat melancarkan perputaran piutangnya. Apa bila dilihat dari perputaran piutangnya pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 mengalami peningkatan yang baik setiap tahunnya disebabkan karena semakin kecilnya piutang yang tak tertagih.

Dilihat dari rasio profitabilitas yang didalamnya terdapat *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin* yang akan disimpulkan sebagai berikut ini.

Jika dilihat dari *Gross Profit Margin* yang mengalami penurunan laba kotornya pada tahun 2015 sebesar 97%, dan pada tahun 2016 sebesar 96%, begitu juga pada tahun 2017 sebesar 86%, namun dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu untuk meningkatkan keuntungannya dengan baik.

Jika dilihat dari *Net Profit Margin* yang mengalami kenaikan pada setiap tahunnya yakni pada tahun 2015 sebesar 0,86%, dan pada tahun 2016 sebesar 10,12%, dan juga pada tahun 2017 sebesar 10,62% maka bisa dikatakan bahwa perusahaan sangat baik untuk mengelola piutang dan bisa meningkatkan keuntungan.

Dengan kata lain bahwa memaksimalkan tingkat perputaran piutang tersebut maka jadi semakin tinggi prosentase yang dihasilkan dan semakin besar pula perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam pembahasan kali ini adalah sebagai berikut:

1. Oleh perusahaan perlu memelihara, mempertahankan, membina, bahkan untuk meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan sehingga penjualan dapat berjalan dengan lancar dan meningkat, begitu juga dengan profitabilitas juga dapat meningkat dengan baik.
2. Dalam keberhasilan KUD tidaklah terlepas dengan pemanfaatan sumber-sumber dan penggunaan dana, maka manajemen pengelola dan pengurus KUD perlu meningkatkan pengendalian internal seperti peranan anggota, dan sumberdaya manusiannya agar dapat mengendalikan piutang untuk menjaga tingkat perputaran dan pengendalian piutangnya sehingga KUD dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggotanya dan masyarakat serta sekaligus menumbuhkan peran serta aktif para anggotanya.
3. Untuk pemerintahan harus turut serta didalam pengembangan KUD dengan memberikan dukungan nyata untuk meningkatkan produktivitasnya dan kualitas terhadap anggota dan karyawan. Misalnya dengan memberikan pelatihan dan pendidikan kepada anggota dan karyawan KUD.

4. Untuk menghindari hal yang mengakibatkan adanya keterlambatan pembayaran piutang yang berlebihan maka diperlukan adanya peraturan dan perjanjian yang tegas terhadap pelanggan yang melanggar ketentuan yang telah disepakati dalam kontrak.
5. Untuk menunjang kemajuan perusahaan maka KUD harus melakukan kerja sama dan menjalin hubungan yang baik antara perusahaan yang lain dan yang sejenis, dan juga untuk mendapatkan suatu informasi yang terbaru tentang untuk menunjang kemajuan perusahaan

Pengaruh Motivasi, Prestasi, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Puskesmas Sumpalsari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang

Samsul Arifin¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: Ariframble1762@gmail.com

Noer Aisyah Barlian²
STIE Widya Gama Lumajang

Zainul Hidayat³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstract

This study aims to determine whether the motivation, achievement and job satisfaction significantly influence the performance of employees Puskesmas Sumpalsari. The population of data collected in the study was all 45 employees. Sampling technique in this research is saturated sampling, that is taking all sample as much as 45 respondents. In general, this research shows the result of the respondent's condition to the variables of this research is generally good. This can be shown from the number of responders' high responses to the condition of each research variable. The result of research and hypothesis showed that motivation, achievement and job satisfaction have significant influence to the performance of employees of Sumpalsari Public Health Center. Based on F statistical test obtained F value count > F table value then all independent variables together significantly influence the dependent variable which means that motivation, achievement, and job satisfaction have a significant effect on employee performance.

Keywords: Motivation, Achievement, Job Satisfaction, Employee Performance

PENDAHULUAN

Puskesmas merupakan salah satu lembaga kesehatan yang bertugas untuk melayani masyarakat, Puskesmas Sumpalsari seiring dengan berjalannya waktu merupakan lembaga pelayanan masyarakat di bidang kesehatan yang semakin berkembang. Puskesmas Sumpalsari terletak di desa Sumber sari kecamatan Rowokangkung. Secara Topografi Kecamatan Rowokangkung sebagian besar adalah dataran Alluvial. Merupakan dataran rendah yang tergolong daerah subur karena melimpahnya sumber air yang merata diseluruh wilayahnya. Kecamatan Rowokangkung memiliki 1 (satu) Puskesmas Rawat jalan dan Rawat Inap dengan rasio penduduk 1:30.000 penduduk, Puskesmas Pembantu (PUSTU) 2 buah di Desa Sidorejo dan Desa Dawuhan Wetan, Polindes/Ponkesdes 4 Buah di Desa Rowokangkung, Desa Kedungrejo, Desa Nogosari, dan Desa Sumberanyar. Berarti setiap Desa memiliki 1 tempat pelayanan kesehatan. Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014 untuk melaksanakan pembangunan kesehatan di wilayahnya kedudukannya, puskesmas adalah pelaksana pelayanan kesehatan tingkat pertama yang mempunyai tugas dan fungsi, yaitu pusat penggerak pembangunan berwawasan kesehatan, pusat pemberdayaan masyarakat, pusat pelayanan kesehatan masyarakat primer dan pusat pelayanan kesehatan perorangan primer.

Puskesmas telah berupaya melaksanakan berbagai program dan kegiatan untuk mencapai Visi dan Misi bidang kesehatan melalui pencapaian SPM yang ditetapkan oleh Kabupaten, dan dalam pelaksanaannya telah menunjukkan keberhasilan di beberapa program dalam mencapai tujuan pembangunan kesehatan yaitu masyarakat yang sehat dan mandiri. Meskipun dalam pelaksanaan masih ada beberapa kendala yang dihadapi, untuk bisa di atasi dalam perencanaan dan kedepan dapat meningkatkan lagi capaian dan mutu pelayanan kesehatan.

Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak keluar dari topik dan tujuan penelitian, maka penelitian ini hanya dibatasi pada pembahasan mengenai pengaruh motivasi, prestasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari kabupaten Lumajang.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang?
2. Apakah prestasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang?
3. Apakah kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang.
2. Mengetahui pengaruh prestasi terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumbersari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Menurut Luthans (2016) motivasi adalah proses yang dimulai dengan defisiensi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif.

Menurut Sopiah (2008) motivasi dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana usaha dan kemauan keras seseorang diarahkan kepada pencapaian hasil-hasil atau tujuan tertentu.

Menurut Rivai (2006) motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuannya.

Menurut Yusmanita (2013) motivasi kerja yang tinggi akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta mendorong terciptanya sikap dan tindakan yang profesional dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan bidang dan tanggung jawab masing - masing, dengan demikian maka karyawan akan bekerja lebih giat dalam melaksanakan pekerjaannya. Sebaliknya dengan motivasi kerja yang rendah karyawan tidak mempunyai semangat bekerja, mudah menyerah, dan kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Prestasi

Menurut Hasibuan (2008) Prestasi merupakan hasil kerja seorang karyawan dalam periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan seperti standart, target, sasaran, atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama. "Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan dan kesungguhan serta waktu, sedangkan menurut Justine Sirait (2006) menjelaskan bahwa "Prestasi kerja adalah proses evaluasi atau unjuk kinerja pegawai yang dilakukan oleh organisasi". Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa prestasi merupakan hasil kerja seseorang berdasarkan beban tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Bernardin dan Russel dalam tulisan Edy Sutrisno (2009) memberikan definisi tentang prestasi adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsipekerjaan tertentu atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu. Penilaian prestasi kerja karyawan bagi organisasi merupakan sarana untuk mengembangkan sumber daya manusia. Sedangkan bagi karyawan penilaian prestasi dapat memacu semangat kerja, guna meningkatkan kinerja selanjutnya. Karena dengan penilaian prestasi ini akan merasa bahwa hasil kerja mereka diakui oleh pihak organisasi dan kemudian menimbulkan harapan untuk memperoleh kompensasi dari organisasi. Hal ini merupakan sumber motivasi kerja yang sangat mempengaruhi kinerja karyawan.

Kepuasan Kerja

Menurut Mangkunegara (2004) Kepuasan kerja adalah sesuatu perasaan yang menyongkong atau tidak menyongkong diri pegawai yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun dengan kondisi dirinya. Kepuasan kerja berhubungan dengan sikap seseorang mengenai kerja, dan ada beberapa alasan praktis yang membuat kepuasan kerja merupakan konsep yang penting bagi pemimpin. Penelitian menunjukkan pekerja yang puas lebih cenderung bertahan bekerja untuk organisasi. Pekerja yang puas juga cenderung terlibat dalam perilaku organisasi yang melampaui deskripsi tugas dan peran mereka, serta membantu mengurangi beban kerja dan tingkat stress anggota dalam organisasi. Pekerja yang tidak puas cenderung bersikap menentang dalam hubungannya dengan kepemimpinan dan terlibat dalam berbagai perilaku yang kontraproduktif.

Kinerja

Amstrong dan Baron (1998) Mengemukakan bahwa Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan non *profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Secara lebih tegas Amstron dan Baron mengatakan kinerja merupakan

hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Lebih jauh Indra Bastian menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan, program, kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi. Berdasarkan dari proses meningkatkan penghasilan laba atau keuntungan ini. Pengertian kinerja menurut Mangkunegara (2001) adalah "hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya". Kualitas yang dimaksud disini adalah dilihat dari kehalusan, kebersihan dan ketelitian dalam pekerjaan sedangkan kuantitas dilihat dari jumlah atau banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan karyawan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian bertujuan untuk suatu pertanggung jawaban terhadap semua langkah yang akan diambil dalam penyelesaian suatu masalah secara efektif. Oleh karena itu, supaya dalam pelaksanaan penelitian dapat diperoleh tujuan yang diharapkan, maka diperlukan rancangan penelitian yang sistematis. Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan di peroleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian

Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan yang dinilai dengan variabel motivasi, prestasi dan kepuasan kerja. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bagaimana pengaruh motivasi, prestasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari.

Sumber Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data internal yakni data yang berasal dari tempat penelitian yaitu Puskesmas Sumpalsari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang, dan data tersebut diperoleh secara langsung dari lembaga yang bersangkutan.

Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari responden yang merupakan karyawan puskesmas Sumber sari yang terdiri dari identitas responden, tanggapan responden terhadap motivasi kerja, prestasi kerja, kepuasan kerja dan kinerja karyawan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh lembaga lalu dipublikasikan kepada masyarakat.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Puskesmas Sumpalsari, dengan jumlah 45 orang. Karena jumlah karyawan kurang dari 100 orang maka populasi dalam penelitian ini diambil secara keseluruhan dari jumlah karyawan tersebut. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah 45 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability atau sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2011:68) sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini diambil secara keseluruhan dari jumlah populasi yakni sejumlah 45 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Puskesmas Sumpalsari

Puskesmas merupakan salah satu lembaga kesehatan yang bertugas untuk melayani masyarakat, Puskesmas Sumpalsari seiring dengan berjalannya waktu merupakan lembaga pelayanan masyarakat di bidang kesehatan yang semakin berkembang. Puskesmas Sumpalsari terletak di Desa Sumber sari kecamatan Rowokangkung. Secara Topografi Kecamatan Rowokangkung sebagian besar adalah dataran Alluvial. Merupakan dataran rendah yang tergolong daerah subur karena melimpahnya sumber air yang merata diseluruh wilayahnya. Mutu pelayanan kesehatan salah satunya dari pemenuhan sarana dan prasarana yang bertujuan meningkatkan derajat kesehatan yang optimal dan kepuasan masyarakat. Meliputi Puskesmas dan jaringannya (Pustu, Ponkesdes) serta Upaya kesehatan Bersumber daya Masyarakat (UKBM).

Kecamatan Rowokangkung memiliki 1 (satu) Puskesmas rawat jalan dan rawat inap dengan rasio penduduk 1 : 30.000 penduduk, Puskesmas Pembantu (PUSTU) 2 buah di Desa Sidorejo dan Desa Dawuhan Wetan, Polindes/Ponkesdes 4 Buah di Desa Rowokangkung, Desa Kedungrejo, Desa Nogosari, dan Desa Sumberanyar.

Uji Validitas

Tabel 1.1
 Hasil Uji Validitas Motivasi dan Prestasi kerja

Variabel	Corrected item-Total Correlation	Nilai r-tabel	Keterangan
X1.1	0,512	0,294	Valid
X1.2	0,427	0,294	Valid
X1.3	0,513	0,294	Valid
X1.4	0,301	0,294	Valid
X1.5	0,391	0,294	Valid
X2.1	0,514	0,294	Valid
X2.2	0,599	0,294	Valid
X2.3	0,356	0,294	Valid
X2.4	0,309	0,294	Valid
X2.5	0,359	0,294	Valid

Tabel tersebut menjelaskan bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,294 dengan taraf signifikansi 0,05 dan n berjumlah 45. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item yang digunakan dalam pertanyaan ini merupakan hasil yang valid serta dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 1.2
 Hasil Uji Validitas Kepuasan kerja dan Kinerja karyawan

Variabel	Corrected item-Total Correlation	Nilai r-tabel	Keterangan
X3.1	0,408	0,294	Valid
X3.2	0,494	0,294	Valid
X3.3	0,686	0,294	Valid
X3.4	0,426	0,294	Valid
X3.5	0,541	0,294	Valid
Y1.1	0,569	0,294	Valid
Y1.2	0,516	0,294	Valid
Y1.3	0,495	0,294	Valid
Y1.4	0,469	0,294	Valid
Y1.5	0,472	0,294	Valid

Tabel tersebut menjelaskan bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,294 dengan taraf signifikansi 0,05 dan n berjumlah 45. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item yang digunakan dalam pertanyaan ini merupakan hasil yang valid serta dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.3
 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item dalam kuesioner	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivasi	5	0,552	Reliabel
Prestasi Kerja	5	0,766	Reliabel
Kepuasan Kerja	5	0,798	Reliabel
Kinerja Karyawan	5	0,831	Reliabel

Hasil dari uji reliabilitas tersebut adalah, pada variabel motivasi nilai dari alpha adalah sebesar 0,552 , sedangkan untuk variabel prestasi kerja sebesar 0,766, variable kepuasan kerja sebesar 0,798, dan variabel kinerja karyawan sebesar 0,831. Masing-masing variabel tersebut nilainya lebih besar dari r tabel yakni sebesar 0,294.

Uji Multikolonieritas

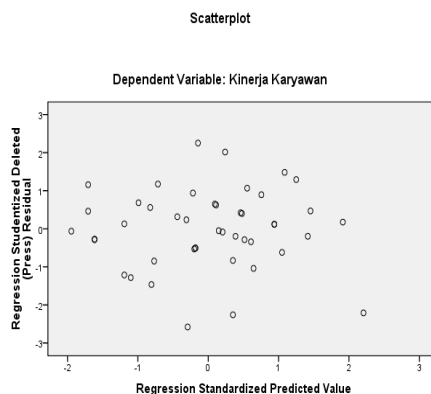
Tabel 1.4
hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X_1	.798	1.267
	X_2	.792	1.263
	X_3	.993	1.007

Berdasarkan aturan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*, maka VIF melebihi angka 10 atau *tolerance* kurang dari 0,10 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 atau *tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil pada tabel tersebut menjelaskan bahwa Tolerance >0,10 dan VIF <10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji terjadinya perbedaan variance dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke period pengamatan lainnya.



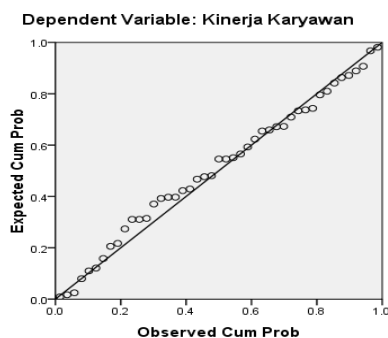
Gambar 1.1
hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *Scatterplot* diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak pakai

Uji Normalitas

Gambar 1.2
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik diatas terlihat bahwa semua titik-titik pernyataan mendekati atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas yang berarti data sudah terdistribusi secara normal.

Uji Hipotesis

Pada variabel motivasi nilai t hitung adalah 3,516 lebih besar 1,683 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,005, dari hasil tersebut dinyatakan motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpu. Maka hipotesis pada variabel motivasi dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu, terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpu.

Pada variabel prestasi kerja nilai t hitung adalah 4,137 lebih besar dari tabel 1,683 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,005, maka dari hasil tersebut dinyatakan prestasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpu. Maka hipotesis pada variabel prestasi kerja

dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu, terdapat pengaruh prestasi kerja terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari.

Pada variabel kepuasan kerja nilai t hitung adalah 3,174 lebih besar dari tabel 1,683 dengan signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,005, maka dari hasil tersebut dinyatakan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari. Maka hipotesis pada variabel kepuasan kerja dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu, terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari.

Uji F

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F ini adalah, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independent secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent. Apabila signifikansi $> 0,05$ maka variabel independent secara bersama-sama dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Hasil Uji F adalah nilai F hitung sebesar 7,286 dengan signifikansi $0,001 < 0,005$ yang berarti bahwa motivasi, prestasi, dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pembahasan

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari Kecamatan Rowokangkung. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan pada uji t variabel motivasi nilai t hitung adalah 3,516 lebih besar 1,683 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,005, dari hasil tersebut dinyatakan motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) dapat dijelaskan bahwa prestasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai dari t hitung 4,137 lebih besar dari t tabel yakni 1,683. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari, hal ini juga akan mempengaruhi terhadap hasil pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, dan diharapkan adanya peningkatan kinerja karyawan yang semakin baik.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dapat dijelaskan bahwa prestasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai dari t hitung 3,174 lebih besar dari t tabel yakni 1,683. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari, hal ini juga akan mempengaruhi terhadap hasil pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, dan diharapkan adanya peningkatan kinerja karyawan yang semakin baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pada variabel motivasi, prestasi kerja, dan variabel kepuasan kerja berdasarkan hasil uji parsial atau uji t yang dilakukan variabel motivasi, prestasi kerja, dan variabel kepuasan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan puskesmas Sumpalsari.
- b. Berdasarkan uji statistik F diperoleh nilai F hitung $>$ nilai F tabel maka seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. nilai F hitung $7,286 > 2,81$ dengan signifikansi $0,001 < 0,005$ yang berarti bahwa motivasi, prestasi, dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Saran

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan variabel-variabel dalam penelitian, karena masih terdapat variabel lain yang belum di sertakan dalam penelitian ini. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambah pertanyaan pada kuesioner dan lebih memperhatikan variabel yang lebih relevan agar kualitas hasil penelitian lebih baik dari penelitian yang saya lakukan.

Untuk lembaga atau instansi yang terkait sebaiknya lebih memperhatikan karyawan yang berprestasi baik dengan memberikan penghargaan yang layak, hal ini akan memotivasi karyawan untuk lebih meningkatkan kinerjanya. Selanjutnya meningkatkan kondisi lingkungan kerja yang lebih kondusif, sehingga bisa memberikan suasana kerja yang nyaman dan berdampak positif pada kepuasan kerja karyawan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, Komang I.dkk. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Asim, Masood. 2013. *Impact of Motivation on Employee Performance With Effect or Training: Specific to Education Sector of Pakistan*. International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 3, ISSN 2250-3153.
- Fathoni. 2016. *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan..* Universitas Islam Lamongan.
- <http://adaddanuartha.blogspot.co.id/2014/11/prestasi-kerja-menurut-ahli>.(Diakses pada maret- 2018)
- Ibrahim, masud and Brobbey, Veronica. 2015. *Impact Of Motivation On Employee Performance The Case Of Some Selected Micro Finance Companies In Ghana*. University of Education Winneba Department of Management Studies Education, Kumasi, Ghana.
- Juniantara, Riana. 2015. *Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Koperasi di Denpasar*. ISSN : 2337-3067. E-Jurnal Ekonomi dan Bisni Universitas Udayana.
- Kalesaran, dkk. 2014. *Pengaruh Motivasi, Penempatan Kerja, Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Lingkungan Hidup Provinsi Sulawesi Utara*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Malayu. 2015. *Manajemen, Dasar, Pengertian Dan Masalah*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mathis, L. R dan J. H Jackson, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resource Management)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Uju, Muogbo S. 2013. *The Influence of Motivation on Employees' Performance: A Study of Some Selected Firms in Anambra State*. International Journal. Department of Business Administration Anambra State University.
- Puspitasari, Rita. 2014. *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Magelang*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priansa D.J. 2014. *PERENCANAAN DAN PEMBANGUNAN SDM*. Alfabeta. Bandung.
- Shahzadi, irum.dkk. 2014. *Impact of Employee Motivation on Employee Performance*. Department of Management Sciences The Islamia University of Bahawalpur, Pakistan. European Journal of Business and Management. ISSN 2222-1905-Vol.6, No.23, 2014.
- Siagian, Sondang, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.Jakarta.
- Subakti. 2013. *Pengaruh Motivasi, Kepuasan, Dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Café X Bogor*. BINUS University.
- Surianti. 2015. *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon*. Universitas Wiralodra Indramayu.
- Wibowo, 2007. *MANAJEMEN KINERJA* (Edisi Kelima). PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Yusmanita. 2013. *Analisis Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Lotte Shopping Indonesia Pekanbaru*. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau Pekanbaru
- Zameer, Hasim. 2014. *The Impact of the Motivation on the Employee's Performance in Beverage Industry of Pakistan*. E-ISSN: 2225-8329 Vol. 4, No.1. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences. BZU-Bahadur Sub Campus Layyah, Pakistan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yamaha Nmax di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang

Risky Maulana¹
STIE Widya Gama Lumajang

Noer Aisyah Balian²
STIE Widya Gama Lumajang
email: berlian.0302@gmail.com

Zainul Hidayat³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kasual atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 45 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the quality of products and quality of service to the decision to purchase Yamaha NMAX products in Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. This research is a quantitative research by looking for associative association that is casual or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. Samples taken are 45 people. Sample technique used is simple random sampling (simple random sampling). The results of this study indicate that the quality of the product to the purchase decision shows that partially the quality of the product there is no significant influence on the purchasing decision of the unit NMAX yamaha in Duta Motor 2 Lumajang. The quality of service to the purchasing decision shows that partially Quality of service there is no significant influence on purchasing decision of unit of yamaha NMAX in Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. Product quality and service quality to purchase decision indicate that simultaneously product quality and purchasing quality have no significant effect to purchasing decision of unit of yamaha NMAX in Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Sepeda motor NMAX di Indonesia khususnya di Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur sangat banyak penggunanya. Penjualan sepeda motor NMAX khususnya di Dealer Yamaha Duta Motor 2 Lumajang dimana modernitas dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Setiap perusahaan menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenhi target pasar. Untuk mencapai pasar sasaran dibutuhkan keuletan dan kejelian dari pihak pemasaran untuk aktif berusaha mencari peluang dan kesempatan yang ada karena faktor utama yang dapat menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah pemasaran.

Tipe dari merek sepeda motor YAMAHA khususnya NMAX juga dapat menjadi magnet yang kuat dalam persaingan untuk memperebutkan dan memenangkan pasar konsumen. Tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen hanya terpaku pada citra merek saja, kualitas produk juga sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian suatu produk. "Kualitas produk adalah salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*" (Freddy Rangkuti, 2013:83). Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk. Hal ini semakin mendekatkan pemasar dengan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kualitas yang dimaksud merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual atau ciri khas dari produk tersebut yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Siti rohma (2015) "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Layanan Pada Keputusan Pembelian Perhiasan". Hasil ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian tersebut layak untuk dilakukan analisis berikutnya. Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan citra merek, kualitas produk, dan layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah waktu penelitian, responden yang diteliti dan tempat penelitian dimana menggunakan sepeda motor menjadi kebanggaan tersendiri bagi setiap konsumen. Memilih sepeda motor, tidak hanya soal kenyamanan saja melainkan juga bagian dari penampilan. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil topik tersebut dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YAMAHA NMAX DI DUTA MOTOR 2 KABUPATEN LUMAJANG". Peneliti tertarik untuk mengangkat tema ini lebih jauh seberapa besar kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk sepeda motor YAMAHA tipe NMAX.

KAJIAN TEORI

Harga. "Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap kinerja suatu produk atau jasa, sehingga kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Akan tetapi, sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008: 272).

Kualitas Pelayanan. "Menurut Wyekof (dikutip dalam Fandy Tjiptono 2000: 59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitasnya dipersepsikan buruk.

Keputusan Pembelian. "Keputusan pembelian adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua atau lebih alternatif yang ada atau mendefinisikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah" (Georgy R.Terry dan A.F Stoner dalam Agustinus Johannes 2016:45).

Hipotesis. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

a Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

H_a : Terdapat kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

b Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

H_a : Terdapat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

c Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

H_a : Terdapat terdapat pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor

NMAX di Lumajang *Duta Motor 2*.

METODE PENELITIAN

“Rancangan penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya” (Umar, 2008:166).

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)” (Sugiyono, 2008:36).

Adapun sebagai obyek penelitian ini adalah variabel independen kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian sepeda motor merek yamaha tipe NMAX.

Tempat penelitian adalah di Lumajang *Duta Motor 2* dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a Lumajang *Duta Motor 2* merupakan salah satu dealer resmi YAMAHA dan salah satu dealer terbesar di Lumajang
- b Perkembangan sepeda motor NMAX yang sedang diminati oleh kalangan masyarakat di Duta Motor.

“Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simplerandom sampling*) adalah desain yang paling sederhana dan mudah, prinsip pemilihan sampel ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih” (Kuncoro, 2013:127).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.411	7.055		2.751	.009		
jml produk (X1)	.487	.644	.146	.757	.453	.624	1.604
jml pelayanan (X2)	.030	.404	.015	.075	.940	.624	1.604

a. Dependent Variable: jml keputusan (Y1)

Sumber data : Hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS *versi 16*

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (n-2) = 40-2= 38, maka diperoleh t tabel = ± 2,42.

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.513	2	5.257	.520	.598 ^a
	Residual	424.731	42	10.113		
	Total	435.244	44			

a. Predictors: (Constant), jml pelayanan (X2), jml produk (X1)

b. Dependent Variable: jml keputusan (Y1)

Sumber data : Hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS *versi 16*

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F tabel. Hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (n – k – 1) = 40 – 2 – 1 = 37, maka diperoleh F tabel = 3,25.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 ^a	.024	-.022	3.18004

a. Predictors: (Constant), jml pelayanan (X2), jml produk (X1)

b. Dependent Variable: jml keputusan (Y1)

Sumber data : Hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS versi 16

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,024. Hal ini berarti 2,4% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 97,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Unit Yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang

Berdasarkan hasil uji t, bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Unit Yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang. Hasil uji tersebut tidak mendukung teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2000; 54) bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen dimana kualitas produk memberi suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Mahmud Akhter Shareef dkk, (2012) yang menjelaskan bahwa kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan salah satu indikator variabel produk yang diterapkan pada penelitian ini, yaitu pada daya tahan produk, yang menjelaskan bahwa produk NMAX memiliki daya tahan yang sesuai. Berdasarkan hasil uji t yang menjelaskan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka daya tahan produk sepeda motor NMAX bukan merupakan salah satu indikator yang membuat masyarakat membeli sepeda motor NMAX meskipun memiliki kesesuaian dalam hal daya tahan motor.

Indikator kualitas produk selanjutnya yaitu kesesuaian produk, bahwa kesesuaian produk yang dimiliki Yamaha NMAX juga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX. Bahkan pada indikator yang ke-3 yaitu kemudahan penggunaan sepeda motor Yamaha NMAX, juga bukan merupakan indikator yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX.

Berdasarkan tabel responden, bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yaitu wanita dan laki-laki didapatkan bahwa wanita lebih banyak yang membeli daripada laki-laki. Selain itu, responden lebih banyak yang jenjang pendidikan SMA dan berusia diatas 32 tahun. Hal ini berarti bahwa responden termasuk dalam kategori telah dewasa untuk memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha NMAX. Maka dimungkinkan bahwa responden yang lebih banyak berjenis kelamin perempuan dan lebih banyak berpendidikan SMA serta tergolong dewasa, membeli sepeda motor Yamaha NMAX dikarenakan kapasitas penumpang yang besar dan lebar sehingga cukup untuk dikendarai oleh keluarga kecil. Hal ini sesuai dengan indikator keputusan pembelian yaitu kesesuaian manfaat yang didapat dengan membeli Yamaha NMAX sehingga responden tidak memperhatikan kualitas produk melainkan manfaat yang akan didapat dengan membeli produk tersebut.

Berdasarkan tabel tanggapan responden tentang kualitas produk yang menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas produk dinyatakan puas. Meskipun rata-rata tanggapan responden puas, tidak berarti bahwa hal tersebut merupakan pengaruh keputusan pembelian Yamaha NMAX. Hal ini dikarenakan responden dapat menyatakan puas terhadap kualitas sepeda motor Yamaha NMAX karena telah menggunakan dan menikmati manfaat dari sepeda motor Yamaha NMAX. Maka terdapat variabel lain yang menjadi pengaruh terhadap pembelian sepeda motor Yamaha NMAX. Mengingat bahwa sepeda motor Yamaha NMAX merupakan produk sepeda motor Yamaha yang baru dipasarkan pada tahun 2015 sehingga produk ini tergolong baru dan masih belum banyak yang menggunakan sepeda motor Yamaha NMAX.

Hal ini dimungkinkan oleh keyakinan seseorang terhadap produk Yamaha sehingga responden yang membeli Yamaha NMAX sudah yakin untuk membeli produk Yamaha walaupun produk terbilang sangat baru. Produk baru belum banyak yang menggunakan dan belum banyak masyarakat yang telah menguji kualitas dari produk NMAX, akan tetapi karena keyakinan masyarakat

terhadap brand Yamaha membuat responden membeli produk tanpa mengkaji kualitas produk baru dari Yamaha tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Unit Yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang

Berdasarkan hasil uji t, yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit sepeda motor Yamaha NMAX di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Junio Andrei *et.al* (2013), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang diteliti pada keputusan pembelian Yamaha NMAX membuktikan bahwa *reability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX. Bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh dealer selaku penjual sepeda motor Yamaha NMAX tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX. Maka dimungkinkan masyarakat yang telah membeli sepeda motor Yamaha NMAX telah memutuskan terlebih dahulu jenis motor yang akan dibeli sebelum membeli di dealer tersebut.

Berdasarkan rata-rata tanggapan kualitas pelayanan yang telah diterima oleh responden yang membeli sepeda motor Yamaha NMAX, responden menjawab puas terhadap kualitas pelayanan. Meskipun demikian, hal tersebut bukan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX. Maka dapat diasumsikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima oleh responden sebelum dan sesudah membeli sepeda motor Yamaha NMAX tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX, sehingga terdapat variabel-variabel lain selain kualitas pelayanan dari dealer dan juga kualitas produk sepeda motor Yamaha NMAX yang menjadi variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX.

Sesuai dengan keterangan produk yang telah dipaparkan bahwa sepeda motor Yamaha NMAX dipasarkan mulai tahun 2015, maka pengguna atau pemilik sepeda motor Yamaha NMAX tidak terlalu banyak dimasyarakat. Dimungkinkan faktor lain seperti model sepeda yang baru, brand yang dimiliki oleh Yamaha, dan faktor sosial lain di masyarakat yang membuat responden membeli sepeda motor Yamaha NMAX. Oleh karena itu membuat rasa ingin membeli produk semain tinggi sehingga responden membeli tanpa mempertimbangkan kualitas layanan dari produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Unit Yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang

Berdasarkan hasil uji F, didapatkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit Yamaha NMAX. Hasil penelitian ini menolak penelitian-penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka perlu dikaji lebih dalam lagi mengenai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian Yamaha NMAX di masyarakat karena kualitas produk dan kualitas layanan bukan merupakan salah satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian responden.

Berdasarkan tabel uji F bahwa secara konsisten, keputusan pembelian Yamaha NMAX tanpa adanya kualitas produk dan kualitas layanan sebesar 19,411. Setiap kenaikan 1 angka pada variabel kualitas produk maka akan naik sebesar, 0,48, begitu pula pada variabel kualitas layanan yang akan naik sebesar 0,03 apabila naik 1 angka. Dan berdasarkan tabel koefisien determinasi bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan hanya dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 2,4% dan sisanya 97,6% merupakan variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

“Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari sangat di pengaruhi oleh resiko yang dirasakan” (Kotler dan Keller, 2008:188). Berdasarkan tabel tanggapan responden terhadap keputusan pembelian, bahwa responden rata-rata merasa ragu-ragu terhadap keputusan pembelian sedangkan rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas produk dan layanan produk yaitu sangat puas dan puas. Maka meskipun responden puas terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dirasakan responden (ragu-ragu). Hal ini selaras dengan hasil koefisien determinasi yang hanya menjelaskan sebesar 2,4% peran kualitas layanan dan produk terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel-variabel lain yang lebih berkontribusi terhadap keputusan pembelian masih sangat luas yang belum dilakukan penelitian. Oleh karena itu beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menurut Ginting (2011), yang tidak dibahas dalam penelitian ini yaitu faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis perlu untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- Kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang.
- Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang.
- Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian unit yamaha NMAX di Duta Motor 2 Kabupaten Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah dilakukan diatas, sehingga saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut :

- Hasil koefisien determinasi sebesar 0,170, menunjukkan kemampuan variabel bebas mempengaruhi variabel terikatnya hanya 17%. Jadi pengaruh kedua variabel masih sangat kecil, oleh karena itu bagi peneliti yang akan meneliti tema yang sama, sebaiknya menambahkan jumlah variabel bebas (*independen*), agar hasil penelitian dapat lebih baik lagi dalam membuktikan hipotesis.
- Penelitian lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang peningkatan dibidang pemasaran harus dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda dari peneliti yaitu selain variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Ambolau, Muhammad Arie Permana. 2015. *The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision (Study on Aqua Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 2013)*. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/793/97>). diakses 25 februari 2017.
- Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bayumedia Publishing: Malang.
- Andreti, Junio dkk. 2013. *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia*. (online). (<http://www.managementjournal.info>). diakses 25 Februari 2017.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Barang*. Bandung: Alfabeta.
- Baskoro, Ridwan Adji. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang)*. *Dokumen Karya Ilmiah | Skripsi | Prodi Manajemen - S1 | FEB | UDINUS*. (http://eprints.dinus.ac.id/18015/1/abstrak_17730.pdf). diakses 25 februari 2017.
- Buyung, Silvia. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda di Toko Lico*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 04*. (<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/download/13621/13207>). diakses 25 februari 2017.
- Cannon, Joseph P. dkk. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat: Jakarta.
- Denny, Saputra. 2014. *Effect Of Product Quality, Promotion, and, Brand Image On Purchase Decision Of Nike Sports Shoes. (Case Study On S1 FISIP UNDIP Students)*. (<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/6515>). diakses 25 Februari 2017.
- Djohan, Agustinus Johannes. 2016. *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Erna, Ferrinadewi. 2008. *Merek & psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV YRAMA WIDYA: Bandung.
- Gunawan, Adi Saputro.2016.*Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Sekolah tinggi ilmu Manajemen YKPN.
- Hastono, Sutanto Priyo. 2006. *Analisis Multivariate*. Penerbit FKM UI: Jakarta.
- Karlina, Ni Putu Novia.2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya pak oles tokcer Denpasar E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6.*(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=338140&val=989&title=PENGARUH%20CITRA%20MEREK%20DAN%20KUALITAS%20PRODUK%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20PRODUK%20PT.%20KARYA%20PAK%20OLES%20TOKCER%20DENPASAR>).diakses 25 februari 2017.
- Kotler, Phillip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.2008.*Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*.Erlangga.Jakarta
- , Mudrajad. 2009. *Metode Kuantitatif Tepri dan Aplikasi Untuk Bisnis*. Edisi Ketiga. UUP STIM YKPN: Yogyakarta.
- , Mudrajad. 2013. *Metodologi Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis?*. Tesis Edisi 4. Erlangga: Yogyakarta.
- Kuncoro. Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Tepri dan Aplikasi Untuk Bisnis*, Edisi Ketiga. UUP STIM YKPN Yogyakarta.
- Nugroho, Yohanes Anton. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative: Yogyakarta.
- Sallam, Methaq Ahmed. 2016. *An Investigation of Corporate Image Effect on WOM: The Role of Customer Satisfaction and Trust*. (online). Vol. 7, No.3. (<http://www.sciedupress.com/journal/index.php>). diakses 16 Februari 2017.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Simamora, Bilson.2003.*Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*.Jakarta.PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmah, Siti. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perhiasan.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4.*(<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/804/765>).diakses 25 februari 2017.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta: Bandung.
- . 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung .
- . 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- . 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta: Bandung.
- . 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Surachman.2008.*Dasar-Dasar Manajemen Merek Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*.Malang.Bayumedia Publishing.
- Umar, Husein.2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*.Jakarta.PT Gramedia Pustaka.
- Yohanes Anton Nugroho. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative: Yogyakarta.
- Zamroni, Afif. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda*. (online). (<http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>). diakses 25 Februari 2017.

Komparasi Ketepatan Prediksi Pendapatan Operasional Pada Kelompok Kegiatan Usaha Bank Perkreditan Rakyat Di Jawa Timur

Zainul Hidayat¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: zd4y4t@gmail.com

Jesi Irwanto²
STIE Widya Gama Lumajang
email: irawanjasy21@gmail.com

Abstrak

Kegiatan perbankan bertujuan untuk meraih laba yang optimal, salah satunya melalui pendapatan operasional. Setiap tahun perbankan diwajibkan untuk menyusun rencana anggaran, oleh karena itu bank perlu mengetahui prediksi pendapatan operasional yang akurat. Penelitian ini bertujuan membandingkan hasil analisis prediksi pendapatan operasional menggunakan metode *product moment*, *least square* dan *semi average*, serta menentukan metode yang memiliki ketepatan prediksi pendapatan operasional yang akurat pada kelompok kegiatan usaha BPR di Jawa Timur. Sampel penelitian terdiri dari 4 (empat) BPR kategori kegiatan usaha 1 dan 4 (empat) BPR kategori kegiatan usaha 2. Perhitungan dilakukan pada masing-masing BPR dengan menggunakan 3 (tiga) metode prediksi memberikan hasil yang berbeda. Metode prediksi yang akurat digunakan memprediksi pendapatan operasional BPR kategori kegiatan usaha 1 adalah metode *least square*, sedangkan pada BPR kategori kegiatan usaha 2 maka metode prediksi yang akurat untuk memprediksi pendapatan operasional adalah metode *product moment*. Secara keseluruhan metode *least square* dan metode *product moment* merupakan metode yang akurat memprediksi pendapatan operasional pada BPR. Metode prediksi pendapatan operasional pada setiap BPR akan berbeda karena itu tergantung pada karakter dan kegiatan bank bersangkutan. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian yang lebih luas

Kata kunci : Pendapatan Operasional, Least Square, Product Moment, Semi Avarage.

Abstract

Banking activities aim to achieve optimal profit, one of them through operating income. Every year banks are required to plan budgets, therefore banks need to know accurate operational revenue predictions. This study aims to compare the results of the analysis of the operating revenue prediction using product moment, least square and semi average methods, and to determine the method that has accurate prediction of operating income in the BPR business group in East Java. Research sample consist of 4 (four) BPR category of business activity 1 and 4 (four) BPR category of business activity 2. The calculation performed on each BPR using 3 (three) prediction method give different result. Accurate prediction method used to predict the operational income of BPR category of business activity 1 is least square method, whereas in BPR category of business activity 2 then accurate prediction method to predict operational income is product moment method. Overall least square method and product moment method is an accurate method of predicting operating income at the BPR. The method of prediction of operating income at each BPR will be different because it depends on the character and activities of the bank concerned. Therefore for the next researcher is suggested to do research with research object wider.

Keywords: Operating Income, Least Square, Product Moment, Semi Avarage.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan yang semakin pesat saat ini, menuntut manajemen bank untuk memiliki kemampuan mengelola bank nya dengan baik dan terencana. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin tajam, membuat bank yang mampu mengelola usahanya dengan baik akan bisa bertahan bahkan berkembang, tetapi bagi bank yang tidak mampu mengelola usahanya dengan baik maka akan semakin terpuruk yang pada akhirnya akan kalah dalam

persaingan yang semakin ketat. Mengingat industri bank erat sekali hubungannya dengan jasa perkreditan sebagai salah satu sumber utama dalam perkembangan usahanya, maka bank harus mempunyai tolok ukur dalam merencanakan, memprediksi dan mengevaluasi kegiatan penyaluran atau penjualan kreditnya. Oleh karena itu diperlukan perencanaan yang matang agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diinginkan. Perencanaan memegang peran penting karena merupakan dasar bagi pelaksanaan fungsi lainnya. Aktifitas *planning* menghasilkan suatu rencana yang terdiri dari misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program, dan anggaran.

Proses penyusunan anggaran yang berkelanjutan dan di evaluasi sewaktu-waktu sangat dibutuhkan untuk mencapai hasil optimal dalam pelaksanaannya. Kegiatan utama bank yang merupakan penjualan kredit pada prinsipnya juga membutuhkan rencana penjualan. Perencanaan penjualan menekankan pada tujuan, sasaran dan strategi penjualan. Setelah bank selesai menyusun sasaran strategi, maka langkah berikutnya adalah menentukan target penjualan yang realistis karena menjadi dasar perencanaan penghasilan dari penjualan dan biaya operasional. Oleh karena itu bank juga perlu untuk meramal atau memprediksi penjualan kreditnya dengan menggunakan data berdasarkan pengalaman masa sebelumnya dan berdasarkan ramalan kondisi dimasa yang akan datang. Prediksi atau ramalan (*forecast*) selalu bertujuan agar ramalan yang dihasilkan mampu meminimumkan pengaruh ketidakpastian yang dihadapi perusahaan. Kegiatan ramalan (*forecast*) adalah meramalkan sesuatu yang bakal terjadi di masa yang akan datang. Dengan demikian ramalan harus dipandang sebagai salah satu masukan dalam pembuatan rencana. Prediksi penjualan sangat penting karena dapat mempengaruhi manajer dalam membuat perencanaan penjualan. Untuk melakukan ramalan masa depan, teknik ramalan penjualan ada dua metode yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. "Metode kualitatif merupakan suatu teknik proyeksi penjualan yang didasarkan atas pendirian atau sikap, kepercayaan atau keyakinan, perasaan, pengalaman, dan intuisi manajer sehingga hal ini benar bersifat subjektif" (Sri Rahayu dan Andry Arifian Rachaman, 2013:32). Sedangkan "metode kuantitatif merupakan cara penaksiran penjualan menggunakan model matematik (*statistik*) sehingga lebih objektif" (Sri Rahayu dan Andry Arifian Rachaman, 2013:32). Efektifitas peramalan penjualan dipengaruhi oleh metode yang di gunakan dan faktor lain yang ada di luar perusahaan, masalah keadaan ekonomi negara yang di pengaruhi daya beli masyarakat sebagai konsumen. Pemilihan metode harus di sesuaikan dengan keadaan perusahaan, antara lain luas kerja dan banyaknya jenis produk yang dijual. Efektifitas peramalan penjualan dapat diukur dengan suatu Standar Kesalahan Peramalan (SKP), dimana dari perhitungan tersebut dapat diketahui berapa tingkat kesalahan dari metode yang telah digunakan. Semakin kecil tingkat kesalahan peramalan maka metode yang digunakan berarti efektif atau sesuai dengan kondisi perusahaan dan dapat diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian dengan topik metode *forecasting sales* telah dilakukan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Citra Paramita tahun (2011) dengan judul analisis perbandingan bahan bakar minyak dengan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) pada PT Pertamina (persero) region IV Jateng dan DIY bahwa metode peramalan penjualan BBM yang tepat untuk Premium adalah menggunakan trend kuadrat, sedangkan untuk pertamax menggunakan *trend least square*. Hasil penelitian internasional oleh Asli Aksoy and Nursel Ozturk (2012) dengan judul *A decision support system for demand forecasting in the clothing industry* menunjukkan bahwa peramalan permintaan berbasis ANFISS sistem dapat membantu produsen pakaian untuk meramalkan kebutuhan lebih akurat, efektif dan sederhana metodologi yang digunakan adalah sistem *Fuzzy inferensi* berdasarkan adaptif jaringan ANFISS adalah digunakan untuk meramalkan permintaan di industri pakaian. Peneliti lain yaitu R. Farnoosh, P. Nabati and A. Hajirajabi (2012) dengan judul *Parameters estimation for RL electrical circuits based on least square and bayesian approach* menunjukkan bahwa rumus eksplisit untuk estimator *least square* yang berasal dan konsistensi yang kuat resistensi estimator diverifikasi ketika induktor adalah parameter yang di ketahui, estimasi maka bayesian dari parameter diatur dengan menggunakan rantai *markov metode monte carlo*. Penerapan hasil adalah ditunjukkan dengan menggunakan contoh numerik. Beberapa hasil numerik dan angka disajikan melalui *matlab* dan r pemrograman untuk menggambarkan kinerja estimator dengan mengusulkan kerangka kerja komputasi yang efisien untuk parameter estimasi menggunakan setidaknya estimator persegi dan skema *Bayesian monte carlo*.

Industri perbankan terutama Bank Perkreditan Rakyat menarik untuk diteliti perkembangan penjualan kreditnya, karena jenis bank yang satu ini cukup unik dengan segala pendekatannya kepada masyarakat. Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur akan menjadi obyek dalam penelitian ini karena indikator kinerja utama BPR di Jawa Timur pada periode Oktober 2015 sampai dengan Maret 2016 secara umum tetap menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi. Tercatat total aset BPR di Jawa Timur pada periode laporan tumbuh sebesar 3,42%, lebih tinggi dibandingkan periode

sebelumnya. Sedangkan penghimpunan dana pihak ketiga tumbuh sebesar 1,48% pada periode laporan, lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya.

Berdasarkan data, penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi pada Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur serta keinginan peneliti untuk membandingkan beberapa metode dalam memprediksi penjualan kredit, maka penelitian berjudul "Komparasi Ketepatan Prediksi Penjualan Kredit Pada Berbagai Variasi Ukuran Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur."

KAJIAN PUSTAKA

Metode kualitatif adalah metode subyektif karena taksiran dilakukan atas dasar pendapat seseorang sehingga akurasi diragukan. Hal ini meliputi metode pencatatan faktor yang dianggap akan memengaruhi pembelian terhadap produk baru tersebut, ataupun mengikuti pendapat dari para pakar yang ahli di bidang yang hendak diprediksi. Sebaliknya metode peramalan kuantitatif hasilnya masih kurang dapat dipercaya, sebab banyak hal yang tidak dapat diukur menggunakan data historis atau data masa lampau. (Abdul Hakim, 2004:309). Sedangkan metode kuantitatif merupakan cara penaksiran penjualan menggunakan model matematik sehingga lebih objektif. Cara penaksiran yang bersifat kuantitatif terbagi atas a). Analisis *trend*, merupakan model *time series* yang terdiri dari *free hand method*, *semi average method*, *moment trend method*, *least square method*, b). Analisis *growth*. Gunawan Adisaputro dan Yunita Anggarini (2011:145).

Metode *Product Moment* merupakan analisis yang dapat digunakan untuk keperluan peramalan dengan membentuk persamaan $Y=a+b(X)$. Formula $Y = a + b(X)$ merupakan persamaan garis *trend* yang akan digambarkan. Persamaan (i) dan persamaan (ii) digunakan untuk menghitung nilai a dan b yang pada akhirnya dijadikan sebagai dasar penerapan garis *trend*. Dalam penerapannya metode ini tidak mensyaratkan jumlah data harus genap (Gunawan Adisaputro dan Yunita Anggarini, 2011:139).

METODE PENELITIAN

Alur data dalam penelitian ini meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan. Alur data penelitian ini diuraikan dalam gambar berikut :

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian komparatif, dimana penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta dan sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tersebut. Rumusan masalah komparatif adalah rumusan masalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda" (Sugiyono, 2015:91). Berdasarkan sifatnya, penelitian ini bersifat eksploratif karena pengujian lebih lanjut atas suatu penelitian diperlukan maka penelitian tersebut bersifat eksploratif. Penelitian ini bermaksud menganalisis prediksi penjualan dengan menggunakan data penjualan kredit pada berbagai variasi ukuran bank selama 6 (enam) tahun yaitu tahun 2011 sampai dengan 2016, dengan membandingkan metode prediksi metode *semi average*, metode *product moment* dan metode *least square*.

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur yang dikelompokkan dalam berbagai variasi ukuran Bank Perkreditan Rakyat yaitu kecil, menengah dan besar. Alasan dipilihnya jenis Bank Perkreditan Rakyat, karena BPR dengan segala keunikannya masih banyak memiliki kelemahan terutama dalam pengelolaan sumber dayanya. Oleh karena itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada BPR agar dapat melakukan tata kelola bank dengan baik.

Sumber dan Jenis Data

Data penelitian ini merupakan data internal Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia. Sedangkan jenis datanya adalah data sekunder karena data yang diteliti diperoleh dari data yang disajikan oleh Otoritas Jasa Keuangan di Indonesia.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria Bank Perkreditan Rakyat yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah :

e. Bank Perkreditan Rakyat konvensional yang berlokasi di Jawa Timur

- f. Bank Perkreditan Rakyat yang sudah berdiri dan terdaftar dalam direktori Bank Indonesia minimal sejak tahun 2008.
- g. Aktif mempublikasikan laporan keuangannya di direktori Bank Indonesia pada periode 2010 sampai dengan 2017.
- h. Memiliki informasi lengkap yang diperlukan dalam penelitian yaitu berupa Laporan Laba Rugi. BPR yang dijadikan sampel dibagi menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu BPR KU 1, BPR KU 2 dan BPR KU 3.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi tidak langsung yaitu teknik dokumenter dimana data diperoleh dari catatan peristiwa yang sudah berlalu. Teknik dokumentasi digunakan dengan tipe *pooled* data yang dimaksudkan agar jumlah observasi memenuhi syarat pengujian OLS (*Ordinary Least Square*). Data yang diperoleh dilakukan evaluasi dengan cara *cross sectional approach* dan *time-series analysis*.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik komparatif “komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta dan sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tersebut” (Sugiyono 2013:91).

Metode Semi Average

Menentukan trend menurut metode ini tahapannya sebagai berikut :1) Membagi data deret waktu tersebut menjadi dua kelompok yaitu kelompok I dan kelompok II. Bila jumlah tahunnya genap langsung dibagi dua saja. Bila jumlah tahunnya ganjil, tahun yang tengah dihilangkan atau dimasukkan ke dalam kedua kelompok, 2)Mencari rata-rata hitung tiap kelompok (X_1 dan X_2), rata-rata hitung ini disebut setengah rata-rata dan letakkan pada tahun pertengahan setiap kelompok,3)Nilai setengah rata-rata pada masing-masing kelompok dapat dianggap sebagai nilai trend masing-masing periode, 3)Mencari perubahan nilai trend (rata-rata pertambahan atau rata-rata penurunan tiap tahunnya) dengan rumus :

$$b = \frac{\bar{X}_2 - \bar{X}_1}{n}$$

Nilai trend pada periode (tahun) tertentu bisa dihitung dengan rumus :

$$Y' = a + bX$$

Nilai trend pada tahun dasar ($x = 0$), otomatis sama dengan nilai rata-rata setiap kelompoknya.Prediksi penjualan dengan menggunakan metode *product moment* dilakukan dengan mencari persamaan $Y = a + bX$ dan menggunakan rumus :

$$\begin{array}{l} Y = a + b(X) \\ \text{Persamaan (i)} : \sum Y = n.a + b.\sum X \\ \text{Persamaan (ii)} : \sum XY = a.\sum X + b.\sum X^2 \end{array}$$

Sumber : Sri Rahayu Dan Andry Arifian Rachman (2013:35)

Perhitungan dilakukan dengan menentukan model prediksi penjualan menggunakan data penjualan penjualan kredit pada Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur periode 2010 - 2015. Berdasarkan model prediksi yang terbentuk maka akan digunakan untuk memprediksi penjualan tahun 2014. Prediksi penjualan dengan menggunakan analisis trend dipergunakan untuk memprediksi ketepatan dalam prediksi penjualan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$
$$a = \frac{\sum Y}{n}$$
$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Sumber : Lukas Setia Atmaja (2009:32)

Untuk mengukur ketepatan prediksi dari 3 (tiga) metode ramalan yang diteliti yaitu *semi average*, *product momen* dan *least square* maka digunakan *standar error of estimate*.

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y-Y')^2}{n-2}}$$

Sumber : Lukas Setia Atmaja (2009:167)

"*Standart error of estimate* sebagai suatu alat yang sama seperti saat menggunakan deviasi standar. Dengan kata lain, jika diasumikan bahwa Y terdistribusi secara normal, akan diharapkan bahwa 60% dari variabel Y akan terletak pada $Y + S_{y.x}$, 95% dari variabel Y akan terletak pada $Y + 2 \cdot S_{y.x}$ dan 99,7% dari variabel Y akan terletak pada $Y + 3 \cdot S_{y.x}$ " (Lukas Setia Atmaja, 2009:167).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil dilakukan dengan membandingkan antara hasil perhitungan antara metode *semi average*, *product momen* dan *least square* dengan mempertimbangkan hasil perhitungan *standard error of estimate*. Selanjutnya akan ditentukan mana diantara ketiga metode tersebut yang mempunyai ketepatan prediksi paling akurat dengan kriteria semakin kecil nilai *standard error of estimate*, artinya maka semakin akurat hasil prediksi dan sebaliknya semakin besar nilai *standard error of estimate*, artinya semakin tidak akurat hasil prediksi.

Hasil Penelitian

Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan Bank Perkreditan Rakyat lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum, Bank Perkreditan Rakyat hanya menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk tabungan dan deposito saja tidak diperbolehkan menerima simpanan giro. Kegiatan usaha Bank Perkreditan Rakyat terutama ditujukan untuk melayani usaha-usaha kecil dan masyarakat di daerah perdesaan. Landasan hukum Bank Perkreditan Rakyat adalah UU. No. 7/1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU. No. 10/1998.

Gambaran BPR Sebagai Sampel Penelitian

Industri perbankan yang dijadikan sebagai populasi adalah BPR di Jawa Timur berdasarkan kegiatan usahanya yang dibedakan menjadi 2 (dua) kegiatan usaha yaitu BPR KU 1 dengan modal inti < 15 milyar dan BPR KU 2 dengan modal inti 15 milyar sampai 50 milyar. Terdapat 4 (empat) wilayah OJK di Jawa Timur yaitu OJK Malang, OJK Kediri, OJK Surabaya dan OJK Jember dimana setiap OJK membawahi wilayah kabupaten dan kota disekitarnya. Oleh karena itu diambil sampel masing-masing wilayah OJK yaitu 2 (dua) Bank Perkreditan Rakyat dalam 2 (dua) kelompok usaha yang berbeda. Berikut data bank yang menjadi sampel penelitian:

Hasil Pengumpulan Data

Data yang berhasil dikumpulkan adalah data tentang pendapatan operasional pada Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur yang terpilih sebagai sampel penelitian. Periode yang diteliti adalah periode 2010 sampai dengan 2017. Hasil pengumpulan data pendapatan operasionalnya paparkan yaitu Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kelompok usaha 1 dimana modal intinya kurang dari 5 milyar menunjukkan pendapatan operasional yang lebih kecil dibandingkan Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kelompok usaha 2 dengan modal inti antara 15 milyar sampai dengan 50 milyar.

Hasil Analisis Data

Berdasarkan data yang diperoleh yaitu tentang pendapatan operasional Bank Perkreditan Rakyat untuk periode 2010 sampai dengan 2017, maka dilakukan perhitungan prediksi pendapatan operasional pada masing-masing Bank Perkreditan Rakyat dengan 3 (tiga) metode prediksi yang berbeda dengan tujuan untuk mengetahui model prediksi yang paling mendekati hasil yang tepat. Setiap sampel bank yang diambil akan dihitung dengan menggunakan 3 (tiga) metode prediksi yaitu (1) metode *semi average*, (2) metode *product moment*, dan (3) metode *least square*.

Perhitungan Model Persamaan Untuk Prediksi

Setelah data pendapatan operasional terkumpul maka dilakukan perhitungan untuk menentukan persamaan yang dihasilkan masing-masing metode yang akan digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada setiap Bank perkreditan Rakyat.

a. Perhitungan *Standart Error of Estimate*

Selanjutnya atas persamaan yang dihasilkan tersebut akan dihitung *standar error of estimate* yang digunakan untuk mengukur ketepatan prediksi dari 3 (tiga) metode ramalan yang diteliti yaitu *semi average*, *product momen* dan *least square*.

Standart error of estimate (selanjutnya, disebut dengan $Sy.x$) mengukur dispersi atau simpangan dari data aktual disekitar garis regresi. Jika regresi memberikan $Sy.x$ yang kecil, artinya garis regresi tersebut sangat mewakili data aktual. Jadi $Sy.x$ terutama berguna sebagai indikasi tingkat representative suatu garis regresi. "*Standart error of estimate* sebagai suatu alat yang sama seperti saat menggunakan deviasi standar. Dengan kata lain, jika diasumsikan bahwa Y terdistribusi secara normal, akan diharapkan bahwa 60% dari variabel Y akan terletak pada $Y + Sy.x$, 95% dari variabel Y akan terletak pada $Y + 2. Sy.x$ dan 99,7% dari variabel Y akan terletak pada $Y + 3. Sy.x$ " (Lukas Setia Atmaja, 2009:167). Dari hasil perhitungan *standar error of estimate* berdasarkan metode *semi average* maka pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 1, prediksi pada PT. BPR Central Niaga menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil. Sedangkan pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 2, prediksi pada PT. BPR Armindo Kencana menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil.

Dari hasil perhitungan *standar error of estimate* berdasarkan metode *product moment* maka pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 1, prediksi pada PT. BPR Central Niaga menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil. Sedangkan pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 2, prediksi pada PT. BPR Armindo Kencana menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil. Dari hasil perhitungan *standar error of estimate* berdasarkan metode *least square* maka pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 1, prediksi pada PT. BPR Tugu Artha menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil. Sedangkan pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat Kelompok Usaha 2, prediksi pada PT. BPR Dharma Indra menghasilkan *standar error of estimate* atau penyimpangan yang paling kecil.

Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan hasil penelitian maka akan ditampilkan perbandingan grafik aktual dan prediksi pendapatan operasional pada masing-masing Bank perkreditan Rakyat untuk menentukan metode prediksi yang paling akurat bagi setiap bank. Metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Tugu Artha Malang adalah metode *least square*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *least square* pada PT. BPR Tugu Artha Malang lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *product moment* dan *semi avarage*. metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Tanjung Tani Kediri adalah metode *least square*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *least square* pada PT. BPR Tanjung Tani Kediri lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *product moment* dan *semi avarage*. Metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Central Niaga Surabaya adalah metode *least square*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *least square* pada PT. BPR Central Niaga Surabaya lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *product moment* dan *semi avarage*. Berbeda dengan 3 (tiga) BPR dalam kelompok usaha 1 lainnya, berdasarkan grafik diatas diketahui bahwa metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Jember Lestari di Jember adalah metode *product moment*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *product moment* pada PT. BPR Jember Lestari di

Jember lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *least square* dan *semi avarage*. Berdasarkan penjelasan pada 4 (empat) Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur yang terpilih sebagai sampel kelompok usaha 1 diatas, maka diperoleh hasil bahwa 3 (tiga) Bank Perkreditan Rakyat yaitu PT. BPR Tugu Artha, PT. BPR Tanjung Tani dan PT. BPR Central Niaga lebih akurat hasil prediksi pendapatan operasionalnya jika menggunakan metode *least square*. Sedangkan PT. BPR Jember Lestari lebih akurat hasil prediksinya jika menggunakan metode *product moment*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa untuk Bank Perkreditan Rakyat dalam kelompok usaha 1 sebaiknya menggunakan metode *least square* jika ingin memprediksi pendapatan operasional mereka. Selanjutnya dilakukan pembahasan terhadap hasil prediksi dan membandingkan dengan nilai aktual pendapatan operasional pada Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kelompok usaha 2. Metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Armindo Kencana - Malang adalah metode *product moment*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *product moment* pada PT. BPR Armindo Kencana - Malang lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *least square* dan *semi avarage*.

Metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Berkah Pakto Kediri adalah metode *product moment*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *product moment* pada PT. BPR Berkah Pakto Kediri lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *least square* dan *semi avarage*. Metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Benta Tesa Sidoarjo adalah metode *product moment*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *product moment* pada PT. BPR Benta Tesa Sidoarjo lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *least square* dan *semi avarage*. Berbeda dengan 3 (tiga) BPR dalam kelompok usaha 2 lainnya, berdasarkan grafik diatas diketahui bahwa metode yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada PT. BPR Dharma Indra Lumajang adalah metode *least square*. Hal ini sejalan dengan nilai *standar error of estimate* yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan metode *least square* pada PT. BPR Dharma Indra Lumajang lebih kecil dibandingkan nilai penyimpangan dengan menggunakan model prediksi *product moment* dan *semi avarage*. Berdasarkan penjelasan pada 4 (empat) Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur yang terpilih sebagai sampel kelompok usaha 2 diatas, maka diperoleh hasil bahwa 3 (tiga) Bank Perkreditan Rakyat yaitu PT. BPR Armindo Kencana Malang, PT. BPR Berkah Pakto Kediri dan PT. BPR Benta Tesa Sidoarjo lebih akurat hasil prediksi pendapatan operasionalnya jika menggunakan metode *product moment*. Sedangkan PT. BPR Dharma Indra Lumajang lebih akurat hasil prediksinya jika menggunakan metode *least square*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa untuk Bank Perkreditan Rakyat dalam kelompok usaha 2 sebaiknya menggunakan metode *product moment* jika ingin memprediksi pendapatan operasional mereka.

Kondisi ini menarik, karena ternyata pada dengan kategori kegiatan usaha yang berbeda yang dibedakan berdasarkan modal intinya, ternyata memberikan hasil yang berbeda dalam hal metode prediksi yang digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada masing-masing Bank Perkreditan Rakyat. Pada Bank Perkreditan Rakyat kegiatan usaha 1 yaitu dengan modal inti dibawah 15 milyar, maka metode prediksi *least square* lebih akurat hasil prediksinya dibandingkan dua metode lainnya. Sedangkan pada kelompok Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kegiatan usaha 2 yaitu dengan modal inti antara 15 milyar sampai dengan 50 milyar, maka metode prediksi *product moment* lebih akurat hasil prediksinya dibandingkan dua metode lainnya. Oleh karena itu disarankan kepada kelompok Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kegiatan usaha 1 untuk lebih menggunakan metode prediksi *least square*, sedangkan pada Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kegiatan usaha 2 untuk lebih menggunakan metode prediksi *product moment*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- m. Metode prediksi pendapatan operasional yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 (tiga) yaitu metode *semi avarage*, metode *product moment* dan metode *least square* yang diterapkan pada 2 kelompok Bank Perkreditan Rakyat yaitu kategori kegiatan usaha 1 dengan modal inti dibawah 15 milyar dan kategori kegiatan usaha 2 dengan modal inti antara 15 milyar sampai dengan 50 milyar.
- n. Metode prediksi memberikan hasil yang berbeda yaitu pada Bank Perkreditan Rakyat yang masuk dalam kategori kegiatan usaha 1 maka metode prediksi yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional adalah metode *least square*, sedangkan kategori

kegiatan usaha 2 maka metode prediksi yang akurat digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional adalah metode *product moment*.

- o. Secara keseluruhan maka *metode least square* dan metode *product moment* merupakan metode yang bisa menjadi pilihan untuk keakuratan prediksi pendapatan operasional pada Bank perkreditan Rakyat

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

- a. Bagi Pihak Manajemen Bank Perkreditan Rakyat
Sumbangsih pemikiran secara keilmuan untuk manajemen Bank Perkreditan Rakyat, metode prediksi ini bisa dijadikan sebagai pertimbangan dalam menyusun rencana anggaran pada periode selanjutnya. Dengan mendapatkan hasil prediksi pendapatan operasional yang mendekati akurat, maka akan sangat membantu bagi pihak bank untuk merencanakan kegiatan operasionalnya untuk mencapai pendapatan yang diinginkan
- f. Bagi Penelitian Selanjutnya
Keterbatasan penelitian ini adalah pada sampel penelitian yaitu hanya terbatas pada beberapa kelompok Bank Perkreditan Rakyat dengan modal inti yang berbeda. Penulis yakin metode yang digunakan untuk memprediksi pendapatan operasional pada masing-masing Bank Perkreditan Rakyat akan berbeda karena itu tergantung pada karakter dan kegiatan bank yang bersangkutan. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian yang lebih luas. Mengingat sampel bank yang diteliti memiliki karakter yang tidak sama, maka akan sangat menarik jika penelitian selanjutnya dilakukan terhadap kegiatan usaha lainnya selain perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Yunita Anggarini. 2011. Anggaran Bisnis. Edisi Kedua. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Aksoy, Asli and Nursel Ozturk (2012). A Decision Support System For Demand Forecasting In The Clothing Industry.(online). (www.emerald.co.id). 02 maret 2016.
- Atmaja, Lukas Setia. 2009. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Pertama. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Fahmi, Irham. 2014. Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi. Edisi pertama. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Farnoosh, R. P. Nabati and A. Hajirajabi (2012). Parameters Estimation For RL Electrical Circuits Based On Least Square And Bayesian Approach. (online). (www.emerald.co.id). Diakses 02 maret 2016.
- Hakim, Abdul. 2004. Statistik Deskriptif. Edisi Kedua. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UII: Yogyakarta.
- Paramita, Citra. 2011. Analisis Perbandingan Bahan Minyak Dengan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) Pada PT Pertamina (Persero)Region IV Jateng Dan DIY. Skripsi. (Online). (<https://scholar.google.co.id>). Diakses 02 Maret 2016.
- Prawironegoro. Darsono dan Ari Purwanto. 2010. Penganggaran Perusahaan. Edisi Kedua. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Rahayu, Sri dan Andry Arifian Rachman. 2013. Penyusunan Anggaran. Edisi Pertama. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Edisi Empat. CV. Alfabeta: Bandung.

**Pkm Inovasi Produk Olahan Jamur Tiram
Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Kedungjajang
Kabupaten Lumajang**

Zainul Hidayat¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: zd4y4t@gmail.com

Sukma Irdiana²
STIE Widya Gama Lumajang
email: irdiana_pasah77@yahoo.com

Abstrak

Kabupaten Lumajang yang subur membuat budidaya jamur tiram marak berkembang di wilayah ini. Beberapa industri rumah tangga pengolah jamur tiram bermunculan, diantaranya "Dedy Jamur" dan "Hanik" menghadapi permasalahan lemahnya pengelolaan manajemen, terbatasnya kemampuan sumberdaya manusia, produk kurang berkualitas dan tidak inovatif, kesulitan mengakses permodalan. Dalam kegiatan program kemitraan masyarakat, mitra dikembangkan dalam aspek produksi untuk meningkatkan kemampuan sumberdaya manusia dalam menghasilkan produk berkualitas dan aspek manajemen meningkatkan *skill* bidang pengelolaan usaha, manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan sederhana dan permodalannya. Pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat mencapai target yaitu mitra (1) mampu berinovasi dan berkembang, (2) peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dalam mengolah produk menjadi lebih inovatif, (3) mampu merencanakan produksi dengan matang, (4) mampu mengelola administrasi, (5) mempunyai strategi pemasaran yang kuat, (6) mampu mengakses permodalan, (7) pengadaan peralatan modern. Luaran dihasilkan adalah (1) produk berbahan baku jamur tiram inovatif dan berkualitas, (2) peralatan produksi modern, (3) sumberdaya manusia trampil, (4) pengelolaan manajemen usaha dan administrasi keuangan, (5) kemampuan mengakses modal. Pendampingan dan pengawasan yang intensif kepada mitra program dilakukan periodik dan tidak berhenti sampai selesainya program, oleh karena itu keaktifan tim melakukan pembinaan pada industri rumah tangga perlu dilakukan secara berkesinambungan.

Kata kunci : Inovasi produk, Jamur tiram, Industri Rumah Tangga
Abstract

The fertile Lumajang regency makes oyster mushroom cultivation grow in this region. Some oyster mushroom processing industries are emerging, including "Dedy Mushrooms" and "Hanik" facing the problem of weak management management, limited human resource capacity, less qualified and non-innovative products, difficulty accessing capital. In the community partnership program, partners are developed in production aspects to improve human resource capacity in producing quality products and management aspects to improve the skills of business management, production management, marketing management, simple financial management and capital. The implementation of community partnership program activities reaches the target of partners (1) able to innovate and develop, (2) improvement of human resource capacity in processing products become more innovative, (3) able to plan production with mature, (4) able to manage administration, have a strong marketing strategy, (6) able to access capital, (7) procurement of modern equipment. The resulting outputs are (1) innovative and qualified oyster mushroom products, (2) modern production equipment, (3) skilled human resources, (4) management of business management and financial administration, (5) capital access ability. Intensive mentoring and supervision to program partners is done periodically and does not stop until the completion of the program, therefore the activeness of the team to do the construction on the household industry needs to be done on an ongoing basis.

Keywords: Product innovation, Oyster mushroom, Household Industry

PENDAHULUAN

Kabupaten Lumajang merupakan daerah dengan iklim yang sangat mendukung untuk budidaya jamur tiram, oleh karena itu perkembangan petani jamur tiram di Kabupaten Lumajang saat ini semakin menunjukkan peningkatan. Pemasaran jamur tiram di Kabupaten Lumajang pun relatif tidak begitu mengalami kesulitan, karena di setiap penjual sayur terlihat jamur tiram sudah diujakan secara aktif.

Jamur tiram sebenarnya juga sangat digemari oleh para konsumen sebagai bahan dasar dari pembuatan berbagai macam makanan, produk olahan jamur tiram bisa berupa kripik jamur, jamur *crispy*, burger jamur (*vegetarian burger*), kerupuk jamur, nugget jamur, sate jamur, sosis jamur, dan siomay jamur. Tak hanya rasanya yang enak tetapi jamur tiram juga memiliki berbagai macam manfaat dan kasiat untuk kesehatan diantaranya: selain rasanya enak, jamur tiram juga mengandung nilai gizi yang tinggi. Jamur tiram mengandung kadar protein sebesar 10-30% dan garam mineral yang persentasinya lebih tinggi dibandingkan dengan daging kambing. Namun demikian tidak semua orang bisa mengolah jamur tiram menjadi makanan yang mereka inginkan. Peluang ini yang ditangkap oleh beberapa kelompok wirausaha terutama budidaya jamur tiram di Lumajang. Berwirausaha menuntut kemampuan untuk berinovasi agar dapat berkelanjutan dan berkembang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pelaku wirausaha yang tangguh dan mampu berinovasi akan mendapatkan keunggulan bersaing. Tidak sedikit pelaku wirausaha yang memulai usahanya dengan hal-hal yang sederhana tetapi karena kemauan dan tekad yang kuat untuk berkembang maka mereka mampu menjadi wirausahawan yang sukses, diantaranya adalah beberapa kelompok wirausaha jamur tiram di Kecamatan Kedungjajang Kabupaten Lumajang.

Kecamatan Kedungjajang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Lumajang yang memungkinkan tumbuh suburnya budidaya jamur tiram di daerah tersebut. Secara geografis Kecamatan Kedungjajang merupakan salah satu kecamatan yang ada di wilayah utara Kabupaten Lumajang yang berbatasan dengan 4 (empat) kecamatan yaitu kecamatan Klakah di sebelah utara, Kecamatan Sukodono di sebelah Selatan, Kecamatan Randuagung di sebelah Timur dan Kecamatan Gucialit di sebelah Barat. Kecamatan dengan 12 (dua belas) desa ini merupakan wilayah yang cukup subur karena lahan di wilayah utara Lumajang ini memang terkenal sebagai penghasil beberapa buah-buahan hasil bumi yang cukup terkenal di Lumajang, yaitu nangka, kelapa, beraneka palawija dan pertanian tebu yang sangat luas.

Di tengah masyarakat yang sebagian besar adalah petani tebu, pisang, padi, sengon dan tanaman kacang-kacangan, saat ini ternyata muncul geliat masyarakat yang mencoba untuk menekuni menanam jamur tiram. Beberapa masyarakat di Kecamatan Kedungjajang mencoba berwirausaha budidaya jamur tiram, mereka menjelaskan bahwa budidaya jamur tiram sangat menguntungkan karena pengelolannya tidak begitu rumit dan bisa memanen setiap hari. Dari observasi awal yang kami lakukan, mereka bisa memanen sekitar dua sampai tiga kilo gram dengan bermodal 700 bungkus plastik. Cara bercocok tanam jamur tiram cukup mudah, yaitu "gergajian kayu dibungkus dengan plastik selama 40 hari sampai warnanya putih, kemudian bagian atas plastik tersebut dipotong dan diletakkan dengan posisi yang direbahkan, tiga hari kemudian di dalam plastik itu keluar jamur", begitu penjelasan mereka. Harga satu kilogram jamur tiram berkisar Rp 12.000 rupiah.

Namun demikian karakteristik jamur tiram yang tidak bisa tahan lama selepas dipanen karena melalui proses klimaterik yaitu proses kematangan, mendorong timbulnya alternatif untuk memproses jamur tiram menjadi produk olahan yang lebih menarik dan awet. Upaya ini sudah dilakukan oleh kelompok wirausaha di wilayah Kecamatan Kedungjajang, yang mengolah jamur tiram menjadi produk olahan yang masih terbatas bentuknya diantaranya bothok jamur dan kripik jamur tiram. Permasalahan yang timbul adalah apakah kelompok wirausaha baru ini dengan segala keterbatasannya mampu bertahan menghadapi persaingan? Kelemahan kelompok kecil wirausaha yang bergeser ke industri rumah tangga pada umumnya terletak pada kualitas sumber daya manusia dan keterbatasan modal yang dimiliki. Inovasi produk bisa menjadi jalan keluar untuk menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Oleh karena itu diperlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk memberikan pemahaman praktis tentang proses manajemen inovasi produk olahan jamur tiram dalam menghasilkan produk yang unggul. Disamping itu juga diperlukan bantuan peralatan untuk mendukung proses inovasi produk olahan jamur tiram tersebut.

Kelompok sasaran dari program PKM ini ada 2 (dua) kelompok wirausaha yaitu : (1) Kelompok budidaya "Dedy Jamur" di Desa Grobogan Kecamatan Kedungjajang dengan Bapak Dedy Rudiansya sebagai pemiliknya, dan (2) Industri Rumah Tangga "Hanik" di Desa Kedungjajang Kecamatan Kedungjajang dengan Ibu Hanik sebagai pemiliknya. Kedua kelompok ini memproduksi di rumah pemiliknya masing-masing. Kelompok "Dedy Jamur" merupakan kelompok budidaya jamur tiram dan menjual jamur tiram yang mentah langsung kepada konsumen tanpa mengolahnya. Sedangkan kelompok "Hanik" merupakan salah satu konsumen yang membeli jamur tiram dari "Dedy Jamur"

untuk kemudian diolah menjadi brownis jamur tiram yang bekerja berdasarkan pesanan saja. Permasalahan yang dihadapi oleh “Dedy Jamur” adalah kebutuhan untuk mengolah budidaya jamur tiram yang sehat dan menghasilkan, mesin untuk pres log jamur dan pres kemasan jamur tiram juga sangat dibutuhkan untuk keberhasilan usaha jamur tiram ini. Sedangkan kelompok mitra “Hanik” masih belum memiliki keberanian untuk menjual produknya secara kontinue dan dia bekerja hanya berdasarkan pesanan. Rasa kurang percaya diri atas produknya sangat jelas tampak pada kelompok mitra “Hanik” ini. Mereka masih menggunakan peralatan yang sederhana dan tidak memiliki ketrampilan untuk mengolah jamur menjadi produk yang inovatif. Di bidang pemasaran hasil produksinya, kedua kelompok mitra ini masih sebatas memasarkan di wilayah Kecamatan Kedungjajang dan sekitarnya.

Kelompok wirausahayang melakukan budidaya jamur tiram dan memproduksi produkolahan jamur tiram di Kecamatan Kedungjajang ini dipilih untuk dikembangkan melalui kegiatan inovasi produk dan bagaimana me *manage* nya menjadi berhasil dan berkelanjutan. Beberapa pertimbangannya adalah: (1) jamur tiram sebenarnya mudah dibudidayakan dan dengan kondisi iklim yang mendukung membuat hasil jamur tiram ini melimpah di Kecamatan kedungjajang khususnya, (2) budidaya jamur tiram selama ini sebagian besar dijual mentah ke masyarakat sementara sebagian masyarakat masih khawatir akan keamanan mengkonsumsi jamur tiram, (3)masih menggunakan peralatan yang terbatas dan tradisional untuk budidaya jamur tiram dan dalam menghasilkan produk olahan jamur tiram sehingga menghasilkan produk yang kurang berkualitas dan kurang berinovasi, (4) terbatasnya ketrampilan sumber daya manusia atau tenaga kerja dalam mengolah produk olahan jamur tiram, (4) tidak berkembangnya jenis produk olahan jamur tiram baik dalam hal rasa maupun kemasan dan (5) lemahnya strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk jamur tiram.

Berdasarkan survey awal dan analisis situasi yang telah dilakukan, kelompok wirausahayang menjadi mitra programPKM ini mempunyai permasalahan sebagai berikut :

- 1) Terbatasnya kemampuan sumber daya manusia dalam mengolah produk olahan jamur tiram menjadi olahan yang lebih beragam dan berkualitas.
- 2) Peralatan untuk budidaya jamur tiram dan proses produksi masih tradisional sehingga tidak bisa menghasilkan produk yang berkualitas, akibatnya produk mudah berubah rasa dan rusak.
- 3) Belum adanya inovasi produk, sehingga tidak ada produk jamur tiram yang inovatif yang bisa menarik minat dan selera konsumen.
- 4) Tidak adanya perencanaan produksi secara matang, sehingga produksi berorientasi hari ini tidak berorientasi ke depan.
- 5) Belum adanya pencatatan atau pembukuan usaha secara teratur.
- 6) Belum adanya pemisahan yang jelas antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha.
- 7) Lemahnya strategi pemasaran yang digunakan sehingga berakibat keuntungan yang diperoleh sedikit dan usaha tidak berkembang dengan baik.
- 8) Kalah bersaing dengan produk olahan lainnya yang sudah cukup inovatif di Lumajang yaitu produk olahan jamur tiram.
- 9) Kesulitan mengakses modal.

Keterbatasan

Keterbatasan ketrampilan sumber daya manusia dalam mengelola usahanya dan keterbatasan peralatan yang digunakan serta ketatnya tingkat persaingan,menjadi permasalahan besar bagi mitra sehingga membutuhkan solusi yang sederhana dan mampu dijangkau oleh mereka.Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang ditawarkan untuk memberikan inovasi bagi kelompok mitra PKM “Dedy Jamur” dan “Hanik”, mencoba memberikan solusi sederhana untuk keinginan mereka mengembangkan usahanya. Dengan menjustifikasi keinginan mitra dipadukan dengan aktifitas yang bisa dilakukan melalui lpteks bagi Masyarakat, maka sangat besar harapan kami agar kegiatan PKM ini dapat terwujud.

Solusi

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM Inovasi Produk Olahan Jamur Tiram Industri Rumah Tangga di Kecamatan Kedungjajang Kabupaten Lumajang ini sebagai berikut :

- 1) Membentuk dan memperkuat kelompok wirausaha yang mampu berinovasi dan mampu berkembang dalam persaingan yang ketat.
- 2) Meningkatkan kemampuan atau *skill* sumber daya manusia dalam kelompok wirausaha budidaya jamur tiram dan untuk mengolah produk olahan jamur tiram menjadi lebih beragam dan berkualitas.

- 3) Meningkatkan kemampuan perencanaan budidaya dan produksi olahan jamur tiram pada kelompok wirausahasecara matang sehingga tidak lagi berorientasi hari ini melainkan berorientasi ke depan.
- 4) Meningkatkan kemampuan mengelola administrasi dan pembukuan secara benar dan teratur, serta mampu memisahkan antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha.
- 5) Memperkuat strategi pemasaran kelompok wirausaha agar mampu bersaing dalam memasarkan produknya.
- 6) Memperkenalkan akses permodalan dari lembaga keuangan ataupun program-program hibah usaha dari pemerintah.
- 7) Pengadaan peralatan modern dalam budidaya jamur tiram dan usaha olahan jamur tiramsehingga diperoleh produk yang inovatif dan berkualitas.

Luaran

Kegiatan PKM ini diharapkan dapat menghasilkan luaran sesuai dengan harapan kelompok wirausaha “Dedy Jamur” dan “Hanik” selaku kelompok mitra, sebagai berikut:

- 1) Produk jamur tiram yang inovatif dan berkualitas.
- 2) Peningkatan ketrampilan sumber daya manusia dalam budidaya jamur tiram dan mengolah produk olahan jamur tiram
- 3) Kemampuan kelompok wirausaha dalam merencanakan kegiatan usahanya dengan berkelanjutan.
- 4) Administrasi sederhana yang tertib dan sehat, dalam arti mampu memisahkan keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha.
- 5) Peningkatan omzet penjualan dari kegiatan pemasaran yang efektif.
- 6) Mendapatkan bantuan permodalan dari lembaga keuangan .
- 7) Peralatan modern untuk menunjang produk jamur tiram yang inovatif dan berkualitas.

Kegiatan PKM ini disamping melibatkan Dosen juga melibatkan mahasiswa sehingga target dan luaran yang diharapkan adalah dapat memberikan pembelajaran bagi mahasiswa tentang kegiatan kewirausahaan dan kehidupan nyata yang akan dihadapi mereka setelah lulus dan terjun ke masyarakat. Mahasiswa juga mendapatkan kesempatan berbaur dengan masyarakat untuk menerapkan ilmu dan teknologi yang dimilikinya untuk membantu masyarakat.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan untuk kegiatan PKMInovasi Produk Olahan Jamur Tiram pada Industri Rumah Tangga di Kecamatan Kedungjajang Kabupaten Lumajang ini diatur sebagai berikut :

- 1) Tahap pertama, pelaksanaan kegiatan peningkatan kemampuan *skill* mereka secara teknis untuk budidaya jamur tiram dan dapat mengolah produk olahan jamur tiram menjadi lebih beragam dan berkualitas.
- 2) Tahap kedua, memberikan pengetahuan dasar manajemen usaha mulai dari manajemen UMKM, manajemen produksi, manajemen keuangan dasar, manajemen pemasaran dan permodalan yang memadai dan sesuai dengan kemampuan dan pola pikir mereka. Dengan bekal manajemen usaha ini diharapkan mitra bisa lebih membekali dirinya dalam menghadapi tingkat persaingan yang cukup ketat.
- 3) Tahap ketiga, pemberian bantuan peralatan modern untuk budidaya jamur tiram dan usaha produk olahan jamur tiram menjadi produk yang berkualitas.
- 4) Tahap keempat, mempertemukan pelaku wirausaha dengan lembaga keuangan untuk memahami proses akses permodalan.
- 5) Tahap kelima, monitoring dan evaluasi

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang akan dijalankan untuk menyelesaikan permasalahan kelompok mitra terdiri dari langkah-langkah, sebagai berikut :

- 1) Pelatihan
Kegiatan pelatihan untuk peningkatan kemampuan dan *skill* kelompok mitra dilaksanakan dalam 2 (dua) bentuk sebagai berikut :
 - a. Pelatihan Manajemen
 - b. Pelatihan Teknik Produksi dan Praktek
- 2) Studi Banding

Kegiatan studi banding akan dilaksanakan bekerja sama dengan beberapa petani yang sudah berpengalaman dalam budidaya jamur tiram dan pada beberapa kelompok industri rumah tangga yang memproduksi olahan jamur tiram di Lumajang.

3) Penyerahan Bantuan Peralatan Modern

Kegiatan penyerahan bantuan peralatan modern akan dilaksanakan setelah kelompok mitra menguasai kemampuan budidaya jamur tiram dan pengolahan produk dengan menggunakan peralatan modern. Peralatan yang akan diserahkan bertujuan untuk mendukung usaha mitra untuk menghasilkan produk yang inovatif dan berkualitas.

4) Pendampingan

Kegiatan pendampingan kelompok mitra akan dilakukan dalam 2 (dua) bentuk sebagai berikut:

- a. Pendampingan Akses Permodalan
- b. Pendampingan Teknik Budidaya dan Produksi
- c. Pendampingan Manajemen.

5) Monitoring dan Evaluasi

Proses yang tidak kalah pentingnya adalah monitoring dan evaluasi yang secara periodik akan dilakukan sampai kelompok mitra bisa mandiri dalam menghasilkan produk-produk inovatifnya dan menjalankan usahanya secara berkelanjutan sehingga secara keseluruhan tujuan, target dan luaran kegiatan PKM ini dapat tercapai dengan baik.

Rancangan Kegiatan

Sebagai tindak lanjut maka dilakukan beberapa kegiatan. Yaitu, kegiatan pertama dirancang dengan melakukan pendekatan dan *sharing* dengan kelompok mitra "Dedy Jamur" dan "Hanik", karena untuk terlaksananya kegiatan PKM ini dengan baik akan sangat membutuhkan dukungan sepenuhnya dari mereka untuk memberikan pengertian akan pentingnya manfaat kegiatan PKM ini bagi usaha mereka terutama dukungan waktu, tenaga dan pikiran dimana anggota mitra harus fokus dalam melaksanakan kegiatan ini dan meluangkan waktunya untuk melakukan kegiatan studi banding.

Kegiatan kedua dirancang dengan melakukan persiapan pelatihan manajemen yang terdiri dari materi pengetahuan dasar manajemen usaha mulai dari manajemen UMKM, manajemen produksi, manajemen keuangan dasar, manajemen pemasaran dan manajemen permodalan yang memadai, yang materinya akan disusun dan diberikan oleh Dosen STIE Widya Gama Lumajang yang kompeten dan beberapa tokoh kewirausahaan dan UMKM di Kabupaten Lumajang. Selanjutnya mempersiapkan pelatihan teknis produksi dan praktek untuk meningkatkan kemampuan *skill* mereka secara teknis agar dapat mengolah produk berbahan baku pisang agung dan pisang kirana menjadi lebih inovatif, beragam dan berkualitas sehingga mampu bersaing dengan produk pesaing lainnya. Pelatihan ini meliputi pengetahuan dasar tentang budidaya jamur tiram, karakteristik jamur tiram, proses produksi yang berkualitas dan penggunaan peralatan modern untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam pelatihan ini akan melibatkan pelaku usaha yang sudah sukses dalam menjalankan usaha sejenis.

Kegiatan ketiga dirancang dengan melaksanakan kegiatan pelatihan manajemen dan pelatihan teknik produksi. Pelatihan manajemen yang bersifat pendampingan ini akan dilaksanakan di salah satu lokasi mitra yang memadai untuk dilaksanakan pelatihan dan pendampingan manajemennya. Sedangkan pelatihan teknis produksi untuk budidaya jamur tiram dan produk olahan jamur tiram akan dilaksanakan di masing-masing lokasi mitra sekaligus menyesuaikan dengan sarana prasarana yang dimiliki mitra.

Kegiatan keempat dirancang dengan melaksanakan kegiatan studi banding akan dilaksanakan bekerja sama dengan beberapa petani yang sudah berpengalaman dalam budidaya jamur tiram dan pada beberapa kelompok industri rumah tangga yang memproduksi olahan jamur tiram di Lumajang. Disana mitra akan melakukan studi banding dan pengamatan proses produksi dan proses pemasaran produk secara langsung sehingga bisa dijadikan sebagai rujukan mitra dalam menjalankan usahanya secara berkelanjutan.

Kegiatan kelima dirancang dengan memberikan pendampingan, monitoring dan evaluasi. Pada tahap ini pendamping bersama mitra akan berdiskusi dalam mengakses permodalan pada lembaga keuangan yang ada dan mempersiapkan manajemen usaha untuk membantu mengalokasikan bantuan peralatan produksi. Disediakan pendamping dan konsultan secara periodik untuk membantu memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi, sampai anggota mitra benar-benar mandiri dan bisa melaksanakan usahanya dengan baik dan berkelanjutan.

Kegiatan keenam adalah penyusunan laporan kegiatan PKM, yang dilakukan dengan menyusun draft laporan perkembangan maupun laporan akhir, melakukan seminar hasil kegiatan dan jika

diperlukan maka akan melakukan revisi laporan akhir serta menyusun artikel ilmiah sebagai materi jurnal ilmiah.

Kelayakan Perguruan Tinggi

Salah satu lembaga yang berperan dalam pelaksanaan ini adalah lembaga perguruan tinggi yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang. Lembaga ini mempunyai 2 (dua) program studi yaitu program studi Manajemen yang sudah terakreditasi B dan program studi Akuntansi yang sudah terakreditasi C oleh BAN-PT. Sejak 5 (lima) tahun terakhir ini berkembang cukup pesat baik dalam jumlah mahasiswa maupun usaha peningkatan kualitas dosennya. Beberapa hibah penelitian Desentralisasi untuk Penelitian Dosen Pemula sudah diraih oleh dosennya dengan jumlah yang meningkat setiap tahunnya. Beberapa kegiatan pengabdian yang bekerja sama dengan pemerintah Kabupaten Lumajang, PNPM Mandiri Perkotaan dan Perdesaan, dan kelompok masyarakat sudah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir ini.

Semangat para dosennya dan dukungan lembaga STIE Widya Gama Lumajang serta keaktifan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, berhasil membuat STIE Widya Gama meraih dana hibah Dikti untuk pertama kalinya dalam kegiatan pengabdian masyarakat Iptek bagi Masyarakat (IbM) pada tahun 2015 sebanyak 2 (dua) kegiatan dan meraih dana hibah Dikti untuk kegiatan Penelitian Dosen Pemula sebanyak 5 (lima) kegiatan penelitian. Pada tahun 2016, berhasil meraih 3 (tiga) Penelitian Dosen Pemula, 1 (satu) kegiatan pengabdian IbM dan 4 (empat) Program Kreativitas Mahasiswa. Pada tahun 2017, berhasil meraih 1 (satu) Penelitian Produk Terapan, 5 (lima) Penelitian Dosen Pemula dan 2 (dua) Program Kreativitas Mahasiswa.

Kompetensi Dosen di STIE Widya Gama Lumajang tidak perlu diragukan lagi kemampuan dan kepakarannya karena beberapa Dosen juga merupakan konsultan UMKM, konsultan keuangan mitra bank, konsultan koperasi baik ditingkat Kabupaten maupun tingkat provinsi Jawa Timur.

Semangat untuk melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat untuk Dosen STIE Widya Gama Lumajang memang mulai tumbuh sejak tahun 2010, terbukti dengan mampu diraihnya beberapa program hibah. Pada tahun 2011, terbentuk jurnal penelitian ilmu ekonomi WIGAYang telah ber ISSN 2088-0944 dan dipublikasikan pada website www.stiewidyagamalumajang.ac.id rutin terbit dua kali dalam setahun. Pada tahun 2013, program hibah penelitian dosen pemula berhasil diperoleh, namun demikian kegiatan penelitian Dosen melalui pendanaan intern tetap berjalan dengan masuknya karya mereka dalam Jurnal WIGA. Pada tahun anggaran 2014, 4 (empat) penelitian dosen pemula berhasil diraih dan pada tahun anggaran 2015 sebanyak 5 (lima) penelitian dosen pemula dan 2 (dua) kegiatan pengabdian masyarakat IbM berhasil diraih dan dalam proses pelaksanaan. Pada tahun 2016, sebanyak 3 (tiga) Penelitian Dosen Pemula, 1 (satu) pengabdian IbM dan 4 (empat) Program Kreativitas Mahasiswa. Pada tahun 2017, berhasil meraih 1 (satu) Penelitian Produk Terapan, 5 (lima) Penelitian Dosen Pemula dan 2 (dua) Program Kreativitas Mahasiswa.

Di bidang pengabdian, kegiatan pengabdian secara perorangan berbentuk keikutsertaan Dosen dalam program pemerintah, diantaranya kelompok kerja penentuan upah minimum Kabupaten Lumajang, Konsultan Keuangan Mitra Bank, konsultan UMKM, Program Raskin dan kegiatan lainnya yang aktif dilaksanakan dalam beberapa tahun terakhir. Kegiatan pengabdian secara terpadu yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2008 adalah pemeriksaan independen BKM PNPM Mandiri Perkotaan yang dilaksanakan setiap tahun sejak tahun 2008 dan tim evaluasi atas Peraturan Bupati no.3 tahun 2008 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Desa Pemerintah Kabupaten Lumajang.

Dukungan dari Yayasan Pembina Pendidikan Semeru yang merupakan badan penyelenggara perguruan tinggi juga sangat memotivasi para Dosen di STIE Widya Gama Lumajang. Upaya pengembangan kualitas Dosen baik dalam kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat sangat mendapatkan perhatian. Lembaga ini membuka kesempatan seluas-luasnya bagi Dosen untuk berkembang dan meningkatkan potensi dirinya. Ini tentu merupakan modal yang sangat memotivasi Dosen STIE Widya Gama Lumajang untuk meningkatkan kualitas dirinya. Terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Dosen STIE Widya Gama Lumajang yang didanai internal dan terlapor dalam program Simlitabmas Ristik Dikti.

Program hibah pengabdian dari Dikti yang baru diraih pertama kalinya pada tahun anggaran 2015 sangat memacu Dosen STIE Widya Gama Lumajang untuk kembali mengajukan usulan program Ipteks bagi Masyarakat, dengan harapan dapat direalisasikan sehingga Dosen STIE Widya Gama Lumajang juga dapat mengabdikan ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya untuk masyarakat. STIE Widya Gama Lumajang memiliki Dosen-Dosen yang juga merupakan konsultan kewirausahaan dan UMKM di berbagai wilayah di Jawa Timur, oleh karena itu keterlibatan mereka dalam kegiatan ini akan sangat mendukung terlaksananya kegiatan ini dengan baik. Disamping itu hubungan baik dan

beberapa MOU dengan pelaku usaha di Kabupaten Lumajang terkait dengan kegiatan kewira ini adalah usaha, sangat mendukung kegiatan PKM ini dalam hal melibatkan mereka pada kegiatan pembekalan, pendampingan dan studi banding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ukuran keberhasilan kegiatan PKM Jamur Tiram berbahan baku komoditi jamur industry rumah tangga di Kecamatan Kedung Jajang Kabupaten Lumajang ini adalah dengan tercapainya target yang telah ditetapkan sebagai berikut :

1. Terbentuknya industry rumah tangga yang mampu berinovasi dan mampu berkembang dalam persaingan yang ketat.
2. Peningkatan kemampuan skill sumberdaya manusia dalam industry rumah tangga untuk mengelola produk berbahan baku jamur menjadi lebih inovatif dan berkualitas.
3. Industry rumah tangga yang mampu merencanakan produksi dengan matang sehingga tidak lagi berorientasi hari ini melainkan berorientasi ke depan dan mampu merencanakan pengadaan bahan bakunya dengan baik.
4. Industry rumah tangga mampu mengelola administrasi dan pembukuan perusahaan secara benar dan teratur, serta mampu memisahkan antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha. merupakan inovasi yang memanfaatkan jamur untuk menjadi kue lebaran. Praktek ini bertujuan agar mitra PKM bisa melaksanakan secara langsung proses inovasi produk sehingga akan dapat diterapkan secara berkelanjutan di usaha masing-masing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan kegiatan PKM inovasi produk berbahan baku jamur industry rumah tangga di Kecamatan Kedung Jajang Kabupaten Lumajang sebagai berikut :

1. Mitra PKM memiliki keinginan yang kuat untuk mengembangkan usahanya, memasarkan produk dan berinovasi produk.
2. PKM yang dilaksanakan mampu memberikan solusi sederhana dalam mengembangkan usaha berkelanjutan dan menghasilkan produk yang berinovasi serta berdaya saing tinggi.
3. Tercapainya target dari PKM sebagai ukuran keberhasilan dari PKM jamur tiram.
4. PKM dapat memberikan luaran sesuai dengan harapan mitra.
5. Kegiatan PKM ini selain melibatkan mitra juga melibatkan mahasiswa sebagai bentuk pembelajaran nyata terutama bagi para mahasiswa.

Saran

Saran PKM ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi mitra PKM diantaranya :

1. Perlu memberikan semangat kepada mitra PKM untuk dapat lebih maju dalam meningkatkan skill dan mampu untuk berinovasi produk.
2. Mampu menerima tantangan dari dunia luar dalam hal produk dan inovasi.
3. Diharapkan mitra dapat berkembang mengikuti perkembangan yang ada terutama dalam berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rial dan Desi Saraswati. 2012. *10 Jurus Sukses Beragribisnis Jamur*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. 2014. *Kabupaten Lumajang Dalam Angka, Lumajang Regency In Figures 2014*. ISSN:0215.5648. BPS Kabupaten Lumajang.
- Dhewanto, Wawan.dkk. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil Dan Mikro*. Alfabeta: Bandung.
- Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat. 2016. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi*. Edisi X. Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan. Kementerian Riset.Teknologi dan Pendidikan Tinggi:Jakarta.
- Prawirokusumo, Soeharto. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Ed. 1. BPFE: Yogyakarta.

**Analisis Anggaran Produksi Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi Pada Cv. Mirai Alam
Sejahtera Di Lumajang**Deni Lestyaningsih¹

STIE Widya Gama Lumajang

Email :denilestia1208@gmail.com

. M. WimboWiyono²

STIE Widya Gama Lumajang

Email :wimbowiyono720@gmail.com

Much.Taufiq,³

STIE Widya Gama Lumajang

Email :muchamadtaufiqmh@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan dan fungsi anggaran produksi sebagai alat pengendalian biaya produksi pada CV. Mirai Alam Sejahtera di Lumajang. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan *Single Case Study*, penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memberi gambaran pada pembaca dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, peristiwa sebagaimana adanya, atau fakta secara detail. Studi kasus bertujuan untuk melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel anggaran bahan baku belum terkendali dengan baik karena realisasi lebih besar dari yang telah dianggarkan sebanyak Rp.22.043.256,- variabel anggaran tenaga kerja langsung terkendali dengan baik karena realisasi anggaran lebih kecil dari yang telah dianggarkan sebanyak Rp. 22.754.431,- dan dapat menguntungkan perusahaan, variabel anggaran biaya *overhead* pabrik juga dapat terkendali dengan baik karena realisasi anggaran lebih kecil dari yang telah dianggarkan sebanyak Rp.5.774.147,- sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti anggaran produksi sebagai alat pengendalian biaya produksi.

Kata Kunci : anggaran produksi, pengendalian biaya produksi**Abstract**

The purpose of this study is to determine the use and function of production budget as a means of controlling production costs on the CV. Mirai Alam Sejahtera in Lumajang. This research uses descriptive qualitative approach and Single Case Study, descriptive research is a research that gives an overview to the reader and reveal a problem, situation, event as it is, or facts in detail. The case study aims to conduct an in-depth investigation of a particular subject to give a complete picture of a particular subject. The results showed that the variable of raw material budget has not been well controlled because the realization is bigger than budgeted as much as Rp.22.043.256, labor-variable directly controlled well because budget realization is smaller than budgeted as much as Rp. 22,754,431, - and can benefit the company, variable overhead factory cost budgets can also be well controlled because the budget realization is smaller than budgeted as much as Rp.5.774.147, - so it can benefit the company. The limitation of this study is to examine the production budget as a means of controlling production costs.

Keywords: production budget, production cost control**PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan atau organisasi yang didirikan pasti memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk meningkatkan kinerja dalam melakukan penyesuaian terhadap perkembangan yang semakin pesat, agar setiap tujuan dapat tercapai dengan baik dan dapat memperkecil resiko kesalahan yang memperlambat kinerja. Penyusunan anggaran penting bagi perusahaan ataupun lembaga, yaitu untuk membantu pelaksanaan perencanaan dan memberikan estimasi seberapa besar dana yang dibutuhkan dan disediakan dalam mewujudkan aktivitas tersebut, sehingga penyimpangan-penyimpangan dapat diminimalisasi. Pengendalian sangat diperlukan dalam penganggaran, karena dengan pengendalian kinerja karyawan dapat dievaluasi dan dapat dilakukan

perbaikan atas setiap aktivitas yang dilakukan. Pengendalian biaya produksi merupakan hal yang penting dalam proses produksi. Biaya produksi merupakan komponen biaya terbesar yang terdapat pada suatu produk. Dengan biaya produksi yang rendah akan tetapi tetap dapat mempertahankan kualitas dari produk yang dihasilkan perusahaan, sehingga perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih kompetitif dan mampu bersaing dengan produk-produk yang lain. Oleh karenanya dibutuhkan anggaran biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah anggaran produksi sebagai alat pengendalian biaya produksi pada CV. Mirai Alam Sejahtera di Lumajang?

KAJIAN PUSTAKA

Anggaran merupakan suatu rencana keuangan yang disusun untuk masa depan, yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan meliputi tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mencapainya. Anggaran produksi merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis, meliputi seluruh kegiatan perusahaan, dinyatakan dalam unit (satuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) yang akan datang.. Tujuan anggaran produksi menunjang kegiatan penjualan, sehingga barang dapat di sediakan sesuai dengan yang telah direncanakan, menjaga tingkat persediaan yang memadai. Artinya tingkat persediaan yang tidak terlalu besar, tidak pula terlalu kecil. Prinsip manajemen produksi menyatakan bahwa tingkat persediaan yang terlalu besar mengakibatkan meningkatnya biaya-biaya dan risiko-risiko yang menjadi beban perusahaan. Sebaliknya tingkat persediaan yang terlalu kecil mengakibatkan banyaknya gangguan, kekurangan persediaan bahan mentah mengakibatkan gangguan pada proses produksi, sedangkan kekurangan persediaan barang jadi mengakibatkan banyaknya langganan yang kecewa dan hilangnya peluang memperoleh keuntungan, Mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya produksi barang yang dihasilkan dapat diminimalkan. Sebagai alat pengendalian, rencana produksi berguna untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja aktual produksi, kemudian dilakukan tindakan perbaikan bilamana diperlukan. Hal ini untuk menjamin bahwa perusahaan dapat mencapai sasaran, tujuan, kebijakan, dan standar yang telah ditetapkan secara efisien. Sistem pengendalian produksi meliputi pengendalian biaya, kualitas dan kuantitas manajerial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan *Single Case Study* yaitu penelitian yang memberi gambaran pada pembaca dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, peristiwa sebagaimana adanya, atau fakta secara detail, studi kasus bertujuan untuk melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Langkah – langkah analisis data yaitu dengan mengumpulkan data serta informasi yang relevan yang dibutuhkan terkait dengan penelitian ini, mengumpulkan data perencanaan produksi, mengumpulkan data realisasi atas perencanaan produksi, melakukan analisis terhadap perencanaan anggaran produksi beserta realisasinya kemudian disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan CV. Mirai Alam Sejahtera adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kayu bulat untuk di jadikan kayu lapis seperti: Plywood, LVL dan Veneer. Didirikan pada tanggal 1 Desember 2012 dan beralamat di Jl. Jurusan Senduro No. 227 Desa Purwosono Kec. Sumberuko, Lumajang. Sistem penjualan di CV. Mirai Alam Sejahtera yaitu melalui PO (*Purchase Order/ Pemesanan*) yang tidak selalu *continue* dan jangka panjang, akan tetapi hanya dalam jangka pendek (maksimal untuk 1-2 bulan kedepan). Anggaran produksi yang dibuat oleh CV. Mirai Alam Sejahtera disusun berdasarkan pesanan dari buyer dalam satu bulan yang kemudian di koreksi dan di setujui oleh pimpinan. Dalam penyusunan anggaran produksi CV. Mirai Alam Sejahtera menggunakan sistem biaya standar. Harga standar ini di tentukan berdasarkan histori atau harga di bulan / tahun sebelumnya. Anggaran produksi sebagai alat pengendalian pada CV. Mirai Alam Sejahtera secara keseluruhan sudah berfungsi dengan baik, walaupun pada anggaran bahan baku realisasi lebih dari yang dianggarkan namun pada anggaran tenaga kerja langsung dan anggaran BOP realisasi lebih kecil dari yang dianggarkan, sehingga anggaran BOP dan anggaran tenaga kerja langsung yang lebih dapat di alokasikan pada anggaran bahan baku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran produksi pada CV. Mirai Alam Sejahtera di Lumajang secara keseluruhan pada tahun 2017 dapat terkendali dengan baik, meskipun ada anggaran yang realisasinya lebih kecil dari yang dianggarkan, tetapi masih dapat di alokasikan terhadap anggaran yang realisasinya lebih besar dari yang dianggarkan. Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dari peneliti adalah agar anggaran

produksi yang ada di CV. Mirai Alam Sejahtera dapat di pertahankan dan di perbaiki supaya lebih baik lagi untuk kedepannya.

**Analisis Kinerja Keuangan Pt. XI Axiata, Tbk Pada Bursa Efek Indonesia (Bei)
Periode 2010 - 2016**

Wahyu Arianto¹
STIE Widya Gama Lumajang
Email: Wahyuarianto897@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan dengan menggunakan analisis rasio dan rata-rata industri pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan data sekunder yaitu data keuangan yang diambil dari bursa efek Indonesia. Laporan keuangan yang digunakan untuk analisis dimulai dari tahun 2010-2016 dengan menggunakan teknik *time series* dan *cross sectional*. Hasil analisis yang diperoleh perusahaan dari analisis likuiditas yaitu berupa *current ratio* menunjukkan kinerja yang kurang baik. Untuk kemampuan Solvabilitas yang berupa *Debt to Asset Ratio* sudah cukup baik, dikarenakan hutang lebih kecil dari jumlah aktiva. Rasio profitabilitas masih dibawa standart untuk *ROE* yang disebabkan karena persaingan yang ketat dengan perusahaan sejenis lainnya. Untuk rata-rata industry, PT.XL Axiata Tbk masih dibidang cukup baik jika dibandingkan dengan PT.Bakri Telecom Tbk, PT.Smartfreen Tbk., PT.Indosat Tbk., namun PT.XL Axiata Tbk berada dibawah PT.Telkom Indonesia Tbk.

Kata Kunci : Likuiditas; solvabilitas; profitabilitas; Kinerja Keuangan.

Abstract

This study aims to determine the financial performance by using ratio analysis and industry average in telecommunications companies listed on the Indonesian stock exchange (BEI). This research is a descriptive research using secondary data that is financial data taken from Indonesia stock exchange. The financial statements used for the analysis begin from 2010-2016 using time series and cross-sectional techniques. The results of analysis obtained by the company from liquidity analysis that is in the form of current ratio show the performance is not good. For the ability of Solvency in the form of Debt. to Asset Ratio is good enough, because the debt is smaller than the number of assets. Profitability ratios are still brought the standard for ROE caused by intense competition with other similar companies. For the average industry, PT.XL Axiata Tbk is still quite good when compared with PT. Bakri Telecom Tbk, PT.Smartfreen Tbk., PT.Indosat Tbk., But PT.XL Axiata Tbk is under PT. Telkom Indonesia Tbk.

Keywords: Liquidity; solvency; profitability; Financial performance.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang sekarang semakin pesat, khususnya perkembangan dalam bidang telekomunikasi, perusahaan yang bergerak dalam sektor komunikasi diharapkan dapat menjaga kondisi kinerja agar mampu bersaing sesama perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Berbagai produk-produk telekomunikasi akan selalu muncul dengan fitur-fitur terbaru yang lebih nyaman dan lebih canggih. Di Indonesia terdapat banyak perusahaan terkemuka yang bergerak pada sektor telekomunikasi bahkan sudah *go public* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diantaranya PT. XL Axiata Tbk., PT. Smartfreen Tbk., PT. Bakrie Telecom Tbk., PT. Telcom Indonesia Tbk., dan PT. Indosat Tbk.

Harahap, (2013:105) menjelaskan tentang laporan keuangan, bahwa kondisi keuangan perusahaan terdapat pada laporan keuangan. Jenis laporan yang keuangan yang digunakan adalah Neraca dan laporan laba-rugi.

Jumingan, (2011:42) Analisis laporan keuangan menjelaskan suatu hubungan untuk mengetahui suatu keadaan posisi keuangan perusahaan, hasil usaha, serta kemajuan keuangan perusahaan kedepannya. Analisis yang dilakukan terhadap laporan keuangan yang mengukur hubungan setiap pos atau akun yang ada dalam laporan keuangan dari period eke periode lainnya untuk mengetahui perubahan apa yang terjadi.

Irham Fahmi, (2012:02) Kinerja keuangan adalah teknik yang digunakan dalam sebuah analisis, dan analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan apakah perusahaan telah melaksanakan aturan mengenai pengelolaan keuangan secara baik. Kinerja keuangan akan memberi

gambaran mengenai efisiensi dari penggunaan dana dalam memperoleh keuntungan. Dibutuhkan metode atau teknik analisis yang tepat dalam menganalisis laporan keuangan, tujuan menentukan metode atau teknik adalah diharapkan laporan keuangan mampu menunjukkan hasil yang diperoleh perusahaan tersebut.

Rasio profitabilitas ialah rasio yang fungsi utamanya untuk mengetahui atau menilaiseberapa besar profit atau laba yang diperoleh suatu perusahaan. Rasio keuangan akan dapat bermanfaat, maka diperlukan beberapa standart untuk perbandingan. Hal yang biasa dilakukan adalah dengan membandingkan atau menghubungkan rasio keuangan perusahaan dengan perusahaan lainnya.yaitu dengan menggunakan rata-rata industry perusahaan sejenis.Berdasarkan pendahuluan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul "Analisis Kinerja Keuangan PT. XL Axiata Tbk Periode 2010-2016".

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Laporan Keuangan

Menurut PSAK No. Paragraf ke 7 tahun 2014, 1 Laporan keuangan adalah hasil dari sebuah proses yang tercermin dalam laporan keuangan. Pelaporan keuangan yang umum digunakan yaitu meliputi neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan posisi keuangan (yang penyajiannya bisa dalam berbagai macam, contoh, laporan arus kas atau laporan arus dana), serta catatan laporan lain yang dapat memberikan gambaran penjelasan, dimana laporan tersebut merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang dianggap penting untuk disajikan. Munawir, (2010:05) laporan keuangan yang bisa digunakan adalah laporan neraca, perhitungan laba-rugi serta laporan perubahan modal.

Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Munawir, (2010:35) Analisis laporan keuangan ialah analisis terhadap laporan keuangan yang meliputi langkah-langkah diantaranya: penelaahan atau mempelajari hubungan dan kecenderungan untuk menentukan posisi keuangan perusahaan dan hasil dari kegiatan, dan perkembangan dari perusahaanselama beroperasi.

Rasio Keuangan

Kasmir, (2016:10) Rasio keuangan ialah kegiatan yang dilakukan untuk membandingkan suatu angka dalam akun yang terdapat dalam laporan keuangan dengan angka-angka lainnya.Perbandingan-perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dalam laporan keuangan dengan komponen lainnya atau dibandingkan antar laporan keuangan dalam satu komponen. Rasiokeuangan diperuntukkan dalam melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan dan kinerja perusahaan.Dalam memahami rasio keuangan ada beberapa kategori yang terdapat dalam rasio keuangan, diantaranya:

1. Rasio Likuiditas. Apakah Perusahaan Mengalami Likuid ?

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek tepat pada waktunya. Likuiditas juga merupakan suatu indikator untuk melakukan penilaian kemampuan dari perusahaan dalam membayar semua hutang-hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Fred Weston dalam buku kasmir (2012:129), likuiditas menunjukkan kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi kewajibannya (utang) jangka pendek.

Rasio lancar atau *Current Ratio* adalahrasio yang diperuntukkan mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang telah jatuh tempo pada saat ditagih. Dengan kata lain,seberapa besar aktiva lancar yang dimiliki untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Rasio Solvabilitas. Bagaimana Suatu Perusahaan Mendanai Aktivanya dengan hutang ?

Solvabilitas atau *leverage* menunjukkansejauh mana aktiva yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang atau dengan kata lain menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Harahap, (2009:306) Rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki.

Dept ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk menilai perbandingan antara total utang dengan total aktivanya. Dari hasil pengukurantersebut apabila rasionya tinggi, artinya

pendanaan dengan utang semakin banyak, semakin sulit untuk perusahaan memperoleh tambahan pinjaman karena ditakutkan perusahaan tidak mampu mengembalikan hutangnya dengan aktiva yang dimiliki. Demikian apabila ratio rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang.

3.Rasio Profitabilitas. Apakah pemilik atau pemegang saham mendapatkan pengembalian atas dana yang mereka investasikan?

Kasmir, (2012:196) menjelaskan "Profitabilitas merupakan penilaian kemampuan perusahaan dalam mencari laba". Yang hubungannya dalam penjualan, total aktiva, modal sendiri, dengan kondisi profitabilitas yang baik akan mendorong para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut guna memperoleh dividen atas keuntungan perusahaan dan keuntungan yang layak dibagikan para pemegang saham.

Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity /ROE*) Merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. *ROE* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham *preference*) atas modal yang mereka investasikan didalam perusahaan.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Penilaian Kinerja Keuangan

Fahmi, (2012:02) Kinerja keuangan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan sebuah laba, atau tingkat *Debt to Asset Ratio* = $\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}}$ pencapaian perusahaan. Kinerja keuangan akan memberi gambaran mengenai efisiensi dari penggunaan dana dalam memperoleh keuntungan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu penulisan yang menggambarkan tentang keadaan sebenarnya tentang objek yang diteliti, yang berkaitan dengan pengumpulan data dan penyajian data, sehingga memberikan informasi yang berguna. Jadi penelitian ini merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan dan menganalisis data sehingga dapat diketahui gambaran umum instansi yang sedang diteliti.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah Penilaian Kinerja Keuangan. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. XL Axiata Tbk, Sugiyono, (2009:39) pengertian objek penelitian adalah "Suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang dijelaskan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Data yang dibutuhkan yakni berupa sejarah, struktur organisasi, neraca maupun laporan laba-rugi tahun 2010 sampai 2016 pada perusahaan telekomunikasi, menggunakan dokumen-dokumen yang sudah ada pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Setelah data-data yang diperoleh dan diolah, maka langkah berikutnya yaitu melakukan analisis data. Analisis data adalah cara atau langkah-langkah untuk mengolah data sekunder, yang bermanfaat bagi peneliti guna mencapai tujuan akhir penelitian. Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data-data yang dibutuhkan seperti laporan keuangan.
2. Menganalisis laporan keuangan yang berupa laporan Neraca dan laporan laba-rugi perusahaan menggunakan analisis rasio.
3. Melakukan analisis kinerja perusahaan secara *time series* analisis dan *cross section approach* yang dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama yang ada di BEI. (telekomunikasi).
4. Menyajikan dan melakukan pembahasan hasil analisis yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Rasio Keuangan

Tabel 4.5
Hasil Perhitungan *Current Ratio* PT.XL Axiata Tbk
Tahun 2010-2016

No	Tahun	Keterangan		Persentase	Standart Rasio (Minimal 200%)
		Aktiva Lancar (Rp)	Hutang Lancar (Rp)		
1	2010	2.228.017	4.563.033	48,83 %	Dibawah standart
2	2011	3.387.237	8.728.212	38,80 %	Dibawah standart
3	2012	3.658.985	8.739.996	41,86 %	Dibawah standart
4	2013	5.844.114	7.931.046	73,68 %	Dibawah standart
5	2014	13.309.762	15.398.292	86,43 %	Dibawah standart
6	2015	10.151.586	15.748.214	64,46 %	Dibawah standart
7	2016	6.806.863	14.477.038	47,02 %	Dibawah standart

Berdasarkan sumber data yang diolah diatas dapat diketahui bahwa rasio likuiditas PT.XL.Axiata Tbk yang berupa *Current ratio* selama tahun 2010-2016 mengalami penurunan dan peningkatan. Dalam *current ratio* semakin tinggi nilai *current ratio* maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Pencapaian terbaik hanya terjadi pada tahun 2014. Selama tujuh tahun terakhir untuk *current ratio* pt.xl axiata berada dibawah standart rasio, itu artinya pt xl axiata belum mampu membayar utang lancar dengan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan.

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Rasio *Dept to Asset Ratio* PT.XL Axiata Tbk
Tahun 2010-2016

No	Tahun	Keterangan			
		Total Aktiva (Rp)	Total Utang (Rp)	Persentase	Standart Rasio Maximal 100%
1	2010	27,251,281.00	15,536,207.00	57%	Dibawah standart
2	2011	31,170,654.00	17,478,142.00	56%	Dibawah standart
3	2012	35,455,705.00	20,085,669.00	57%	Dibawah standart
4	2013	40,277,626.00	24,977,479.00	62%	Dibawah standart
5	2014	63,630,884.00	49,582,910.00	78%	Dibawah standart
6	2015	58,844,320.00	44,752,685.00	76%	Dibawah standart
7	2016	54,896,286.00	33,687,141.00	62%	Dibawah standart

Berdasarkan hasil dari perhitungan tabel diatas *Dept to Asset Ratio* selama tahun 2010-2016 terjadi fluktuasi, baik itu penurunan maupun peningkatan. Jika terjadi penurunan maka itu akan menunjukkan hal yang baik dan sebaliknya. Pencapaian selama tahun 2010 sampai tahun 2016 menunjukkan hal yang baik, karena berada dibawah standart yaitu 100% untuk *Dept to Asset Ratio*.

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan *ROE* PT. XL Axiata Tbk
Tahun 2010-2016

No	Tahun	Keterangan		
		Modal (Rp)	Laba Bersih (Rp)	Persentase
				Standart Rasio inimal 30%

1	2010	11,715,074.00	2,891,261.00	24,68%	Dibawah Standart
2	2011	13,692,512.00	2,830,101.00	20,67%	Dibawah Standart
3	2012	15,370,036.00	2,764,647.00	17,99%	Dibawah Standart
4	2013	15,300,147.00	1,032,817.00	6,75%	Dibawah Standart
5	2014	14,047,974.00	-803,714.00	-5,72%	Dibawah Standart
6	2015	14,091,635.00	-25,338.00	-0,18%	Dibawah Standart
7	2016	21,209,145.00	375,516.00	1,78%	Dibawah Standart

ROE merupakan sebuah perbandingan antar laba bersih dengan *equitas*. *ROE* adalah suatu alat yang digunakan oleh pemilik perusahaan untuk mengetahui laba yang akan didapat dari modal yang telah diberikan. Selama tahun 2010 sampai tahun 2016 berada dibawah standart untuk return on asset, karena standart yang ditentukan sebesar 30%

b. Rata-rata Industri

Rasio dalam suatu laporan keuangan ialah angka yang menunjukkan keterkaitan antar suatu angka dengan angka lainnya dalam suatu laporan keuangan. Hubungan antara angka dengan angka lainnya dalam laporan keuangan dalam bentuk yang matematis dengan rata-rata industri. Rata-rata industri digunakan dalam salah satu bentuk statistika dengan menggunakan nilai tunggal sebagai pembandingnya. Menghitung nilai tunggal dapat menggunakan rumus Aritmatika. Hal ini dapat dibuktikan dengan sebuah teori yang telah menurut djarwanto (2004:144) dalam astri widiastuti, ialah rasio yang baik yang memberikan gambaran rata-rata. Gambaran rata-rata yang sesuai adalah rasio industri. Terdapat adanya standart, perusahaan tentunya dapat menentukan apakah kinerja keuangan perusahaan bernilai baik atau tidak.

$$\text{Rumus: } = \frac{\sum x}{n}$$

\bar{X} : nilai mean, x= hasil data, n = jumlah data

Tabel 4.10
Rata-Rata Industri Rasio Lancar (*Current Ratio*)
Tahun 2010-2016

Perusahaan	Tahun						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
PT.XI Axiata Tbk	48,8%	38,8%	41,86%	73,68%	86,43%	64,46%	47,0%
PT.Indosat Tbk	51,%	5,0%	75,4%	53,12%	40,6%	49,4%	42,2%
PT.Smartfreen Tbk	21,5%	25,6%	28,1%	36,36%	30,8%	53,0%	62,3%
PT.Telekomunikasi Tbk	91,%	95,8%	116,%	116,3%	106,2%	135,2%	119,%
PT.Bakri Telecom Tbk	81,6%	32,0%	26,7%	8,94%	2,51%	0,83%	0,53%
RATA-RATA	58,22 %	49,47 %	57,64 %	57,59 %	53,3 %	60,62%	54,43%

Secara rata-rata industry sesama perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama untuk selama tujuh tahun terhitung mulai tahun 2010 sampai 2016 yang memiliki kemampuan untuk mengembalikan utang yang akan jatuh tempo atas aktiva lancar yang dimiliki adalah perusahaan PT.Telekomunikasi Tbk,

Tabel 4.11
Rata-Rata Industri *Dept to Asset Ratio*(*DAR*)
Tahun 2010-2016

Perusahaan	Tahun						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016

PT.XI Axiata Tbk	57%	56%	57%	62%	78%	76%	62%
PT.Indosat Tbk	65,4%	63,9%	64,8%	69,7%	73,3%	76,0%	72,1%
PT.Smartfreen Tbk	102,6%	73,41%	64,96%	80,77%	77,41%	66,92%	59,77%
PT.Telekomunikasi Tbk	43,86%	40,82%	39,85%	39,48%	38,87%	43,77%	41,23%
PT.Bakri Telecom Tbk	57,94%	64,22%	81,90%	111 %	151%	618%	985%
RATA-RATA	65,37%	59,67%	61,71%	72,59%	83,72%	176,1%	244 %

Secara rata-rata industry sesama perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama untuk tujuh tahun terhitung mulai tahun 2010 sampai 2016 yang dinilai dengan *debt to asset ratio* kinerja PT.XL Axiata memiliki kinerja yang baik karena berada dibawah standart yang telah ditentukan untuk *debt to asset ratio*

Tabel 4.12
Rata-Rata Industri Return on Equity (ROE)
Tahun 2010-2016

Perusahaan	Tahun						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
PT.XI Axiata Tbk	24,6%	20,6%	17,9%	6,75%	-5,72%	-0,18%	1,78%
PT.Indosat Tbk	3,97%	4,95%	2,51%	-16,14%	-13,13%	8,77%	8,99%
PT.Smartfreen Tbk	-152 %	-0,73 %	31,3 %	-83,09 %	-34,80 %	-22,75 %	-22,08 %
PT.Telekomunikasi Tbk	28,13 %	25,36 %	27,41 %	26,20 %	24,90 %	24,95 %	27,63 %
PT.Bakri Telecom Tbk	0,19 %	-17,91 %	-191 %	Null	Null	Null	Null
RATA-RATA	-19,00 %	6,47 %	-22,35 %	-16,57 %	-7,18 %	-1,68 %	4,08 %

Secara rata-rata industry perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi adalah PT.Telkom Indonesia, tetapi secara keseluruhan laba yang diperoleh seluruh perusahaan masih berada dibawah standart yang ditentukan

SIMPULAN DAN SARAN

Pencapaian yang dilakukan oleh PT XL Axiata Tbk selama periode 2010 sampai 2016 untuk likuiditas yang berupa *current ratio* menunjukkan kinerja yang kurang baik, penyebabnya karena hutang lancar yang dimiliki lebih besar dari pada aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan.

Kemampuan solvabilitas yang berupa *debt to asset ratio* sudah dikatakan baik, karena total hutang yang dimiliki lebih kecil, dan aktiva yang dimiliki lebih besar. Pencapaian selama tahun 2010 sampai 2016 untuk profitabilitas masih tergolong rendah, bahkan pada tahun tertentu perusahaan mengalami kerugian, mungkin diakibatkan oleh persaingan yang ada antara perusahaan yang lainnya, sehingga perusahaan masih belum mampu menciptakan profit dengan maksimal.

Dilihat secara rata-rata industri gabungan perusahaan sejenis, PT. XL Axiata masih tergolong cukup baik, dan secara keseluruhan PT XL Axiata Tbk berada diatas PT. Indosat Tbk., PT. Smartfreen Tbk., PT. Bakrie Telecom Tbk.. dan berada dibawah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Ini disebabkan karena perusahaan cukup mampu untuk menjaga intensitas yang diberikan untuk menjaga sebuah persaingan.

Sebaiknya perusahaan harus mampu menjaga tingkat persentase likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas. Dan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh dengan mengurangi pinjamannya. Selain itu perusahaan diharapkan mampu meningkatkan tanggung jawabnya untuk membayar utang jangka pendeknya, dan menjaga keuangan perusahaan secara baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta
- Harahap, Sofyan Syafri. 2009. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Cetakan ke-3, edisi ke-1. Raja Grafindo Pers: Jakarta
- . 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi 11. Rajawali Pers: Jakarta
- Jumingan. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke-4. Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Munawir S. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. UPP-YKPN : Yogyakarta
- Widiastuti, Asri dan Marulitua, Palti. 2017. *Analisis Kinerja Laporan Keuangan Pada perusahaan Telekomunikasi Indonesia Periode 2011-2015 Pendekatan Rasio Keuangan dan Rata-rata Industri*. (Studi : Bursa Efek Indonesia). Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.4 No.2.

Pengaruh Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Feri Lutmansyah¹
STIE Widyagama Lumajang
email: ferilutmansyah@gmail.com

Sochib²
STIE Widyagama Lumajang
email: sochib.ak@gmail.com

Subani³
STIE Widyagama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kebijakan deviden, profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat kebijakan deviden, profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel kebijakan deviden memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, namun untuk variabel kebijakan hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan pengaruh kebijakan deviden, profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,780. Hal ini berarti variabel bebas (Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Kebijakan Hutang) mampu menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 78%, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 78\% = 22\%$ dijelaskan oleh faktor – faktor lain selain variabel yang diteliti yang mempengaruhi nilai perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh kebijakan deviden, profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi laba bersih diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : kebijakan deviden, profitabilitas, kebijakan hutang, nilai perusahaan.

Abstract

Purpose of this study is to determine the effect of dividend policy, profitability and debt policy to corporate value either partially or simultaneously. This study tested the hypothesis that there is dividend policy, profitability and debt policy to company value. The research method used is multiple linear regression statistic method. The result of research indicate that for variable of dividend policy have influence to company value, profitability variable have influence to company value, but for variable of debt policy does not have significant effect to company value. While simultaneously influence of dividend policy, profitability and debt policy to company value with coefficient of determination (adjusted R²) obtained equal to 0,780. This means that the independent variables (Dividend Policy, Profitability and Debt Policy) are able to explain the Company's Value of 78%, while the remaining 100% -78% = 22% is explained by factors other than the variables studied that affect the firm value. The limitations of this study are to examine the effect of dividend policy, profitability and debt policy on corporate value. While other variables that affect the net profit is expected to be examined by further researchers.

Keywords: dividend policy, profitability, debt policy, corporate value.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Tujuan perusahaan yang pertama untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar besarnya. Disamping itu perusahaan juga ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang lain untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Tujuan-tujuan tersebut sebenarnya hanya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. (Martono dan Agus Harjito, 2005:2).

Di Indonesia, perdagangan saham dilakukan di Bursa Efek Indonesia. Bursa merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya adalah menyelenggarakan kegiatan perdagangan di pasar sekunder, Kegiatan perdagangan di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meskipun nilai perdagangannya pernah mengalami penurunan pada tahun-tahun ketika terjadi krisis moneter dalam Suad Husnan (2015).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kebijakan deviden. Kebijakan hutang dan profitabilitas. Alfredo (2010) mengemukakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kebijakan hutang dan profitabilitas sedangkan Menurut Rika (2010) dalam jurnal Titin Herawati menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi kebijakan deviden dan profitabilitas.

Fungsi manajemen keuangan mencakup beberapa keputusan penting diantaranya keputusan deviden dan profitabilitas, keputusan tersebut akan memaksimalkan nilai perusahaan dan pada akhirnya akan meningkatkan kekayaan pemegang saham (Weston dan Copeland 1995:5) Dalam jurnal Endang Mahpudin.

Fred J Weston dan Eugene F Brigham (2005:199) dalam jurnal Umi Mardiyanti, Gatot Nazir Ahmad, Ria Putri (2014) menyatakan Kebijakan Dividen dapat dihubungkan dengan nilai Perusahaan. Pengertian kebijakan deviden yang optimal (optimal dividend policy) adalah kebijakan deviden yang menciptakan keseimbangan diantara deviden saat ini dan pertumbuhan di masa mendatang sehingga memaksimalkan harga saham perusahaan. Pengertian lain yang berbeda tentang kebijakan Dividen disampaikan oleh Dwi Sukirni(2014) menyatakan kebijakan deviden adalah kebijakan yang dikaitkan dengan penentuan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan menggambarkan posisi struktur modal perusahaan yang digunakan sebagai sumber pedoman usaha. Semakin banyak saham yang dimiliki oleh Manager akan semakin menurunkan masalah keagenan sehingga membuat deviden tidak perlu dibayarkan pada risiko yang tinggi.dalam Imanda Firmantyas Putri, Mohammad Nasir(2006). Keputusan deviden pada hakekatnya menentukan beberapa banyak bagian keuntungan yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dan berapa banyak yang akan ditahan Husnan(1967) mengutip dalam Sochib(2008).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. dalam jurnal Titin Herawati (2014). Pengertian serupa dikemukakan oleh Sartono(2014) dalam Ayu Sri Mahatma Dewi Dkk bahwa Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. sedangkan menurut (Brigham & Houston 2009) dalam jurnal Bhekti Fitri Prasetyo(2013) menyatakan Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur Profitabilitas perusahaan adalah return on Assets (ROA).ROA merupakan tingkat pengembalian atas asset asset dalam menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dan aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total asset(Keown,2010:80) mengutip jurnal Meidera Elsa Dwi Putri(2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Umi Mardiyati,Gatot Nazir Ahamad,Ria Putri (2014). Kebijakan hutang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi setelah menambahkan variabel kontrol kedalam model persamaan regresi. Perubahan terlihat pada nilai koefisien yang menjadi negatif. Sedangkan pengaruhnya tetap tidak signifikan. Hasil penelitian ini mengalami perubahan setelah menambahkan variabel insider ownership kedalam model persamaan. Hal ini terjadi dikarenakan adanya agency problem dimana muncul antara kreditur(pemberi hutang).kebijakan hutang merupakan salah satu alternatif pendanaan perusahaan selain menjual saham pasar modal, hutang adalah instrumen yang sangat sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Dalam Elva Nuraina(2014). Sedangkan menurut Priscilia Gizela Frederik, Sientje C. Nangoy,Victoria Untu (2015) menyatakan bahwa kebijakan hutang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain untuk membayar sejumlah uang atau menyerahkan barang atau jasa pada tanggal tertentu. Hutang juga merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya.

Total pengembalian (return) kepada pemegang saham selama waktu tertentu terdiri dari peningkatan harga saham ditambah deviden yang diterima. Jika perusahaan menetapkan deviden yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Maka return yang diperoleh investor akan semakin tinggi. Terdapat dalam jurnal Umi Mardiyanti, Gatot Nazir Ahmad, Ria Putri (2014).

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki oleh perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham contohnya, saham salah satu contoh surat berharga yang ada di perusahaan tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh permintaan atau pembelian oleh para emiten, serta salah satu faktor yang lain memengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar deviden. Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan operasinya. haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari

luar. Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian keuntungan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Aries (2010:158) terdapat di jurnal Titin Herawati (2014). menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi. Pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor. Nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Penelitian ini termotivasi pada penelitian Umi Mardiyati, Gatot Nazir Ahmad, Ria Putri (2014) yang meneliti "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan" perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yakni perusahaan yang diteliti adalah perusahaan Barang Konsumsi periode 2014-2016 dan penelitian sebelumnya Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin meneliti mengambil judul : "Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di BURSA EFEK INDONESIA pada tahun 2014-2016".

KAJIAN PUSTAKA

Kebijakan Dividen

Definisi dividen menurut Tatang Ary Gumanty (2013:226) merupakan Bagian dari keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham yang dapat berupa dividen tunai atau dividen saham.

Rudianto (2014:290) berpendapat bahwa Dividen merupakan bagian laba usaha yang diperoleh perusahaan dan diberikan oleh perusahaan kepada pemegang sahamnya sebagai imbalan atas kesediaan mereka menanamkan hartanya dalam perusahaan.

Pengertian dividen menurut Rini Andari (2008:78) adalah: Dividen adalah salah satu keputusan penting untuk memaksimalkan nilai perusahaan disamping keputusan investasi dan struktur modal.

Kebijakan dividen menurut Riyanto (1995) dalam jurnal Endang Mahpudin menyatakan bahwa kebijakan dividen ialah kebijakan yang bersangkutan dengan penentuan pembagian pendapatan antara digunakan untuk pembayaran dividen kepada para pemegang saham atau untuk digunakan dalam perusahaan.

Menurut Reineka Chairun Nisa (2015) berpendapat bahwa kebijakan dividen adalah bagian laba atau pendapatan perusahaan yang ditetapkan oleh direksi untuk dibagikan kepada pemegang saham.

Menurut Sri Dwi Ari Ambarwati (2010:64) kebijakan dividen adalah Kebijakan yang diambil manajemen perusahaan untuk memutuskan membayarkan sebagian keuntungan perusahaan kepada pemegang saham dari pada menahannya sebagai laba ditahan untuk diinvestasikan kepada pemegang saham daripada menahannya sebagai laba ditahan untuk diinvestasikan kembali agar mendapatkan capital gains.

Menurut Weston dan Brigham (1990) kebijakan dividen didefinisikan sebagai kebijakan dalam menentukan keputusan untuk membagikan laba atau menahannya guna diinvestasikan kembali dalam perusahaan.

Kebijakan dividen menurut Agus Sartono (2010:282) kesempatan investasi yang tersedia, ketersediaan dan biaya modal alternatif, dan preferensi pemegang saham untuk menerima pendapatan saat ini atau menerimanya di masa datang."

Meckling (1976) menyarankan pembayaran dividen untuk menyelaraskan kepentingan manajer dengan orang-orang dari investor, dengan meningkatkan rasio pembayaran dividen untuk mengurangi biaya agensi, sebagai pembayaran dividen mengurangi dana yang tersedia untuk manager.

Dividen sendiri merupakan pendapatan bersih perusahaan setelah pajak dikurangi dengan laba ditahan (retained earning). Kebijakan dividen optimal adalah kebijakan dividen yang menghasilkan keseimbangan antara dividen saat ini, pertumbuhan di masa depan, dan memaksimalkan harga saham perusahaan (Brigham dan Houston, 2010).

Kebijakan dividen perusahaan dapat dilihat dari nilai Dividen Payout Ratio (DPR). DPR menunjukkan rasio dividen yang dibagikan perusahaan dengan laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Secara matematis rumus untuk menghitung DPR adalah sebagai berikut (Subramanyam & Wild, 2010:45)

Profitabilitas

Menurut Priscilia gizela frederik, Sienje C. Nangoy, Victoria N. Untu (2015) menyatakan Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Pengertian yang sama disampaikan oleh husnan (2001) bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2000).

Menurut Saidi (2004), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut Harahap (2009:304) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga operating ratio.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (Brigham & Houston, 2009). Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi.

Menurut Hanafi dan Halim (2014:82) Return on Equity (ROE), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Kebijakan Hutang

Hutang Menurut Djarwanto (2004:34) menyatakan bahwa Hutang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain untuk membayar sejumlah uang atau menyerahkan barang atau jasa pada tanggal tertentu. Hutang juga merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya.

Hutang ialah kewajiban yang harus dikembalikan atau dibayarkan yang berupa uang, barang atau jasa pada tanggal tertentu/yang telah ditentukan.

Kebijakan hutang adalah kebijakan yang menentukan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu berupa penghematan pajak (titin herawati,2014).

Hutang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain untuk membayar sejumlah uang atau menyerahkan barang atau jasa pada tanggal tertentu (P.G. Frederik., S.C. Nangoy., V.N. Untu.,2015).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum, apabila harga saham perusahaan meningkat (Hasnawati,2005) dalam jurnal Dwi sukirni (2014). Silveira dan Barros (2007) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai apresiasi/penghargaan investor terhadap sebuah perusahaan.

Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada manajemen mengenai persepsi investor mengenai kinerja masa lalu dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2003).

Sujoko dan Soebiantoro (2007) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan menurut Agus Sartono (2010:487) Nilai Perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.

Menurut Harmono (2009:233) Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Menurut Riduwan (2008:165), penelitian kausal (sebab akibat) adalah jenis penelitian yang menjelaskan hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, hal ini dikarenakan data yang digunakan berupa angka angka. Kemudian, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebijakan deviden, profitabilitas, kebijakan hutang dan nilai perusahaan. Obyek dalam penelitian ini adalah kebijakan deviden, profitabilitas, kebijakan hutang dan nilai perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka populasi yang digunakan dan dalam

penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan 44 perusahaan yang tercatat. Perusahaan yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini untuk di uji pada analisis data menggunakan SPSS (sampel) adalah sebanyak 12 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebijakan Deviden	36	.68	196.32	60.3033	38.97268
Profitabilitas	36	6.32	143.53	36.3103	40.47600
Kebijakan Hutang	36	.07	3.03	.7425	.75902
Nilai Perusahaan	36	.62	82.44	11.5694	18.62147

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai kebijakan deviden minimum 0,68 dimiliki oleh Multi Bintang Indonesia,Tbk pada tahun 2014, sedangkan kebijakan deviden maksimum 196,32 dimiliki oleh H.M. Sampoerna pada tahun 2016 sebesar dengan nilai tengah kebijakan deviden sebesar 60,30 dan standar deviasinya sebesar 38.97268.

Profitabilitas pada tabel di atas nilai minimum 6,32 dimiliki oleh Chitose International,Tbk pada tahun 2016 sebesar, sedangkan profitabilitas maksimum 143,53 dimiliki oleh Multi Bintang Indonesia,Tbk pada tahun 2014 dengan nilai tengah profitabilitas sebesar 36,3103 dan standar deviasinya sebesar 40.47600.

Kebijakan hutang pada tabel di atas nilai minimum 0,07 dimiliki oleh Sido Muncul,Tbk pada tahun 2014, sedangkan Kebijakan hutang maksimum 3,03 dimiliki oleh Multi Bintang Indonesia,Tbk pada tahun 2014 sebesar dengan nilai tengah Kebijakan hutang sebesar 0,7425 dan standar deviasinya 0.75902.

Nilai perusahaan pada tabel di atas nilai minimum 0,62 dimiliki oleh Wismilak Inti Makmur,Tbk pada tahun 2016, sedangkan Nilai Perusahaan maksimum 82,44 dimiliki oleh Unilever Indonesia,Tbk pada tahun 2016 dengan nilai tengah Nilai Perusahaan sebesar 11,5694 dan standar deviasinya 18.62147.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.73201738
Most Extreme Differences	Absolute	.211
	Positive	.211
	Negative	-.160
Kolmogorov-Smirnov Z		1.268
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi 0,80 yaitu lebih besar dari α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

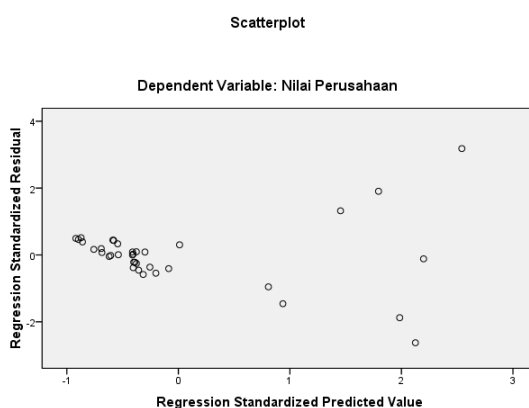
Coefficients ^a				
Model	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)		-3.033	.005		
	Kebijakan Deviden	.250	2.812	.008	.870	1.149
	Profitabilitas	.555	2.881	.007	.185	5.409
	Kebijakan Hutang	.262	1.394	.173	.195	5.127
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Nilai VIF untuk variabel Kebijakan deviden adalah 1.149 sedangkan tolerance nya 0,870 , Profitabilitas nilai VIF sebesar 5.409 sedangkan tolerance nya 0,185 dan Kebijakan Hutang nilai VIF sebesar 5.127 sedangkan tolerance nya 0,195 Karena nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan tolerance nya > 0,1 maka dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas dari variabel bebas.

Untuk menguji Heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot dependen variabel. Jika nilai – nilai sebaran data tidak ada yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1
 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa penyebaran nilai – nilai residual menyebar diatas dan dibawah angka 0 atau sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4
 Hasil Uji Durbin Watson Test

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.883 ^a	.780	.759	9.13216	2.305
a. Predictors: (Constant), Kebijakan Hutang, Kebijakan Deviden, Profitabilitas					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai DW yang diperoleh adalah sebesar 2,035 Nilai tabel dl untuk k = 3 dan data sebanyak 36 sampel diperoleh sebesar dl 1,2953 du sebesar 1,6539 dan 4-du = 2,3461. Sehingga dl < d < 4-du = 1,2953 < 2,305 < 2,3461 nilai DW terletak diantara dl dan 4-du Maka model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 5
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.883 ^a	.780	.759
a. Predictors: (Constant), Kebijakan Hutang, Kebijakan Deviden, Profitabilitas			
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan			

Dari tabel di atas koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,780. Hal ini berarti variabel bebas (Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Kebijakan Hutang) mampu menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 78%, sedangkan sisanya sebesar 100% - 78% = 22% dijelaskan oleh faktor – faktor lain selain variabel yang diteliti yang mempengaruhi laba bersih perusahaan.

Tabel 6
Uji Kelayakan Model (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.674	3.190		-3.033	.005
	Kebijakan Deviden	.119	.042	.250	2.812	.008
	Profitabilitas	.256	.089	.555	2.881	.007
	Kebijakan Hutang	6.418	4.605	.262	1.394	.173
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Apabila nilai prob. t hitung (output SPSS ditunjukkan pada kolom Sig.) lebih kecil dari tingkat kesalahan (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas / independen dari t hitung tersebut) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent sedangkan apabila nilai prob.t hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Nilai Sig. untuk Kebijakan Deviden adalah 0,008 < 5% yang merupakan nilai α maka variabel Kebijakan Deviden berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai Sig. Profitabilitas adalah 0,007 < 5% maka variabel Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai Sig. Kebijakan Hutang adalah 0,173 > 5% maka variabel Kebijakan Hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 7
Uji kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9467.881	3	3155.960	37.843	.000 ^a
	Residual	2668.684	32	83.396		
	Total	12136.566	35			
a. Predictors: (Constant), Kebijakan Hutang, Kebijakan Deviden, Profitabilitas						
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Apabila nilai prob.F hitung lebih kecil daripada Tingkat kesalahan (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak dan berlaku sebaliknya. Nilai Sig. dari table diatas didapat 0,000 yang artinya model signifikan.

Pembahasan

Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menyatakan Kebijakan deviden berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Titin (2012) bahwa terdapat Kebijakan Deviden berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Umi Mardiyati (2011) Dividend payout ratio (DPR) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang diprosikan dengan PBV. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Miller dan Modigliani yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena menurut mereka rasio pembayaran dividen hanyalah rincian dan tidak mempengaruhi kesejahteraan pemegang saham.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menyatakan Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umi Mardiaty (2011) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji tersebut tetap sama saat model persamaan regresi menambahkan variabel kepemilikan manajerial. Hal ini berarti semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menyatakan kebijakan hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Umi Mardiaty (2011) bahwa Kebijakan hutang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi setelah menambahkan variabel kontrol kedalam model persamaan regresi, perubahan terlihat pada nilai koefisien yang menjadi negatif. Sedangkan pengaruhnya tetap tidak signifikan. Hasil dari penelitian ini mengalami perubahan setelah menambahkan variabel insider ownership kedalam model persamaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa secara parsial dan simultan Kebijakan Dividen berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan barang konsumsi periode tahun 2014-2016.
2. Bahwa secara parsial dan simultan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode tahun 2014– 2016.
3. Bahwa secara parsial dan simultan Kebijakan Hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode tahun 2014– 2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrianti, Meiriska. 2014. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri Pertambangan di Bursa Efek Indonesia*. STIE Trisakti.
- Frederik, Priscilia Gizela, Nangoy, Sientje C dan Untu, Victoria N. 2015. *Analisis Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Price Earning ratio terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Retail trade yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal EMBA Vol.3 No.1.
- Gultom, Robinhoot, Agustina dan Sri Widia Wijaya. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia*. STIE Mikroskul medan Volume 3 Nomor 01.
- Herawati, Titin. 2014. *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Negeri Padang.
- Mahatma, Ayu Sri dan Wirajaya Ary. 2013. *Pengaruh struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Mahpudin, Endang. 2013. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Accounting studies program, Faculty of Economic and Business. Singaperbangsa University Karawang.
- Mardiyanti, Umi, Gatot Nazir dan Ria Putri. *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BURSA EFEK INDONESIA) periode 2005-2010*. Fakultas Ekonomi Negeri Jakarta.
- Nisa, Reineka Chairun. *Pengaruh keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan*. Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

- Nuraina, Elva. 2014. *Pengaruh kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar diBURSA EFEK INDONESIA)*.
- Prasetyorini, Bhukti Fitri. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No.1.
- Putri, Imanda Firmantyas dan Nasir Mohammad. 2006. *Analisis persamaan Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Risiko, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Devidenb dalam Perspektif Teori Keagenan*.
- Putri, Meidera Elsa Dwi. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Barang Konsumsi Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BURSA EFEK INDONESIA)*. Jurnal Manajemen Volume 01 Nomer 01.
- Sochib.2008. *Mekanisme Fungsi Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan*.Jurnal WIGA Vol.2.
- Sukirni, Dwi. 2014. *Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden dan Kebijakan Hutang analisis terhadap Nilai Perusahaan*. Accounting Analysis Journal. Universitas Negeri: Semarang.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.Yogyakarta: ANDI.
- Walley, Morenly dan Untu, Victoria. 2015. *Faktor faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan disektor Pertanian pada Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013*. Jurnal EMBA Vol.3 No.1.

Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2016

Mohamad Soleh Sri Slamet¹
STIE Widya Gama Lumajang
Email :msolehss21@gmail.com
WimboWiyono.²
STIE Widya Gama Lumajang
Email :wimbowiyono720@gmail.com

WahyuningMurniati³
STIE Widya Gama Lumajang,
Email :wahyuning123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas dan leverage terhadap *return* saham pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, adapun metode analisis yang digunakan adalah model regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik, yaitu uji parsial (uji t). Berdasarkan hasil analisis data dalam pembahasan dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas, profitabilitas dan leverage tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham.

Kata kunci :likuiditas, profitabilitas, leverage, return saham

Abstract

Research this aim for knowing about influence ratio liquidity, profitability and leverage against stock return on company industry goods consumption of registered in stock Exchange Indonesia year 2014-2016. Method taking sample use technique purposive sampling, as for method the analysis is a multiple linear regression model. Testing hypothesis do with test statistics, ie test partial (t test). Based on results analysis of data in discussion could concluded that variable liquidity, profitability and no leverage have a significant influence to stock return.

Keyword:liquidity,profitability, leverage, stock return

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan kegiatan yang menghubungkan antara penawaran dan permintaan dalam bentuk efek. Pasar modal menyediakan berbagai alternatif untuk perusahaan mendapatkan dana dari investor. Selain itu pasar modal juga memberikan informasi bagi investor dalam memilih perusahaan untuk melakukan investasi.

Selama berinvestasi, investor selalu mengharapkan memperoleh *return* yang tinggi. (Hartono, 2010) menyatakan bahwa dalam kenyataannya investor dihadapkan pada *realized return* yang berbeda dengan *expected return* yaitu perbedaan antara hasil yang diharapkan dengan kenyataan merupakan sumber dari risiko yang bersumber dari ketidakpastian. Dengan adanya ketidakpastian dari *return* atas saham yang dibeli oleh investor berarti seorang investor masih menduga-duga atas *return* yang akan diperoleh investor dimasa mendatang. Oleh sebab itu, *return* saham yang dimiliki perusahaan sangat penting untuk perusahaan karena dipakai sebagai salah satu pengukur kinerja dari suatu perusahaan, sehingga perusahaan selalu berusaha agar memiliki kinerja yang baik dan mampu menarik para investor membeli saham atau menanamkan modalnya.

Return adalah hasil yang didapatkan dari suatu investasi. Semakin tinggi harga jual saham di atas harga belinya, maka semakin tinggi pula *return* yang didapatkan investor. Sebagai pribadi yang rasional, investor akan mempertimbangkan *return* yang diinginkannya sehingga diterima di *expected return* dan besaran risiko yang mesti ditanggung sebagai konsekuensi logis dari keputusan yang telah diambil. Apabila seorang investor menginginkan *return* rendah maka risiko yang akan ditanggung juga rendah. Mengingat pentingnya harga saham dalam menilai besaran *return* saham maka dinamika perubahan harga saham atau *return* adalah suatu urusan yang unik untuk dikaji (Ang, 2001).

KAJIAN PUSTAKA

Return Saham

Return merupakan hasil yang didapatkan dari suatu investasi. Menurut (Ang, 2001) dalam Welly Utomo (2007:5), "*Return* saham adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya".

$$\text{Return Saham} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Likuiditas

Likuiditas adalah salah satu faktor yang menentukan sukses atau kegagalan perusahaan. Pengertian rasio likuiditas menurut Fred Weston dalam Kasmir (2016:129): menyebutkan bahwa rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek.

Current Ratio

Rasio ini menunjukkan sejauh mana aktiva lancar dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan kewajiban jangka pendeknya maka semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi utang lancar / kewajiban jangka pendeknya.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Jangka Pendek}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting agar kelangsungan hidup suatu perusahaan harus tetap berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Menurut (Harahap, 2016), profitabilitas adalah menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui sumberdaya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.”

Return On Equity

Return On Equity merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih dengan menggunakan modal sendiri yang tersedia bagi pemilik atau investor. Menurut (Tandililin, 2009), “ROE (*Return On Owners Equity*) merefleksikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas dana yang sudah diinvestasikan oleh pemegang saham (baik secara langsung atau dengan laba yang sudah ditahan)”.

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Leverage

Leverage adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Menurut Kasmir (2016:151), rasio solvabilitas atau leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang.

Debt to Equity Ratio

Debt to Equity Ratio adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Ekuitas}}$$

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dari perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan jumlah populasi sebanyak 53 perusahaan industry barang konsumsi yang telah *go publik*. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sekelompok subjek berdasarkan ciri-ciri yang mempunyai sangkutpaut erat dengan populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono 2015:300). Adapun kriteria yang ditentukan untuk pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah:

- Perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2016.
- Perusahaan industry barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.
- Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.
- Perusahaan industri barang konsumsi yang memiliki nilai variabel ROE positif.

Berdasarkan pada kriteria pemilihan sampel, maka perusahaan yang memenuhi kriteria dan dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 perusahaan.

Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain berupa laporan publikasi. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini data perusahaan emiten yang tergabung dalam Bursa Efek Indonesia (BEI), data harga dan *Return* saham, data laporan keuangan dan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2014. Data tersebut diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang didapatkan melalui internet, yaitu www.idx.co.id.

Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan jenis data yang diperlukan yaitu data sekunder dan metode sampling dengan menggunakan *purposive sampling*, maka pengumpulan data di dasarkan pada laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui www.idx.co.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk tahun 2012 sampai dengan 2013. Dari total keseluruhan 53 perusahaan, sampel yang terpilih adalah perusahaan yang masuk dalam indeks perusahaan aneka industri dan industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 secara berturut-turut dan memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian. Adapun perusahaan-perusahaan aneka industri dan industri dasar dan kimia yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Sampel Penelitian periode tahun 2014-2016

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016	37
2.	Perusahaan industri barang konsumsi yang tidak menerbitkan laporan keuangan berturut-turut selama periode 2014-2016.	(3)
3.	Perusahaan industri barang konsumsi yang tidak memiliki data lengkap dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.	(1)
4.	Perusahaan industri barang konsumsi yang tidak memiliki nilai variabel ROE positif.	(13)
	Perusahaan yang dijadikan sampel	20

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Pengujian Hipotesis

Pengujian data pada penelitian ini diperoleh dengan bantuan *software SPSS for windows* versi 25, disajikan dalam table berikut ini.

Tabel 2.
Uji Model Regresi

Variabel	B	T	Sig	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Konstanta	0,178	1,651	0,104			Tidak Signifikan
Likuiditas (CR)	-0,040	-1,559	0,125	0,787	1,270	Tidak Signifikan
Profitabilitas (ROE)	0,039	0,320	0,750	0,885	1,130	Tidak Signifikan
Leverage (DER)	-0,045	-1,135	0,261	0,881	1,233	Tidak Signifikan
Durbin-Watson = 2,086			F = 1,038			
R. Square = 0,053			Probabilitas = 200			

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji regresi berganda dapat diasumsikan kedalam rumus persamaan regresi:

$$Return_{saham} = 0,178 - 0,040X_1 + 0,039X_2 - 0,045X_3$$

Keterangan:

$$Y = Return_{Saham}$$

X_1 = Likuiditas (*Current Ratio*)

X_2 = Profitabilitas (*Return on Equity*)

X_3 = Leverage (*Debt to Equity Ratio*)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi return saham pada perusahaan *Perusahaan Real Estate dan Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009-2012 maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Variabel likuiditas (*Current Ratio*) tidak berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016.

2. Variabel profitabilitas (*Return On Equity Ratio*) tidak berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016.

3. Variabel leverage (*Debt to Equity Ratio*) tidak berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016.

DAFTAR PUSTAKA

Ang, R. 2001. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesian Capital market)*. Jakarta: Mediasoft Indonesia.

Fahmi, I. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. (D. Handi, Ed.) (5th ed.). Bandung: Alfabeta.

Fitri, R. 2017. Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2007-2014), *11*(2), 32–37.

Hadiningrat, E. W., Mangantar, M., & Pondang, J. J. 2017. Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Lq45. *Jurnal EMBA*, *5*(2), 2349–2358.

Harahap, S. S. 2016. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.

Hartono, J. 2010. *TEORI PORTOFOLIO Dan ANALISIS INVESTASI* (7th Ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Kabajah, M. A. M., Al Nu'aimat, S. M. A., & Dahmash, F. N. 2012. *The Relationship between the ROA, ROE, and ROI with Jordanian Insurance Public Companies Market Share Price*. *International Journal of Humanities and Social Science*, *2*(11).

Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan (Pertama)*. Jakarta: Rajawali.

Lestari, K., Andini, R., & Oemar, A. 2016. *Analisis Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Aktivitas, Ukuran Perusahaan dan penilaian Pasar Terhadap Return Saham (Pada Perusahaan Real Estate dan Property di BEI) Periode Tahun 2009-2014*. *Journal of Accounting*, *2*(2), 1–19.

Mamduh, M. H., & Halim, A. 2005. *Analisis Laporan Keuangan* (2nd ed.). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Mende, S., & Paulina, V. R. 2017. *Pengaruh likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas terhadap return saham perusahaan sektor properti dan*, *5*(2), 2193–2202.

Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan* (4th ed.). Yogyakarta: Liberty.

Rusin. 2014. *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Return Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2012-2014)*.

Tandelilin, E. 2009. *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi* (Pertama). Yogyakarta: BPFE.

Ulupui, I. G. K. A. 2007. *Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas, Dan Profitabilitas Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Dengan Kategori Industri Barang Konsumsi Di Bej)*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1–20.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun)

Rima Nurmalia
STIE Widya Gama Lumajang
email :Oktari_rimanurmalia@yahoo.com

Zainul Hidayat
STIE Widya Gama Lumajang
email : zd4y4@gmail.com

Jesi Irwanto
STIE Widya Gama Lumajang
email : Jesyrwanto@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini, pelayanan dan harga secara parsial dan bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Dengan kualitas produk, pelayanan dan harga sebagai variable independen dan kepuasan pelanggan sebagai variable dependen. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bakso yang pernah makan di bakso H. Sabar dengan sampel berjumlah 40 orang. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, uji instrument dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian kualitas produk memiliki nilai t hitung 2,685 (sig. 0,011 < 0,05) pelayanan memiliki nilai t hitung 1,139 (sig. 0,262 > 0,05) harga memiliki nilai t hitung 0,385 (sig. 0,702 > 0,05) yang menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta secara bersama-sama kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan besar F hitung sebesar 4,472 dengan nilai sig. F (0,009 < 0,05).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

The purpose of this research is to examine effect of product quality, service and price partially and together towards to the customer satisfaction. product quality, service and price as independen variabel and customer satisfaction as dependen variabel. Types of this research is quantitative, population on this research is the meetballs that had eaten in the meetbals H. Sabar with the sample is forty people. Data analysis that used is multiple linear regression, instrumens test and classic assumption test. The result of research product quality have t value 2,685 (sig. 0,011 < 0,05) service have t value 1,139 (sig. 0,262 > 0,05) price have t value 0,385 (sig. 0,702 > 0,05). Showed that product quality partially significant effect on the customer satisfaction, while service and price partially not significant effect on the customer satisfaction. And together product quality, service and price take significant effect on customer satisfaction. This is Evidence by F4,472 (sig 0,009 < 0,05).

Keywords :Product quality, service, price and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia semakin mengalami peningkatan, tidak terkecuali dengan peningkatan usaha makanan. Peningkatan usaha makanan pada saat ini semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, usaha makanan menjawab semua tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan. Meningkatnya persaingan usaha mengharuskan pada pelaku usaha untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan usaha yang terjadi di lingkungan sekitarnya dan meningkatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik daya beli konsumen pada produk yang dijual.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, pelayanan prima akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan membawa perlindungan terhadap penjualan dan keuntungan usaha. Layanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen, dengan adanya ketidakpuasan konsumen akan menimbulkan citra yang buruk pada usaha kedepannya, sehingga konsumen tidak hanya akan pergi, tapi juga meminta konsumen lain untuk mengunjungi tempat lain. Menurut Assegaf (2009) "kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis". Sesungguhnya, biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar daripada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, sangat

penting bagi pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik perusahaan kepada konsumen dan mampu mengatasi masalah.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian. Harga merupakan nilai yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen atas penjualan produknya.

Bakso H. Sabar Yosowilangun ini merupakan bakso yang terkenal dikalangan masyarakat Lumajang dan sekitarnya. Bakso ini yang membuat terkenal dikarenakan ada berbagai macam ukuran pentol bakso dan berbagai varian tambahan untuk menu bakso tersebut seperti tulang iga, babat, usus, tetelan, kaki sapikokot. Sedangkan untuk ukuran pentolnya dimulai dari harga Rp.10.000, Rp.20.000, Rp.30.000 dan Rp. 50.000. Dari semua menu tersebut konsumen berhak memilih sesuai selera dan kebutuhan masing-masing. Berdasarkan fakta-fakta tersebut, maka judul penelitian ini adalah :Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun).

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran mengungkapkan secara jelas makna dan signifikan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses social dan manajerial untuk mencapai tujuan. *American Marketing Association* (AMA) menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide dan dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.

Produk

Menurut Adisaputro (2010:170), Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan.

Pelayanan

Menurut Suryana (2007:2), "layanan pelanggan adalah penyediaan tenaga kerja dan sumber daya lainnya yang ditujukan untuk meningkatkan manfaat yang diterima oleh pelanggan sebagai akibat karena adanya pembelian yang dilakukan dan dari proses yang menuju terjadinya pembeli".

Harga

Menurut Adisaputro (2010:209), harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan *revenue* penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya.

Kepuasan konsumen

Menurut (Kotler dan Keller dalam Ratnasari dan Aksa 2011:117) kepuasan dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian

(Lutfi & Irwanto, 2017) Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono "Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)".

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bakso H. Sabar Yosowilangun, yang beralamat Jl. Mayjend Soekartiy Yosowilangun.

Sumber data

Pengertian data menurut Oei (2010:32) informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah.

Jenis data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer.(Oei, 2010:38)“Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh para periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus”.Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli bakso di H. Sabar Yosowilangun.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian bakso di H. Sabar Yosowilangun perhari sekitar 260 pembeli.

Teknik pengumpulan data

Survey

Wawancara yang dilakukan penelitian ini adalah konsumen yang membeli Bakso H. Sabar Yosowilangun.

Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada responden yang menilai secara baik tentang kepuasan konsumen di bakso H. Sabar Yosowilangun.

Dokumentasi

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

Kuisisioner

Dalam memperoleh data penelitian dibutuhkan kuisisioner untuk memperolehnya menurut (Sugiyono 2015:230)“Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Pengujian Instrumen

Pengujian Validitas

“Menurut Sunyoto, (2013:132)Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuisisioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”.

Pengujian Reabilitas

“Menurut Sunyoto, (2013:141)uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator atau variabel dan konstruk. Butir kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuisisioner adalah konsisten”.

Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisa regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya.Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Pengujian Normalitas Data

Menurut Sunyoto, (2013:145) “Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada pemasaran regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal”.

Pengujian Multikolinieritas

Menurut (Umar, 2011:177) “Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi”.

Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut(Kuncoro, 2007:96). heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *varian* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Sunyoto, (2013:135)“Analisis regresi berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat”.

Pengujian Hipotesis

Menurut (Atmaja, 2009:111) "Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis adalah pernyataan yang beralasan atau tidak beralasan".

Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Sunyoto, 2014:119) "uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu)..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bakso H. Sabar yang bertempat di Desa Yosowilangun Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Usaha bakso ini dikelola oleh pasangan suami istri yang bernama Bapak Sabar dan Ibu Sringatun sejak tahun 1983. Awalnya beliau berjualan keliling disekitar Desa Yosowilangun memakai rombongan dengan modal yang tidak banyak mulai pagi sampai malam. Beliau tidak patah semangat meskipun hujan tetap keliling berjualan. Beliau tidak hanya menjual bakso yang hanya pentol saja, tetapi beliau menambahkan variasi dengan ukuran pentol yang berbeda dan ada juga tambahan tulang sapi seperti kaki sapi, tulangan iga, babat, usus, dan lain-lain. Dari tahun ke tahun usaha beliau mulai rame dan produksinya mulai ditambah perharinya karena sudah dikenal oleh kalangan masyarakat yang sudah tau ciri khas baksonya.

Setelah beberapa tahun berkeliling mereka berdua pada tahun 1995 memutuskan untuk berjualan menetap di suatu tempat dan tidak keliling lagi. Dari hasil mereka berdua kemudian mereka bisa membeli ruko besar yang sekaligus dengan rumahnya untuk tempat tinggal mereka, dan memiliki karyawan 8 orang. Pembeli semakin banyak, usahanya semakin terkenal, dan produksinya juga semakin di tambah lagi. Kemudian mereka berdua bisa naik haji dan umroh. Yang awalnya nama usaha kulinernya bakso Pak Sabar sekarang diganti dengan bakso H. Sabar.

Deskripsi Responden

Responden dalam Penelitian ini adalah konsumen yang membeli bakso di H. Sabar Yosowilangun. Adapun jumlah responden yang diambil sebagai sampel penelitian sebanyak 40 responden.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, tampak bahwa pada penelitian ini kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dan variabel kualitas produk, pelayanan dan harga variabel independen. Dalam penelitian ini diperoleh hasil variabel kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel pelayanan dan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menemukan pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dijelaskan bahwa bakso H. Sabar memiliki cita rasa yang tidak diragukan lagi dengan kenikmatan yang diberikan oleh produk baksonya, selain itu bakso H. Sabar memiliki berbagai varian ukuran bakso, sehingga konsumen dapat memilih ukuran bakso sesuai dengan selera konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lenzun dkk (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel yang menunjukkan hasil secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan bakso H. Sabar. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. Sabar belum sesuai dengan standart prosedur dan tata cara kerja pelayanan yang ada sehingga hasil penelitian yang diperoleh pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Permintaan bakso H. Sabar selalu terpenuhi sesuai dengan permintaan dan keinginan pelanggan. Dalam penelitian ini memberikan hasil yang pengaruhnya kurang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat disebabkan oleh kurang baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. Sabar sehingga dampaknya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk bakso H. Sabar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yunitasari (2016) yang berjudul Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant KFC yang menunjukkan hasil Pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan restaurant KFC.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara parsial Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso H. Sabar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan akan semakin rendah permintaan bakso H. Sabar karena harga sangat menentukan kepuasan konsumen, jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan memberikan loyalitas kepada bakso H. Sabar sehingga pelanggan akan melakukan pembelian kembali di bakso H. Sabar. Akan tetapi dalam penelitian ini memberikan pengaruh yang kecil terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat disebabkan oleh penggunaan strategi harga yang kurang menarik sehingga tidak dapat memberikan tingkat kepuasan yang baik kepada para pelanggan, karena harga merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah perusahaan untuk menentukan target pasar.

Hasil penelitian ini bertolak belakang Penelitian Bailia dkk (2014) "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado", Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado. Serta tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Samhah (2016) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya". Hasil penelitian ini menunjukkan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara simultan kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan bakso H. Sabar. Dari ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas produk, pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan dengan adanya kualitas produk yang baik, pelayanan yang prima dan harga yang pas dikantong, hal ini akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk, semakin baik pelayanan yang diberikan dan semakin terjangkau harganya maka pelanggan akan puas dengan bakso H. Sabar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Sementara pada variabel Fasilitas menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh nilai F menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat, maka saran yang dapat disampaikan kepada *owner* usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang diberikan bakso H. Sabar sudah sesuai dengan yang diharapkan dan diinginkan oleh pasien, akan tetapi kualitas produk lebih baik untuk melakukan inovasi dan

- terobosan baru untuk mengantisipasi adanya strategi pesaing baru agar bakso H. Sabar tetap bertahan dengan kokoh dalam persaingan bisnis bakso.
2. Untuk Pelayanan karyawan bakso H. Sabar sudah memberikan pelayanan dengan baik, akan tetapi pelayanan ini kurang memberikan pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga bakso H. Sabar harus melakukan pembaruan dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sesuai dengan standar pelayanan prima.
 3. Untuk Harga bakso H. Sabar lebih baik memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan dan daya beli konsumen, serta disarankan untuk melakukan strategi baru dalam penetapan harga agar sesuai dengan target pasarnya, sehingga dapat meningkatkan laba dan kepuasan para pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (16th Ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen Fungsi-Proses-Pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Atmaja, L. S. 2009. *Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. (C. W. Hermawan, Ed.). Yogyakarta.
- Connon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 1* (16th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dapkevičius, A., & Melnikas, B. 2009. *Influence of Price and Quality To Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach*. *Journal of Wine Economics*, 1(3), 17–20. <https://doi.org/10.3846/mla.2010.041>
- Djajanto, L., Nimran, U., Kumadji, S., & Kertahadi. 2014. *The Effect of Self-Service Technology, Service Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty*. <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm>, 16(1), 39–50. Retrieved from <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol16-issue1/Version-6/E016163950.pdf>
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi.
- Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Jamaluddin, J., & Ruswanti, E. 2017. *Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia*. *IOSR Journal Of Business And Management*, 19(5), 23–33. <https://doi.org/10.9790/487X-1905012333>
- Kishada, Z. M. E. M., & Wahab, N. A. 2015. *Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking*. *International Journal Of Business And Social Science*, 6(11), 110–119. Retrieved From www.ijbssnet.com
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Kuantitatif (Ketiga)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM YKPN.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. 2016. *Analisis Regresi (Pertama)*. Jakarta: PT Kharisma Putra utama.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. ., & Adare, D. 2014. *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel*. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245.
- Loindong, J. F. T. B. A. S. S. R. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado*. *Jurnal Of Business And Management Sciences*, 2(3), 1768–1780. <https://doi.org/10.7498/Aps.62.144101>
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Tiga)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyodi, R., & Ikhsan, R. B. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. (Rosidah, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. 2017. *Lutfi: Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap....* *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(1), 40–51.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (pertama)*. Yogyakarta: Indomedia pustaka.
- Oei, I. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari dan Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Samhah, H., & Suprihadi, H. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya*. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Santoso, S. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sciences, M. 2015. *The Effect of Service , Product Quality , and Perceived Value on Customer Purchase Intention and Satisfaction*. 1(2), 51–62.

- Sejati, B. S. A., & Yahya. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–19.
- Sudaryono.2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Bsinis*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto.2006. *Customer Service*. Yogyakarta: Amus.
- Sunyoto.2013. *Teori Kuisisioner Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Sunyoto, D. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Suryana, A. 2007. *Kiat Melayani Pelanggan Bebas Complain*. Jakarta: Khilma Pustaka.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Strategik (Dua)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis (Kedua)*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Yunitasari, D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabli*, 5(1), 1–15.

Reaksi Harga Saham Sekitar Cum-Dividend Date Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia

Eka Lavista¹

STIE Widya Gama Lumajang
email: ekalavista@gmail.com

Muhammad Rijalus Sholihin²
STIE Widya Gama Lumajang
email: rijalussantri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mencari bukti apakah ada perubahan harga saham yang signifikan sekitar tanggal cum-dividen, khususnya t meneliti pergerakan harga saham dua hari sebelum dan dua hari setelah tanggal cum-dividen. Penelitian ini menggunakan metodologi studi peristiwa. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan di LQ45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Sebanyak 38 perusahaan diperiksa dalam penelitian ini. Pengembalian abnormal diukur sebagai perbedaan antara pengembalian riil dan pengembalian yang diharapkan, sementara hasil yang diharapkan diukur menggunakan model indeks tunggal. Studi ini menemukan bahwa tidak ada hasil abnormal yang signifikan di sekitar tanggal cum-dividen. Selain itu, penelitian ini tidak menemukan perbedaan abnormal return yang signifikan antara dua hari sebelum dan dua hari setelah tanggal cum-dividen. Temuan yang dilaporkan dalam penelitian ini dapat menguntungkan investor dalam memahami perilaku harga saham sekitar tanggal dividen cum dan ini dapat digunakan sebagai strategi investasi. Investor dapat memperoleh pengembalian abnormal positif yang signifikan.

Key words: *dividen, cum-dividend date, abnormal return, studi kasus.*

Abstract

This study seeks evidence whether there is significant stock prices changes around cum-dividend date, in particular t examines the stock prices movement of two days before and two days after cum-dividend date. This study uses an event study methodology. The population of this study are all companies in the LQ45 listed at Indonesia stock exchange. A total of 38 companies are examined in the study. Abnormal return is measured as the difference between real return and expected return, whilst the expected return is measured using the single index model. The study finds that there are no significant abnormal returns around cum-dividend date. In addition, the study does not find any significant abnormal return difference between two days before and two days after cum-dividend date. The findings reported in this study could benefit investors in understanding the behavior of stock prices around cum dividend date and this could be used as an investment strategy. Investors may obtain significant positive abnormal returns.

Key words: *dividend, cum-dividend date, abnormal return, event study.*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, keputusan tentang jumlah dividen diatur dalam rapat umum pemegang saham. Ini berarti waktu pembayaran dividen diketahui secara luas beberapa hari sebelum pengumuman. Ini berbeda dibandingkan dengan praktik di negara-negara barat di mana manajemen memiliki keleluasaan untuk mengatur jumlah dividen. Dengan demikian, di negara-negara barat, para investor dapat mempertimbangkan waktu pembayaran dividen bernilai tinggi yang akan mempengaruhi keputusan investasi mereka. Dengan demikian, ketidakpastian pembayaran dividen kurang bagi investor di Indonesia.

Perusahaan mungkin memiliki motif yang berbeda ketika mereka memutuskan untuk membayar dividen. Salah satu alasan utamanya adalah ketersediaan uang. Jika perusahaan memiliki kas yang cukup, ia dapat memutuskan untuk mencairkan pembayaran dividen. Dengan demikian, manajemen harus mempersiapkan ketersediaan dana sebelum membayar dividen.

Di sisi lain, tingkat dividen dapat digunakan sebagai sinyal oleh perusahaan untuk menunjukkan kemampuan keuangan dan kinerja. Perusahaan yang berkualitas baik akan menggunakan dividen sebagai tanda bagi para investor bahwa perusahaan memiliki dana yang relatif memadai. Perusahaan

yang berkualitas rendah dianggap tidak mampu meniru perusahaan yang berkualitas baik karena dana yang tidak mencukupi. Investor yang berorientasi pada keuntungan modal mengharapkan bahwa harga saham perusahaan yang membayar dividen akan meningkat. Dengan demikian, jika harga saham naik, investor tidak hanya akan mendapatkan keuntungan modal, tetapi juga menghasilkan dividen tunai jika mereka masih memegang saham hingga tanggal ex-dividen. Perusahaan yang mengumumkan peningkatan dividen akan mengalami peningkatan harga saham seperti yang ditunjukkan oleh perubahan positif dalam pengembalian abnormal kumulatif dan sebaliknya (Aharony dan Swary, 1980).

Studi saat ini meneliti pergerakan harga sekitar tanggal cum-dividen. Motivasi penelitian ini bergantung pada minat kami bahwa sebagian besar studi tentang respon pasar terhadap kebijakan dividen sejauh ini sangat diarahkan untuk kehadiran atau tidak adanya pengembalian abnormal pada tanggal deklarasi dividen. Sepengetahuan kami, tampaknya, jika tidak terbatas, tidak ada studi yang berfokus pada pemeriksaan perubahan harga saham pada hari terakhir di mana para pemegang saham akan tetap berhak atas dividen (tanggal cum-dividen). Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa perubahan harga saham, diukur sebagai pengembalian abnormal, sekitar tanggal cum-dividen.

Menggunakan sampel 38 perusahaan blue chips yang terdaftar di bursa efek Indonesia untuk 2017, penelitian ini tidak menemukan hasil abnormal yang signifikan pada dua hari sebelumnya, pada hari itu, dan dua hari setelah tanggal cum-dividen atau perbedaan signifikan antara abnormal return dua hari sebelum dan dua hari setelah tanggal cum-dividen. Kami berpendapat bahwa pasar modal Indonesia paling tidak efisien dalam bentuk semi-kuat. Sisa kertas diatur sebagai berikut. Bagian selanjutnya menyajikan pengembangan hipotesis. Bagian ketiga memberikan deskripsi metode penelitian. Bagian empat melaporkan temuan itu bersama dengan diskusi. Bagian akhir menyimpulkan kertas.

KAJIAN PUSTAKA

Studi tentang kebijakan dividen sebagian besar berfokus pada faktor-faktor penentu tingkat dividen *cross-sectional*, yaitu *dividend payout ratio* atau *dividend yields*. Namun, penelitian menggunakan pendekatan *event study* juga dipraktekkan secara luas, khususnya pemeriksaan pada efek perubahan dividen dan pengumuman dividen pada harga saham. Baker dan Weigand (2015) mengidentifikasi setidaknya ada delapan teori bersaing tentang dividen yang telah diteliti di berbagai pasar modal.

Sebuah studi literatur survei oleh Baker dan Weigand (2015) menunjukkan temuan yang menarik. Pentingnya dividen tunai sebagai bagian dari pengembalian total investor telah menurun seiring waktu. Apakah ini berarti investor tidak lagi mempertimbangkan dividen sebagai faktor penting untuk kriteria pemilihan harga saham? Mereka juga melaporkan kebijakan dividen sensitif terhadap berbagai faktor yang melekat di perusahaan maupun eksternal untuk perusahaan. Dengan kata lain, karakteristik perusahaan dan karakteristik pasar menentukan tingkat dividen.

Studi sebelumnya cenderung diarahkan untuk menguji hubungan antara perubahan laba, perubahan dividen, dan perubahan harga saham. Namun, sebagian besar studi ini menguji secara parsial. Mereka tidak mencoba untuk secara khusus menghubungkan ketiga aspek ini bersama-sama untuk dapat menjawab apakah ada dampak pembayaran dividen pada harga saham sekitar tanggal cum-dividen. Studi tentang reaksi pasar sekitar tanggal cum-dividend menjadi menarik karena secara logis akan ada kenaikan harga sebelum atau pada tanggal cum-dividen. Akibatnya, harga cenderung turun sesudahnya.

Bukti empiris tampaknya menegaskan bahwa pengumuman dividen efek tidak selalu sama antara pasar modal di dunia. Misalnya, Bahsir dkk. (2013) menyimpulkan bahwa investor di Bursa Efek Karachi memperoleh hasil positif sebagai tanggapan atas pengumuman dividen. Sebuah studi di Pasar Efek Muscat menunjukkan bahwa kenaikan dividen telah membuat harga saham naik, sementara penurunan dividen telah menyebabkan harga saham turun (al-Yahyaee et al., 2011). Studi lain menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara return abnormal kumulatif (CAR) dan profitabilitas perusahaan dan harga saham (Fargher dan Weigand, 2009).

Meskipun demikian, dua penelitian melaporkan hubungan negatif antara CAR dan risiko (Frankfurter dan Wood, 2002; Bozos et al., 2011). How et al. (2011) mempelajari perusahaan Australia dan menemukan bahwa harga saham meningkat pada saat pengumuman dividen. Yip dkk. (2010) menunjukkan bukti yang mendukung hipotesis sinyal di pasar modal Malaysia. Lee et al. (2012) melaporkan bahwa perubahan dividen sangat terkait dengan perubahan pendapatan kontemporer, meskipun efeknya melemah selama tahun depan dan sebagian besar tidak terkait dengan perubahan pendapatan lebih dari satu tahun.

Isaksson dan Islam (2013) memeriksa perilaku harga saham hari sebelumnya dari saham *blue chip* di AS, Inggris, Jepang, dan Cina). Mereka mengamati bahwa penurunan harga saham tidak berbeda dari jumlah dividen pada hari ex-dividen di New York dan Bursa Efek Shanghai. Mereka juga tidak menemukan bukti abnormal return dan perdagangan jangka pendek. Mereka mendokumentasikan bahwa harga saham turun kurang dari jumlah dividen di Bursa Efek Tokyo, yang berbeda dibandingkan dengan Bursa Efek London. Mereka mengamati abnormal return dan perdagangan jangka pendek di sekitar *ex-day* di Bursa Saham Tokyo dan London. Secara keseluruhan, Isaksson dan Islam melaporkan hasil abnormal yang signifikan pada tanggal ex-dividen.

Studi Indonesia menunjukkan kondisi yang tidak jauh berbeda dengan negara lain. Siaputra dan Atmadja (2006) dan Firmansyah dan Violita (2007) memberikan bukti bahwa ada perbedaan pada reaksi harga saham antara sebelum dan sesudah tanggal ex-dividen. Tapi, Winarno (2006) menunjukkan pasar tidak bereaksi positif terhadap pengumuman kenaikan dividen. Ini menunjukkan bahwa reaksi pasar terhadap perubahan dividen atau pengumuman dividen tidak selalu sama. Studi lain menunjukkan bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi kebijakan dividen (Setiawan et al., 2016).

Penjelasan teoritis dan bukti empiris yang ditunjukkan di atas dapat diringkas dalam beberapa poin utama. Pertama, tanggal *cum-dividend* menjadi salah satu tanggal penting di mana investor masih akan menerima dividen jika mereka terdaftar sebagai pemegang saham. Kedua, investor bereaksi terhadap perubahan ukuran dividen. Dan terakhir, jika investor bereaksi positif terhadap pengumuman dividen, khususnya, pengumuman terkait dengan peningkatan, jumlah frekuensi transaksi sekitar hari di mana pemegang saham akan tetap menerima dividen akan meningkat.

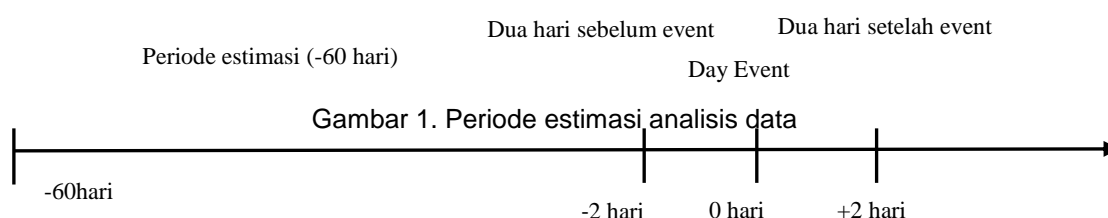
Berdasarkan ringkasan di atas, jelas bahwa reaksi investor terhadap pengumuman dividen bervariasi, baik pada hari-hari di sekitar pengumuman dividen, sekitar tanggal *cum-dividen* atau sekitar tanggal ex-dividen. Secara umum, ada dukungan untuk menandakan teori hipotesis, seperti How et al. (2011) atau Yip et al. (2010). Berkaitan dengan itu, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 Ada abnormal return pada hari-hari sekitar tanggal *cum-dividen*

H2 Kembalinya stok abnormal berbeda antara sebelum, pada, dan setelah tanggal *cum-dividen*

METODE PENELITIAN

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan metodologi studi peristiwa. Akibatnya, hasil abnormal dari masing-masing perusahaan harus dihitung. Gambar 1 menunjukkan kerangka waktu dan periode estimasi analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.



Studi ini menguji semua perusahaan LQ45 yang membayar dividen tunai pada tahun 2017. Perusahaan yang dipilih harus memenuhi kriteria berikut:

1. Perusahaan harus membayar dividen selama dua tahun berturut-turut. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan perusahaan membayar dividen secara teratur.
2. Stok perusahaan harus cair. Itu adalah saham harus diperdagangkan paling tidak 100 kali sehari dan diperdagangkan setidaknya 150 hari dalam setahun, saham tidak tidur.

Jika data terdistribusi normal, maka uji hipotesis adalah uji perbedaan rata-rata. Jika distribusi data tidak normal, uji Wilcoxon akan digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 38 perusahaan dari 45 perusahaan telah memenuhi kriteria penentuan sampel. Tabel 1 menyediakan perusahaan yang diperiksa dalam penelitian ini.

Tabel 1. Daftar perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	CUM-DIV DATE
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	20 April 2017

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	CUM-DIV DATE
2	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk	17 March 2017
3	ADRO	Adaro Energy Tbk	04 May 2017
4	AKRA	AKR Corporindo Tbk	28 April 2017
5	ASII	Astra International Tbk	28 April 2017
6	BBCA	Bank Central Asia Tbk	13 April 2017
7	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	23 March 2017
8	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	22 Maret 2017
9	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	24 Maret 2017
10	BJBR	BPD Jawa Barat dan Banteng Tbk	05 April 2017
11	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk	21 Maret 2017
12	BMTR	Global Mediacom Tbk	07 Juli 2017
13	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk	09 Juni 2017
14	GGRM	Gudang Garam Tbk	03 Juli 2017
15	HMSP	H. M. Sampoerna Tbk	05 Mei 2017
16	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	09 Juni 2017
17	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	09 Juni 2017
18	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk	30 Mei 2017
19	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk	22 Maret 2017
20	KLBF	Kalbe Farma Tbk	12 Juni 2017
21	LPKR	Lippo Karawaci Tbk	31 Maret 2017
22	LPPF	Matahari Departement Store Tbk	04 Mei 2017
23	LSIP	PP London Sumatra Tbk	08 Juni 2017
24	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	07 Juli 2017
25	MPGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk	12 Mei 2017
26	PPRO	PP Properti Tbk	15 Maret 2017
27	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	28 April 2017
28	PTPP	PP (Persero) Tbk	23 Maret 2017
29	PWON	Pakuwon Jati Tbk	09 Juni 2017
30	SCMA	Surya Citra Media Tbk	26 Mei 2017
31	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	07 April 2017
32	SMRA	Summarecon Agung Tbk	22 Juni 2017
33	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	29 Mei 2017
34	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	02 Mei 2017
35	UNTR	United Tractors Tbk	25 April 2017
36	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	04 Juli 2017
37	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk	24 Maret 2017
38	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk	24 Maret 2017

Sumber: www.eddyelly.com

Tabel 2 memberikan statistik deskriptif pengembalian abnormal untuk setiap hari sekitar tanggal cum-dividen.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Abnormal Return sekitar Cum-Dividend Date

No	Deskripsi	Mean	Median	Minimum	Maximum	Dev. Stand.
1	Hari Minus 2	-0.0022	-0.0022	-0.0340	0.0283	0.0113
2	Hari Minus 1	-0.0030	-0.0029	-0.0530	0.0393	0.0188
3	Cum-dividend date	-0.0029	-0.0047	-0.0348	0.0397	0.0150
4	Hari Plus 1	-0.0071	-0.0148	-0.0388	0.1498	0.0317
5	Hari Plus 2	-0.0040	-0.0030	-0.0397	0.0454	0.0186

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2, pengembalian abnormal rata-rata untuk lima hari sekitar tanggal cum-dividen adalah negatif. Berbeda dengan harapan kami, tidak ada yang berarti pengembalian abnormal positif. Temuan ini menunjukkan bahwa investor mengalami abnormal return negatif yang berarti bahwa investor kehilangan investasi mereka di sekitar tanggal cum-dividen. Sebuah tes pada apakah ada hasil abnormal yang signifikan pada hari-hari sekitar tanggal cum-dividen menunjukkan bahwa tidak ada pengembalian abnormal berarti berbeda secara signifikan dari nol. Dengan kata lain, hipotesis satu (H1) ditolak pada tingkat tradisional.

Tes berikutnya didasarkan pada apakah ada perbedaan yang signifikan dari hasil abnormal antara sebelum dan sesudah tanggal cum-dividen. Tes kami didasarkan pada perbandingan hari demi hari. Artinya, hari minus 2 dibandingkan dengan tanggal cum-dividen, tanggal cum-dividen dengan hari minus 1, cum-dividen date dengan hari plus 2, dan dua hari sebelum tanggal cum-dividen dengan dua hari setelah tanggal cum-dividen.

Tabel 3 menyajikan hasil pengujian hipotesis apakah atau tidak ada perbedaan dalam pengembalian abnormal antara hari-hari sekitar tanggal cum-dividen. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, hasil pengujian hipotesis menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan dari hasil abnormal antara hari-hari yang diteliti. Semua dari lima tes pasangan tidak memberikan bukti bahwa pengembalian abnormal rata-rata antara hari yang diperiksa tidak berbeda secara signifikan. Temuan yang dilaporkan di sini menunjukkan bahwa, semua yang lain sama, cum-dividen tidak digunakan oleh investor sebagai strategi investasi. Dengan kata lain, hipotesis dua (H2) ditolak.

Tabel 3. Hasil Tes Median Abnormal Returns

Deskripsi	M2-CD		M1-CD		CD-P1		CD-P2		2B-2A	
	M2	CD	M1	CD	CD	P1	CD	P2	2B	2A
Mean	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	0.0022	0.0029	0.0030	0.0029	0.0029	0.0071	0.0029	0.0040	0.0026	0.0056
Mean dif.	0.0007		0.0001		0.0042		0.0011		0.0003	
t-value	0.245		-0.022		0.732		0.257		0.772	
p-value	0.808		0.983		0.469		0.799		0.445	
Kesimpulan	Tidak ada perbedaan		Tidak ada perbedaan		Tidak ada perbedaan		Tidak ada perbedaan		Tidak ada perbedaan	

catatan:

M2 adalah hari Minus 2, M1 adalah hari Minus 1, CD adalah tanggal cum-dividen, P1 adalah hari Plus 1, P2 hari Plus 2, 2B adalah dua hari sebelum tanggal cum-dividen, dan 2A adalah dua hari setelah tanggal cum-dividen.

Namun demikian, bukti tidak ada hasil abnormal yang signifikan pada tanggal cum-dividen dan hari-hari lain di sekitar tanggal cum-dividen (Tabel 2) menyiratkan bahwa pasar modal Indonesia setidaknya harus diklasifikasikan sebagai pasar efisien semi-kuat (Fama, 1970). Menurut perspektif pasar modal yang efisien, pasar dikatakan bentuk semi-kuat, karena kita tidak mungkin mendapatkan pengembalian abnormal dengan mengandalkan informasi yang tersedia untuk umum. Pengumuman pembayaran dividen adalah refleksi dari informasi publik. Di pasar yang efisien semi-kuat, informasi publik dan informasi harga saham yang lalu tidak dapat digunakan untuk terus mendapatkan pengembalian abnormal.

Temuan yang dilaporkan di sini berbeda dengan harapan awal kami bahwa untuk perusahaan yang termasuk dalam saham blue chip, harapan investor akan lebih tinggi daripada perusahaan-perusahaan *non-blue chips*. Temuan kami menunjukkan bahwa perubahan harga antar perusahaan tidak terlalu banyak. Menariknya, kami mendokumentasikan bahwa semua rata-rata hasil abnormal adalah negatif. Kami tidak dalam kapasitas berdebat bahwa saham *blue chip* tidak tertarik sebagai target untuk investasi. Sebaliknya, temuan kami mungkin didorong oleh penggunaan model dalam memperkirakan pengembalian abnormal.

Temuan yang dilaporkan di sini tentu saja berbeda dibandingkan dengan beberapa studi Indonesia sebelumnya yang meneliti reaksi harga seputar pengumuman dividen (Siaputra dan Atmadja, 2006; Firmansyah dan Violita, 2007). Namun, konsisten dengan Winarno (2006) yang tidak menunjukkan reaksi pasar yang signifikan terhadap pengumuman kenaikan dividen.

Dalam studi ini, kami menggunakan model indeks tunggal untuk memperkirakan pengembalian yang diharapkan. Orang lain mungkin berpendapat bahwa model indeks tunggal terlalu sederhana karena kami hanya memperkirakan pengembalian yang diharapkan menggunakan indeks pasar. Seseorang mungkin juga berpendapat bahwa penggunaan model penetapan harga aset modal (CAPM) atau model pertandingan-pasangan acara dapat menghasilkan temuan yang lebih baik. Namun, kami

berpendapat bahwa penggunaan model indeks tunggal menggunakan indeks LQ45 sebagai portofolio pasar lebih representatif untuk pemeriksaan perusahaan dalam indeks LQ45.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya perbedaan abnormal return saham pada hari-hari sekitar tanggal cum dividen. Ini menguji 38 perusahaan blue chip yang membayar dividen di tahun 2017. Temuan menunjukkan bahwa para investor tidak mendapatkan abnormal return pada hari-hari sekitar tanggal cum-dividen. Selain itu, tidak ada perbedaan hasil abnormal yang signifikan antara lima pasangan-hari termasuk antara sebelum dan sesudah tanggal cum-dividen.

Mengacu pada temuan yang ditunjukkan dalam penelitian ini, dua saran untuk studi masa depan perlu dipertimbangkan. Pertama, studi masa depan dapat menguji perbedaan dalam pengembalian abnormal dan aktivitas volume perdagangan dengan membandingkan antara industri (sektor). Kedua, studi masa depan mungkin berfokus pada sampel dengan tingkat perdagangan tinggi sekitar tanggal cum-dividen untuk secara eksplisit mengamati saham yang memiliki likuiditas perdagangan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aharony, J. and I. Swary. 1980. Quarterly dividends and earnings announcement and stockholders' return: An empirical analysis, *Journal of Finance*, 35(1): 1-12.
- Al-Yahyaee, K.H., T.M. Pham.and T.S. Walter. 2011. The information content of cash dividend announcements in a unique environment, *Journal of Banking & Finance*, 35(3): 606-612.
- Baker, K.E. and R. Weigand, 2015. Corporate dividend policy revisited. *Managerial Finance*. 41(2): 126-144.
- Bashir, U., S.Z. A. Shah. and M. Hussain. 2013. On the differential market reaction to dividend announcement: Evidence from an emerging equity market, *Financial Assets and Investing*, 3(1): 7-24.
- Bozos, K., K. Nikolopoulos. and G. Ramgandhi. 2011. Dividend signaling under economic adversity: Evidence from the London Stock Exchange. *International Review of Financial Analysis*, 20(5): 364-374.
- Fama, E.F. 1970. Efficient Capital markets: A review of theory and empirical work. *Journal of Finance*, 25(2): 383-417.
- Fargher, N.L. and R.A. Weigand. 2009. Cross-sectional differences in the profits, returns and risk of firms initiating dividends. *Managerial Finance*, 35(6): 509-530.
- Firmansyah, R. and E.S. Violita. 2007. Analisis pengaruh pengumuman *ex-dividend* date terhadap *abnormal return*: Event study pada Bursa Efek Jakarta. *Integrity-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(3): 249-262.
- Frankfurter, G.M. and B. Wood, Jr. 2002. Dividend Policy Theories and Their Empirical Tests. *International Review of Financial Analysis*.11(2):111-138.
- How, J.C., K. Ngo. and P. Verhoeven, 2011, Dividend initiations and longrun IPO performance. *Australian Journal of Management*, 36(2): 267-286.
- Isaksoon, A., and Md. M. Islam. 2013. The *ex-dividend* day price behaviour of blue-chip stock: International evidence. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 5 (1): 73-88.
- Lee, S.P., M. Isa, and W.L. Lim. 2012. Dividend changes and future profitability: evidence from Malaysia. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 8(2): 93-110.
- Setiawan, D., Bandi, L.K. Phua. and I. Trinugroho. 2016. Ownership structure and dividend policy in Indonesia. *Journal of Asia Business Studies*. 10(3): 230-252.
- Siaputra L. and A.S. Atmadja. 2006. Pengaruh pengumuman dividen terhadap perubahan harga saham sebelum dan sesudah *ex dividend* datedi Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8 (1): 71-77.
- Winarno, A. 2006. Hubungan pengumuman dividen meningkat dengan reaksi pasar modal pada perusahaan manufaktur yang go public di BEJ (Pengujian efisiensi pasar bentuk setengah kuat secara keputusan), *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7 (1): 117-127.
- Yip, P.P., M. Isa, G.W. Kester. and S.P. Lee. 2010, Share price reaction to dividend announcements and the interaction with earnings announcements in the Malaysian stock market. *Asian Journal of Business and Accounting*, 3(2): 101-120.

Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan *Blue Chips* Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016

Adithya Mahatva Yodha¹
STIE Widya Gama Lumajang
Email : adithya.mahatva.yodha.92@gmail.com

Sukma Irdiana²
STIE Widya Gama Lumajang
Email : sukmapasah@gmail.com

Mokhammad Taufik³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara signifikan dan simultan terhadap struktur modal pada perusahaan *Blue Chips*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Blue Chips* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2011-2016. Metode pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 16 perusahaan. Data yang diunakan berupa data sekunder yang berasal dari *Annual Report* dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal. Besarnya koefisien determinasi (*R square*) adalah sebesar 0,333. Hal ini berarti bahwa 33,3% variabel dependen yaitu struktur modal dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya 66,7% struktur modal dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lain di luar model.

Kata Kunci: Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan struktur modal

Abstract

*This study aims to determine the effect of profitability, liquidity, and firm size significantly and simultaneously to the capital structure of the Blue Chips company. Population in this research is Blue Chips company which listed in Bursa Efek Indonesia period 2011-2016. The method of selecting the sample using purposive sampling method, and obtained the number of samples of 16 companies. The data used are secondary data derived from Annual Report and Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique. The results showed that profitability and liquidity have a significant negative effect on capital structure. While firm size have significant positive effect to capital structure. Profitability, liquidity, and firm size simultaneously significantly influence the capital structure. The magnitude of the coefficient of determination (*R square*) is 0.333. This means that 33.3% of the dependent variable of capital structure can be explained by three independent variables namely profitability, liquidity, and firm size, while the remaining 66.7% of capital structure is explained by variables or other causes outside the model*

Keywords: Profitability, liquidity, firm size, and capital structure

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Pasar modal bisa jadi salah satu pilihan untuk berinvestasi. Alternatif ini masih terlalu asing bagi sebagian besar perusahaan. Kesan susah dipelajari dan rumit dalam berinvestasi membuat pasar modal jarang diminati oleh investor konvensional. Pasar modal digunakan untuk melakukan pendanaan jangka panjang. "Pengertian pasar modal secara umum adalah suatu metode keuangan yang terorganisir, yang meliputi beberapa bank-bank komersial dan seluruh lembaga penghubung di

bidang keuangan, dan seluru surat-surat berharga yang beredar. Dalam arti sempit, pasar modal adalah suatu pasar (tempat, berupa gedung) yang disiapkan guna memperdagangkan saham-saham, obligasi-obligasi, dan jeniis surat berharga lainnya dengan memakai jasa para perantara pedagang efek" (Sunariyah, 2011:4-5).

Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah pendanaan. Masalah pendanaan berhubungan dengan pengalokasian biaya yang dipakai untuk pembelanjaan operasional perusahaan. "Keputusan mengenai sumber dana yang akan digunakan (apakah sumber dana internal atau eksternal, jangka pendek ataulah jangka panjang) disebut keputusan pembelanjaan" (Halim, 2007:2-3). Struktur modal yang terdiri atas perimbangan atau perbandingan modal asing dengan modal sendiri berkaitan dengan profitabilitas perusahaan. Modal eksternal perusahaan disini yaitu utang jangka panjang maupun utang jangka pendek, sedangkan modal internal perusahaan terdiri atas laba ditahan dengan penyertaan kepemilikan perusahaan atau saham. Semakin tinggi laba bertambah bagus dan berkembang pula kemakmuran perusahaan.

Perusahaan yang memiliki likuiditas yang sehat setidaknya memiliki rasio lancar sebesar 100%, dengan begitu perusahaan akan memperkecil ketergantungan modal yang didapat dari eksternal perusahaan (hutang). Ukuran likuiditas perusahaan yang lebih menjelaskan tingkat likuiditas perusahaan ditentukan dengan rasio kas (kas kepada utang lancar). Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula produktivitas perusahaan, sehingga ada kecenderungan bahwa bertambah besar ukuran perusahaan semakin besar juga utang perusahaan karena perusahaan yang mempunyai ukuran besar lebih gampang mendapatkan utang dari kreditur dari pada perusahaan yang berukuran kecil.

Obyek pada penelitian ini yaitu perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam kategori *Blue Chips* periode 2011-2016 yang terdapat di BEI. Saham *Blue Chips* yaitu saham yang mewakili perusahaan dengan ciri-ciri sebagai berikut 1) Perusahaannya besar, 2) Mempunyai nama baik dan dinilai bagus oleh semua orang setidaknya di tingkat nasional, 3) Mempunyai prestasi/fundamental yang baik, 4) Pada umumnya merupakan pemimpin di industri/sektornya masing-masing, 5) Sahamnya liquid. Disebut '*blue*' atau 'berwarna biru', karena saham *Blue Chips* secara umum dianggap lebih *valuable* dibanding saham biasa, dimana warna biru menunjukkan kelas aristokrat atau bangsawan (darah biru). Di Bursa EI beberapa investor terkadang mendeskripsikan saham-saham *Blue Chips* ini sebagai saham yang terdaftar di Indeks LQ 45. Anggapan ini tidak keliru, karena sebagian besar saham ILQ 45 memang merupakan *Blue Chips*, namun tidak semua saham ILQ 45 adalah *Blue Chips*. Sebab kriteria pemilihan saham ILQ 45 bukanlah berdasarkan kriteria saham *Blue chips*, melainkan lebih hanya berdasarkan likuiditas di *market*. Karena kriteria tersebut tidak semua saham bisa masuk ke *Blue Chips*, saham yang ada harus berkapitalisasi yang besar dan sangat liquid sehingga mudah untuk *trading*. Sehingga banyak yang menyarankan untuk memperdagangkan saham yang ada di *Blue Chips* ketimbang saham yang lain.

Berdasarkan pada uraian konteks persoalan yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian yang berjudul "Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Struktur Modal pada Perusahaan *Blue Chips* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2016".

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap struktur modal pada perusahaan *Blue Chips* di Bursa Efek Indonesia?

Kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap struktur modal pada perusahaan *Blue Chips* di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Struktur Modal

Struktur modal berhubungan dengan sumber pendanaan yang digunakan untuk mendanai investasi yang dilakukan oleh perusahaan. "Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan, yaitu antara modal yang dimiliki yang berasal dari hutang jangka panjang (long-term liabilities) dan modal sendiri (*shareholder's equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan" (Fahmi, 2016:184). "Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing (jangka panjang) dengan modal sendiri dalam suatu perusahaan" (Yusinta & Suryandari, 2010:180). Menurut Riyanto (2011:282, dalam Sholikhadi & Yahya, 2016:3), "Struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang mencerminkan pertimbangan atau perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal menunjukkan proposi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya, sehingga dengan mengetahui struktur modal, investor dapat mengetahui keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian investasinya".

Kebutuhan modal untuk memperkuat struktur modal suatu perusahaan dapat berasal dari internal dan eksternal, dengan ketentuan sumber dana yang dibutuhkan tersebut bersumber dari tempat-tempat yang dianggap aman (*safety position*) dan jika dipergunakan memiliki nilai dorong dalam memperkuat struktur modal keuangan perusahaan. Dalam artian ketika dana itu digunakan untuk memperkuat struktur modal perusahaan, maka perusahaan sanggup mengendalikan modal tersebut secara efektif dan efisien serta tepat sasaran (Fahmi, 2016:185).

Perusahaan memiliki dua sumber pendanaan dalam menentukan struktur modal sumber pendanaan tersebut dapat diperoleh dari sumber pendanaan internal maupun eksternal perusahaan. Sumber pendanaan internal dapat diperoleh dari laba ditahan sedangkan sumber pendanaan eksternal diperoleh dari utang dan penerbitan saham. Perusahaan diharapkan bisa mencapai struktur modal yang optimal dari kedua sumber pendanaan tersebut. Menurut Horne and Wachowich dalam Kennedy (2008:4), "Struktur modal optimal adalah struktur modal yang meminimalkan biaya modal perusahaan dan karenanya memaksimalkan nilai perusahaan". Sedangkan struktur modal yang optimal menurut Napa I. Awat dan Muljadi (1995:34, dalam Kesuma, 2009:39) adalah struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai pasar perusahaan dengan cara meminimumkan biaya modal rata-rata (*average cost of capital*)".

Apabila suatu perusahaan dalam memenuhi pendanaannya mengutamakan sumber dana internal perusahaan, maka dapat mengurangi ketergantungan sumber pendanaan dari luar. Akan tetapi, jika kebutuhan sumber pendanaan perusahaan sangat besar maka perusahaan menggunakan sumber pendanaan eksternal baik dengan cara utang atau mengeluarkan saham baru. Jika perusahaan dalam memenuhi sumber pendanaan dari luar lebih mengutamakan hutang, maka ketergantungan terhadap kreditur akan bertambah tinggi. Sebaliknya jika perusahaan bergantung pada penerbitan saham, maka biayanya akan sangat mahal. Karena diantara biaya modal yang lainnya, biaya penerbitan saham baru sangatlah tinggi. Oleh karena itu perlu adanya keseimbangan yang optimal antara sumber dana internal dan eksternal. Pendapat Brigham dan Houston (2006:24 dalam Kennedy, 2008:4), "Struktur modal yang optimal adalah struktur yang memaksimalkan harga dari saham perusahaan, dan hal ini biasanya meminta rasio hutang yang lebih rendah dari pada rasio yang memaksimalkan EPS yang diharapkan".

Teori Struktur Modal

Terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang struktur modal, diantaranya yaitu:

Pendekatan Tradisional

Pendekatan tradisional mengemukakan bahwa ada struktur modal optimal dan perusahaan yang bisa meningkatkan nilai total perusahaan dengan menggunakan jumlah hutang (*leverage* keuangan) tertentu, dengan menggunakan hutang yang semakin besar, pada mulanya perusahaan bisa menurunkan biaya modal (*ko*) dan meningkatkan nilai perusahaan walaupun pemegang saham meningkatkan tingkat kapitalitas (*ke*) karena meningkatkan risiko bagi pemegang saham, peningkatan tersebut tidak melebihi manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang yang biayanya lebih murah (Sholikhadi & Yahya, 2016:3).

Menurut Horn and Wachowich (2007:273 dalam Kennedy, 2008:2), Pendekatan tradisional untuk struktur dan penilaian modal berasumsi bahwa terdapat struktur modal optimal dan bahwa pihak manajemen dapat memaksimalkan nilai total perusahaan melalui penggunaan *leverage* keuangan secara hati-hati. Pendekatan ini menyarankan perusahaan dapat menurunkan biaya modal meningkatkan nilai totalnya melalui kenaikan *leverage*. Walaupun para investor meningkatkan tingkat pengembalian atas ekuitas yang diminta, peningkatan tersebut tidak seluruhnya menetralkan manfaat dari penggunaan modal utang yang "lebih murah. Sejalan dengan semakin banyaknya *leverage* keuangan yang muncul, para investor akan semakin meningkatkan pengembalian atas ekuitas yang diminta sehingga pada akhirnya pengaruh ini lebih dari sekedar menetralkan manfaat modal utang yang "lebih murah".

Pendekatan Modigliani dan Miller (MM)

Menurut Hanafi (2013:311 dalam Sholikhadi & Yahya, 2016:3), Modigliani dan Miller mengembangkan model struktur modal tanpa pajak dan dengan pajak. Nilai perusahaan dengan pajak lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan tanpa pajak. Selisih tersebut diperoleh melalui penghematan pajak karena bunga dapat dipakai untuk mengurangi pajak. Miller sendiri kemudian mengembangkan model struktur modal dengan memasukkan pajak personal. Pemegang saham dan pemegang hutang harus membayar pajak jika menerima *dividen* (untuk pemegang saham) atau bunga (untuk pemegang hutang). Menurut model tersebut, tujuan yang ingin dicapai

adalah dapat meminimalkan pajak perusahaan tetapi meminimalkan total pajak yang harus dibayarkan (pajak perusahaan, pajak atas pemegang saham, dan pajak atas pemegang hutang).

Teori struktur modal modern dimulai pada tahun 1958, ketika dua orang ahli manajemen keuangan Prof. Franco Modigliani dan Marton Miller mengajukan teori yang ilmiah tentang struktur modal perusahaan bahwa nilai sebuah perusahaan tidak terpengaruh oleh struktur modalnya. Atau dengan kata lain bagaimana cara sebuah perusahaan akan membiayai operasinya tidak berarti apa-apa, sehingga struktur modal adalah suatu hal yang tidak relevan. Akan tetapi teori ini didasarkan pada beberapa asumsi diantaranya tidak ada biaya pialang, tidak ada pajak, tidak ada biaya kebangkrutan, investor dapat meminjam pada tingkat yang sama dengan perusahaan dan EBIT tidak terpengaruh oleh penggunaan hutang. Jika asumsi yang diajukan Modigliani dan Miller dipenuhi, maka kesimpulannya adalah dalam kondisi pajak perusahaan akan semakin baik apabila menggunakan hutang yang semakin besar. Dalam kenyataannya, hal itu sulit terjadi karena adanya beberapa titik kelemahan dari asumsi pendekatan Modigliani dan Miller yaitu :

1. Asumsi tentang adanya biaya transaksi dalam *capital market* sulit untuk ditemui dalam kenyataan, mengingat justru biaya tersebut sangat besar.
2. Adanya perlakuan yang sama kepada semua investor dilembaga keuangan dengan menikmati pinjaman dengan tingkat bunga bebas resiko. Hal ini juga sulit diperoleh dalam kenyataan karena bagaimanapun juga nasabah besar akan memperoleh perlakuan yang berbeda dengan perusahaan kecil.
3. Modigliani dan Miller juga mengasumsikan tidak adanya konflik dalam perusahaan sehingga tidak terjadi *agency cost*.
4. Tidak diperhitungkannya *financial distress* yang mungkin dihadapi oleh perusahaan (Kennedy, 2008:3).

Teori Signaling

“*Signal* atau isyarat adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk kepada investor mengenai bagaimana cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan. *Signaling theory* merupakan langkah manajemen dari perusahaan yang sebenarnya memberikan petunjuk secara implisit kepada investor tentang bagaimana investor melihat prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal baru yang dibutuhkan dengan cara lain-lain, termasuk penggunaan hutang yang melebihi target struktur modal yang normal. Perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung untuk menjual sahamnya. Pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan umumnya merupakan sinyal (*signal*) bahwa manajemen memandang prospek perusahaan tersebut suram. Apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru lebih sering dari biasanya, maka harga sahamnya akan menurun karena menerbitkan saham baru berarti memberikan sinyal negatif yang kemudian dapat menekan harga saham sekalipun prospek perusahaan cerah” (Kennedy, 2008:3).

Teori Pecking Order

“*Pecking order theoris* merupakan suatu kebijakan yang ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencari tambahan dana dengan cara menjual asset yang dimilikinya. Seperti menjual gedung (*build*), tanah (*land*), peralatan (*inventory*) yang dimilikinya dan asset-asset lainnya, termasuk modal yang besumber dari laba ditahan (*retained earnings*)” (Fahmi, 2016:193).

Alternatif yang bisa membantu untuk memprediksi bagaimana para manajer akan mendanai anggaran modal perusahaan disebut dengan *pecking order theory*. Teori ini dikenalkan oleh Gordon Donaldson. Kemudian Myer menindaklanjuti pandangan Donaldson ini. Secara singkat teori ini menyatakan:

1. perusahaan mengambil kebijakan deviden untuk memanfaatkan peluang investasi
2. perusahaan lebih suka untuk mendanai peluang investasi dengan dana yang terhimpun secara internal terlebih dahulu, kemudian baru melirik sumber pendanaan modal eksternal
3. ketika dibutuhkan pendanaan eksternal, pertama perusahaan akan memilih untuk menerbitkan sekuritas hutang kemudian baru menerbitkan sekuritas jenis ekuitas
4. ketika dibutuhkan pendanaan eksternal yang lebih besar untuk mendanai proyek yang memiliki nilai sekarang yang positif, ukuran pendanaan bersusun (*financial peckingorder*) akan diikuti. Ini berarti yang lebih disukai adalah hutang yang berisiko diikuti dengan ekuitas konvertible, lalu ekuitas preferen dan saham ekuitas biasa sebagai pilihan terakhir (Kennedy, 2008:3-4).

Assymetric Information Theory

"*Assymetric information theory* ini dikemukakan oleh Donaldson dimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dari pihak lain. Karena *assymetric information*, manajemen perusahaan tahu lebih banyak tentang perusahaan dibanding investor dipasar modal. Jika manajemen perusahaan ingin memaksimalkan nilai untuk memegang saham saat ini, bukan pemegang saham baru, maka ada kecenderungan bahwa (Kennedy, 2008:4):

1. Jika perusahaan memiliki prospek yang cerah, manajemen tidak akan menerbitkan saham baru tapi menggunakan laba ditahan, dan
Jika prospek kurang baik, manajemen menerbitkan saham baru untuk mendapatkan modal. Ini akan menguntungkan *current stockholder* karena tanggung jawab mereka berkurang. Masalahnya adalah para investor tahu kecenderungan ini sehingga harga saham perusahaan cenderung turun jika saham baru diterbitkan, ini menyebabkan biaya modal sendiri menjadi besar WACC semakin tinggi dan nilai perusahaan cenderung turun. Hal ini mendorong perusahaan untuk menerbitkan obligasi atau berhutang dari pada menerbitkan saham baru.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Profitabilitas

"Rasio ini mengukur kegiatan manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat laba yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan" (Fahmi, 2016:80). "Rasio profitabilitas merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh penghasilan dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan target mendapatkan keuntungan, dengan cara menjual (barang dan/atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalisasi *profit*, baik *profit* jangka pendek maupun *profit* jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan mendapatkan keuntungan dalam aktivitas bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping mempunyai tujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan" (Hery, 2015:226).

Likuiditas

"Likuiditas dipakai untuk menilai kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan sumber daya jangka pendek (atau lancar) yang tersedia untuk melunasi kewajiban tersebut (Van Horne dan Wachowicz, 2001 dalam Irdiana, 2016:18)". "Rasio likuiditas (liquidity ratio) adalah kemampuan suatu perusahaan melunasi kewajiban jangka pendeknya sebelum jatuh tempo. Contoh membayar listrik, telepon, air PDAM, gaji karyawan, gaji teknisi, gaji lembur, tagihan telepon, dan sebagainya. Karena itu rasio likuiditas juga disebut dengan short term liquidity" (Fahmi, 2016:65). "Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat dipakai untuk mengukur sampai sejauh mana tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo" (Hery, 2015:175).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu. Ukuran perusahaan yang besar, dianggap sebagai suatu indikator yang menggambarkan tingkat risiko bagi investor untuk melakukan pendanaan pada perusahaan tersebut, karena jika perusahaan memiliki kemampuan finansial yang baik, maka diyakini bahwa perusahaan tersebut juga mampu melunasi segala kewajibannya serta memberikan tingkat pengembalian yang memadai bagi investor. Dalam beberapa penelitian, kemampuan finansial perusahaan ditunjukkan dari berbagai sisi, yaitu dilihat dari penjualan bersih atau jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan (Joni & Lina, 2010:86). Rahardjo dan Hartantiningrum dalam Joni & Lina (2010:86), mengatakan bahwa "perusahaan kecil akan cenderung menyukai hutang jangka pendek dari pada hutang jangka panjang karena biayanya lebih rendah. Demikian juga dengan perusahaan besar akan cenderung mempunyai sumber pendanaan yang kuat". "Ukuran perusahaan dapat ditunjukkan melalui total aset perusahaan pada neraca akhir periode. Ukuran perusahaan dihitung dengan *Log Natural* dari *total assets*" (Kennedy, 2008:5).

Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari aktivitas normal bisnisnya. Secara umum perusahaan lebih mengharapkan penghasilan yang mereka dapat digunakan sebagai sumber utama dalam pembiayaan untuk investasi. Apabila sumber pendanaan internal kurang cukup maka perusahaan menggunakan alternatif lain yaitu menggunakan hutang setelah itu mengeluarkan saham baru sebagai alternatif pembiayaan (Hery, 2015:226).

Pengaruh Likuiditas terhadap Struktur Modal

Jika perusahaan mempunyai kemampuan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang tidak likuid. Untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo, perusahaan harus mempunyai tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau aktiva lancar lainnya yang juga dapat dengan segera dikonversi atau diubah menjadi kas (Hery, 2015:175).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

“Perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai sumber permodalan yang lebih terdiversifikasi sehingga semakin kecil kemungkinan untuk pailit dan lebih sanggup melunasi kewajibannya, sehingga perusahaan besar cenderung mempunyai hutang yang lebih besar dari pada perusahaan kecil” (Irdiana, 2016). “Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata aktiva” (Yusintha & Suryandari, 2010:181). Bambang Riyanto (2001:279 dalam Putri, 2012), menyebutkan bahwa besarnya suatu perusahaan juga mempengaruhi struktur modal perusahaan. Ukuran perusahaan dapat juga mempengaruhi struktur modal karena semakin besar suatu perusahaan akan cenderung menggunakan utang yang lebih besar”.

Hipotesis

Berdasarkan definisi variabel penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Ha1: Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap struktur modal.
Ha2: Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap struktur modal.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam saham Blue Chips di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2016. Adapun kriteria yang telah ditentukan sebagai berikut :

- Perusahaan yang tergabung dalam saham Blue Chips di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2016.
- Perusahaan memiliki periode laporan keuangan yang berakhir per 31 Desember.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Nonprobability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Sampling Purposive*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:154).

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena penelitian ini tidak terjun langsung untuk mencari data, melainkan mencari data melalui media elektronik yaitu bersumber dari internet dengan mengakses situs dari Bursa Efek Indonesia. Data yang diambil dalam penelitian ini berupa laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi tahun 2011 sampai dengan 2016 dan publikasi lain yang relevan dengan penelitian lain.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Model ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menentukan variabel independen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, data diolah menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas (X_1), likuiditas (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah struktur modal (Y).

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara simultan (Uji F) serta analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Regresi Lineer Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.540	.143		3.783	.000		
ROA	-1.673	.598	-.342	-2.799	.007	.800	1.251
CR	-.032	.013	-.315	-2.580	.013	.801	1.249
SIZE	.023	.008	.314	2.810	.007	.954	1.048

a. Dependent Variable: DER

Analisis regresi linear berganda (*multiple regression*) dimaksudkan untuk menguji sejauh apa dan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi ini akan menghasilkan koefisien regresi yang dilihat dari nilai *unstandardized coefficient* dan menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil pengujian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$DER = 0,540 - 1,673 ROA - 0,032 CR + 0,023 SIZE$$

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t / Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji statistik t dipakai untuk menguji hipotesis pertama sampai dengan hipotesis ketiga. Pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05 (5%). Untuk lebih jelasnya, hasil uji secara parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan hasil uji, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

a. Hasil pengujian hipotesis pertama

Berdasarkan tabel 1 didapatkan hasil estimasi variabel ROA sebesar nilai $t_{hitung} = -2,799$, dengan signifikansi 0,007. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$. Hal ini berarti $t_{hitung} (-2,799) < t_{tabel} (-2,00172)$, dan $sig (0,007) < \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis pertama H_a diterima.

b. Hasil pengujian hipotesis kedua

Dari hasil estimasi variabel likuiditas (CR) diperoleh nilai $t_{hitung} = -2,580$, dengan signifikansi 0,013. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$. Hal ini berarti $t_{hitung} (-2,580) < t_{tabel} (2,00172)$, dan $sig (0,013) > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel CR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua H_a diterima.

c. Hasil pengujian hipotesis ketiga

Dari hasil estimasi variabel *size* diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.810$ dengan signifikansi 0,007. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$. Hal ini berarti $t_{hitung} (2,810) > t_{tabel} (2,00172)$, dan $sig (0,007) < \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa variabel *size* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis ketiga H_a diterima.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 2. Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.622	3	.541	9.312	.000 ^a
	Residual	3.252	56	.058		
	Total	4.874	59			

a. Predictors: (Constant), SIZE, CR, ROA

b. Dependent Variable: DER

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Pengujian hipotesis uji F ini digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian simultan diperoleh sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara simultan, yaitu sebagai berikut:

d. Hasil pengujian hipotesis keempat

Data tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa model persamaan ini memiliki nilai F_{hitung} sebesar 9,312 dan dengan tingkat signifikan 0.000^a. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} sebesar 2,77. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel} (9,312 > 2,77)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang jauh berada dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan signifikan terhadap struktur modal perusahaan *Blue Chips*.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.577 ^a	.333	.297	.24098	2.442

a. Predictors: (Constant), SIZE, CR, ROA

b. Dependent Variable: DER

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. 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-variasi dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Kuncoro, 2007:84).

Pada tabel hasil uji menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,333. Hal ini menunjukkan bahwa 33,3% variabel dependen yaitu struktur modal dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 66,7% struktur modal dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lainnya diluar model yaitu: (1) pertumbuhan penjualan; (2) struktur aktiva; (3) stabilitas penjualan; (4) pajak (5) sikap manajemen; (6) fleksibilitas keuangan; (7) *leverage*; (8) pengendalian; (9) kondisi internal perusahaan; (10) kondisi pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan (dalam hal ini ROA) akan mengakibatkan struktur modal perusahaan semakin menurun, dan sebaliknya penurunan tingkat profitabilitas (ROA) perusahaan akan meningkatkan struktur modal perusahaan. Hal ini sejalan dengan (Nurrohm, 2008), yang menyatakan bahwa koefisien profitabilitas yang negatif sejalan dengan teori *Pecking Order* yang menyatakan bahwa (1). Perusahaan menyukai *internal financing* (pendanaan dari hasil operasi perusahaan, yang berwujud laba ditahan), (2). Apabila dana dari luar (*external financing*) diperlukan maka perusahaan akan menerbitkan sekuritas yang paling aman terlebih dahulu, yaitu: dimulai dengan menerbitkan obligasi, kemudian diikuti oleh sekuritas yang berkarakteristik opsi (seperti obligasi konversi), baru kemudian apabila masih belum mencukupi akan menerbitkan saham baru. Sesuai dengan teori ini, tidak ada suatu target *debt to equity ratio*, karena ada dua jenis modal sendiri, yaitu internal dan eksternal. Perusahaan lebih suka penggunaan dana dari modal internal yakni dana yang berasal dari aliran kas, laba ditahan dan depresiasi. Urutan penggunaan sumber pendanaan dengan mengacu pada *pecking order theory* adalah *internal find* (dana internal), *debt* (hutang) dan *equity* (modal sendiri). Dana internal lebih disukai dari dana eksternal karena dana internal memungkinkan perusahaan untuk tidak perlu “membuka diri lagi” dari sorotan pemodal luar. Kalau bisa memperoleh sumber dana yang diperlukan tanpa memperoleh “sorotan dan publisitas publik” sebagai akibat penerbitan saham baru. Dana eksternal lebih disukai dalam bentuk hutang dari pada modal sendiri karena dua alasan yaitu: (1). Pertimbangan biaya emisi. Biaya emisi obligasi lebih murah dari biaya saham baru. Hal ini disebabkan karena penerbitan saham baru akan menurunkan harga saham lama, (2). Manajer khawatir kalau penerbitan saham baru akan ditafsirkan sebagai kabar buruk (*Bad News*) oleh para pemodal dan membuat harga saham akan turun. Hal ini disebabkan antara lain oleh kemungkinan adanya asimetrik antara pihak manajemen dengan pihak pemodal.

Hasil penelitian menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap struktur modal. “Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat dipakai untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo” (Hery, 2015:175). Kondisi ini mencerminkan semakin tinggi tingkat likuiditas akan menurunkan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sesuai dengan konsep *pecking order theory*, perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi, berarti perusahaan memiliki kelebihan aset lancar yang cukup untuk membiayai operasional perusahaan tanpa harus meminjam dana dari pihak luar. Perusahaan yang banyak menggunakan aset lancarnya berarti perusahaan tersebut menghasilkan aliran kas untuk membiayai kegiatan operasionalnya dan investasi perusahaan. Aset lancar yang besar menunjukkan perusahaan berhasil melunasi hutang jangka pendeknya, sehingga proporsi hutang dalam struktur modal akan menurun. Nilai koefisien regresi pada likuiditas menunjukkan nilai yang negatif karena aset lancar perusahaan dari tahun ke tahun meningkat namun hutangnya mengalami penurunan. Kelebihan aset lancar ini lah yang dapat digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya, maupun untuk investasi perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bawah ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan merupakan gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu. Ukuran perusahaan yang besar, dianggap sebagai suatu indikator yang menggambarkan tingkat risiko bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, karena jika perusahaan memiliki kemampuan finansial yang baik, maka diyakini bahwa perusahaan tersebut juga mampu memenuhi segala kewajibannya serta memberikan tingkat pengembalian yang memadai bagi investor. Dalam beberapa penelitian, kemampuan finansial perusahaan diketahui dari berbagai sisi, yaitu dilihat dari penjualan bersih atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Joni & Lina, 2010:86). Ukuran perusahaan dalam penelitian berpengaruh positif secara signifikan terhadap struktur modal dikarenakan besar ataupun kecilnya perusahaan bisa menjadi acuan dalam menentukan struktur modal. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan maka akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel hutang begitu pula sebaliknya. Dalam mengidentifikasi ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pemilihan pendanaan perusahaan, dalam arti besar kecilnya suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap pemilihan sumber pendanaan. Kreditor beranggapan bahwa perusahaan besar mempunyai aset yang besar dan mungkin kreditor beranggapan bahwa aset perusahaan yang banyak

kenapa harus berhutang. Kemungkinan lain adalah bahwa perusahaan besar yang mempunyai akses lebih mudah ke pasar modal seperti penerbitan surat berharga ataupun penerbitan saham perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil tentu lebih dapat memperoleh dana dengan mudah di pasar modal. Hal ini disebabkan karena para kreditor akan memberikan pinjaman melihat dari besar kecilnya perusahaan, dan juga memperhatikan faktor-faktor lain. Dengan demikian ukuran perusahaan menjamin minat kreditor dalam menanamkan dananya ke perusahaan. Sehingga berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka menerima hipotesis ketiga yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.
2. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal
4. Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap struktur modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan, Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Halim, A. 2007. *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan, Pendekatan Rasio Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Irdiana, S. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Katagori Saham Blue Chips di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2014*. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Wiga*, 6(1), 15–26.
- Joni, & Lina. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal*. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(2), 81–96.
- Kennedy, N. A. dan A. R. S. 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*.
- Kesuma, A. 2009. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*, 38–45.
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Nurrohimi, H. K. 2008. *Pengaruh Profitabilitas, Fixed Asset Ratio, Kontrol Kepemilikan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*. *Sinergi Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 11–18. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Putri, M. E. D. 2012. *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aaktifa, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, 1(September), 1–10.
- Sholikhadi, L. M., & Yahya. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal This research is meant to test and to find out the influence of sales stability , assets structure , profitability , business risk and growth rates to the capital structure of cosmetics companies which are li*, 5.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariyah. 2011. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal (Keenam)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen YKPN.
- Yusinta, P., & Suryandari, E. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)*.11(2), 179–188.

**Pengaruh Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi
Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Home Industry Aneka Camilan Rizky**

Rizki Eka Prasetyo¹

STIE Widya Gama Lumajang
email: banderas.riski@gmail.com

Nawangsih²

STIE Widya Gama Lumajang
email: lovinawang@gmail.com

Riza Bahtiar Sulistyan³

STIE Widya Gama Lumajang
email:rizaabahtiar@gmail.com

Abstrak

Potensi besar dari bisnis camilan tidak hanya terletak pada rasa dan keanekaragaman saja, adanya *competitor* (pesaing) juga perlu untuk diwaspadai. Sehingga produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus memiliki nilai lebih dibanding produk pesaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah produk, harga, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Apakah produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*. Dengan berpedoman pada kajian teoritis dan landasan empiris, metode regresi linear berganda digunakan sebagai alat analisis untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini diperoleh secara *Probability Sampling* menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 responden. Pada penelitian ini, secara parsial ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dari faktor produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*, sedangkan saluran distribusi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*. Secara simultan produk, harga dan saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*. Hasil pengujian koefisien determinasi (*R square*) menunjukkan bahwa 36,5% keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky* dipengaruhi oleh faktor Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3), sedangkan 63,5% keputusan pembelian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti: *Promotion* (Promosi), *PeoplePartisipan* (Pelayanan), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik) sehingga untuk mengetahui peningkatan keputusan pembelian konsumen terhadap produk camilan ini, perlu dikembangkan variabel-variabel lain oleh peneliti berikutnya.

Kata Kunci: Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Keputusan Pembelian.

Abstract

Great potential of business a snack not lies in just taste and diversity, but the competitors needed to be alert. So that the product offered by companies should have the value or higher than of competitors products. The purpose of this research to know and understand how big the influence of the product, price, and distribution channels to interest people in doing the purchase decision of product Home Industry Various Snack Rizky. Dispute on of a study conducted a firmer base for being based on theory and empirical, linear regression of multiple used as an instrument analysis in order to test hypothesis. Sample size used in this research obtained of the probability sampling and used technique simple random sampling, sample of the research to be taken 80 respondents. In this research a partial find any significant influence of product and price, but distribution channels is not influence of the purchase decision snack products. Form the testing determination, 36,5% purchase decision products snack the industry various snack influenced by factor of products, price, and distribution channel, while 63,5% purchase decision influenced by other factors that no question, so as to increase the purchase decision citizens should developed by next researchers.

Keywords :Product, Price, Distribution Channel, and Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Makanan ringan, camilan atau kudapan (*snack*) merupakan jenis makanan yang bukan menu utama dalam kehidupan sehari-hari, melainkan jenis makanan yang dikonsumsi disela-sela waktu luang setiap orang, dengan tujuan menunda rasa lapar seseorang untuk sementara waktu atau hanya untuk dinikmati rasanya saja. Biasanya, camilan atau kudapan (*snack*) ini, selalu ada untuk menemani saat santai, baik sendiri maupun ketika berkumpul bersama keluarga atau teman. Oleh karena itu, sasaran pasar untuk usaha camilan cukup luas

karena dapat menjangkau semua kalangan usia. Potensi besar bisnis camilan ini tidak hanya terletak pada rasa dan keanekaragaman saja, namun adanya kompetitor (pesaing) juga perlu untuk diwaspadai.

Berikut nama-nama merk makanan ringan yang meraih penghargaan *Top Brand Award* (TBA), tahun 2013-2017:

Tabel 1

Top Brand Index Kategori: Makanan Dan Minuman					
Kategori Makanan Ringan	TBI 2013	TBI 2014	TBI 2015	TBI 2016	TBI 2017
Keripik Kentang Olahan	Chitato 58,3% Mr.Potato 13,5% Lays 10,8% Piattos 6,6% Leo 5,9%	Chitato 56.1% Mr.Potato 12.3% Lays 11.2% Leo 6.2% Piattos 5.4%	Chitato 57.0% Lays 12.2% Mr.Potato 8.3% Leo 7.0% Piattos 6.5%	Chitato 58.3% Lays 14.2% Mr.Potato 13.2% Piattos 4.1% Leo 3.5%	Chitato 55.0% Lays 16.1% Mr.Potato 15.4% Leo 4.9% Piattos 3.7%
Keripik Singkong Olahan	Qtela 59,2% Kusuka 20,0% Chuba 9,8% KingKong 4,7% Krispy 2,7% -	Qtela 62.4% Kusuka 17.2% Chuba 12.4% KingKong 2.6% Ma Ichi 1.3% Krispy 1.1%	Qtela 56.1% Kusuka 22.0% Chuba 14.7% KingKong 2.8% - -	Qtela 66.0% Kusuka 16.5% Chuba 7.7% KingKong 1.5% Krispy 0.9% Ma Ichi 0.8%	Qtela 59.8% Kusuka 21.0% Chuba 7.8% KingKong 5.3% Krispy 1.2% -

Sumber: <http://www.topbrand-award.com> (2017)

Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa selama kurun waktu 5 tahun belakangan ini, untuk kategori keripik Kentang Olahan didominasi oleh merk Chitato, sedangkan kategori Keripik Singkong Olahan didominasi merk Qtela. Seiring dengan perubahan selera konsumen yang terus meningkat, untuk memenangkan persaingan, perusahaan dan pelaku usaha harus mampu memberikan produk yang baik, harga yang bersaing, dan harus merencanakan kegiatan penyaluran produk yang ditawarkan (saluran distribusi) kepada konsumen dengan cara yang baik dan tepat.

Penelitian pada topik ini telah banyak diteliti, salah satunya oleh Prasetya & Widayawati (2016) dengan judul "Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G". Hasil penelitian tersebut memberikan informasi bahwa, Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Perilaku secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat William J. Stanton, Etzel & Walker (1994) dalam Sunyoto (2015:1) menyatakan, "Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan produk, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan, dalam mencapai pasar sasaran, serta tujuan perusahaan".

Perbedaan penelitian yang sekarang dengan sebelumnya terletak pada periode penelitian, responden yang diteliti dan tempat penelitian yaitu pembeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, yang berada di Dusun Kebonbayur Desa Jatigono, sedangkan persamaannya terletak pada variabel penelitian yang digunakan yaitu : Produk (X_1), Harga (X_2), Saluran Distribusi (X_3), dan Keputusan Pembelian (Y).

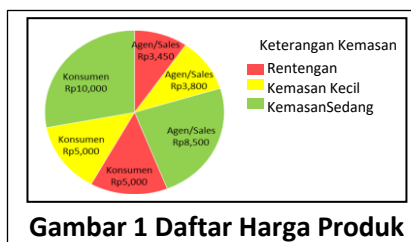
Menurut Tjiptono (2015:232), "Produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya".

Tabel 2 dibawah ini, menunjukkan tentang produk yang dihasilkan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, ditengah banyaknya produk merk lain dan sejenis yang berada dipasaran.

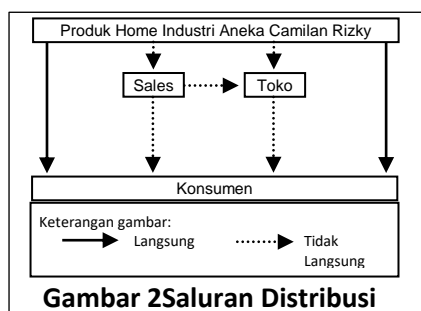
Tabel 2

Daftar Produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky				
No.	Barang	Kemasan		
		Rentan	Keci	Seda
		gan	l	ng
1	Klutuk	Isi:	150	300g
2	Wongkol	10pcs	gr	r
3	Klutuk Kotak	Isi:	130	310g
4	Original	10pcs	gr	r

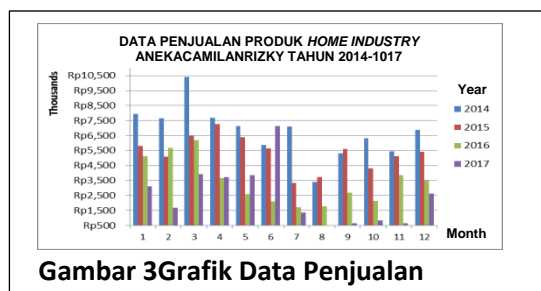
5	Klutuk Kotak	Isi:	130	310g
6	Kuning	10pcs	gr	r
7	Stick Original	Isi:	130	310g
8	Stick Balado	10pcs	gr	r
9	Stick Sawi	Isi:	130	310g
10	Stick Labu	10pcs	gr	r
11	Jagung	Isi:	120	300g
12	Original	10pcs	gr	r
13	Jagung Manis	Isi:	120	300g
14	Pedas	10pcs	gr	r
15	Kedelai	Isi:	150	300g
	Original	10pcs	gr	r
	Kacang Otok	Isi:	150	300g
	Kacang	10pcs	gr	r
	Sembunyi	Isi:	150	300g
	Kacang Telur	10pcs	gr	r
	Kacang	Isi:	150	300g
	Plencet	10pcs	gr	r
	Komak pedas	Isi:	130	300g
		10pcs	gr	r
		Isi:	110	250g
		10pcs	gr	r
		Isi:	110	250g
		10pcs	gr	r
		Isi:	150	300g
		10pcs	gr	r



Gambar 1 Daftar Harga Produk



Gambar 2 Saluran Distribusi



Gambar 3 Grafik Data Penjualan

Sumber: *Home Industry Aneka Camilan Rizky* (2018)

Menurut Sunyoto (2015:172-173), "Fakta bahwa dalam tahap kedewasaan dari siklus hidup produk, persaingan itu pada umumnya adalah berdasarkan harga". Gambar 1 diatas, menjelaskan tentang harga dari tiap varian produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*

Menurut Tjiptono (2015:345), "Secara garis besar pendistribusian mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran untuk memperlancar, dan mempermudah penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada para konsumen". Struktur saluran distribusi produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky* yang dijelaskan pada gambar 2 diatas.

Menurut Sunyoto (2015:115), "Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau bersangkutan ketika digunakan dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan".

Gambar 3 diatas menunjukkan tentang grafik data penjualan *Home Industry Aneka Camilan Rizky* selama periode 2014-2017, omset penjualan tertinggi terjadi pada kuartal-I (maret) Tahun 2014 dengan nilai Rp.10.425.700, sedangkan omset penjualan terendah terjadi pada kuartal ke-III (Agustus) Tahun 2017 dengan nilai Rp.150.000. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan minat masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*, untuk mengetahui penyebab turunnya minat konsumen terhadap Produk *Home Industry Aneka Camilan Rizky*, perlu dilakukan suatu penelitian apakah disebabkan oleh faktor produk, harga dan saluran distribusi, atau karena faktor lain yang menyebabkan penurunan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Produk

Penelitian dengan topik variabel produk, pernah dilakukan Budiawatii (2012). Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel dalam *Marketing mix* memiliki peranan yang signifikan terhadap keputusan pembelian keripik pisang agung di Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Adisaputro (2014:170), "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar diamati, disukai, dan dibeli, atau sekelompok nilai yang memberikan kepuasan pada pemakainya".

Indikator produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Tampilan produk (*Style*)
- b. Variasi produk
- c. Rasa (*perceived quality*)

Harga

Penelitian dengan topik variabel harga telah dilakukan oleh Sari (2016). Dari hasil penelitian tersebut diperoleh informasi bahwa harga memiliki peranan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Panties Pizza* di Sidoarjo. Hasil penelitian tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh Manap (2016: 289) yang menyatakan "Harga merupakan ukuran nilai dari suatu produk yang memungkinkan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) yang dinyatakan dalam bentuk uang".

Indikator variabel harga dalam penelitian ini adalah:

- a. Kesesuaian harga dengan daya beli
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Adanya potongan harga yang menarik
- d. Daya saing harga

Saluran Distribusi

Hasil penelitian Wijaya (2013) dengan topik variabel saluran distribusi. Memberikan informasi bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2015:345) "Secara garis besar, saluran distribusi (*place*) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha mempermudah penyampaian, penyerahan, atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga sesuai dengan yang diperlukan".

Indikator untuk variabel saluran distribusi dalam penelitian ini adalah:

- a. Cakupan Pasar
- b. Lokasi Pembelian
- c. Kecukupan Produk

Keputusan Pembelian

Penelitian Rosyida (2016) dengan topik bauran pemasaran, memberikan informasi bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil penelitian tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh Sunyoto (2015:128) yang menyatakan "Keputusan Pembelian merupakan keputusan mengenai apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya".

Menurut Kotler dan Armstrong (1999) dalam Manap (2016:249), Ukuran Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ada lima tahapan yaitu:

1. Pengenalan Masalah (*Need Recognition*)
2. Pencarian Informasi (*Informasi Search*)
3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)
4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)
5. Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase behavior*)

Penelitian Terdahulu

Pada penelitian lain yang pernah dilakukan oleh Rosyida dan Widayawati (2016), Amrullah dan Agustini (2016), Bahtiar dan Rahardja (2017), Anggita dan Ali (2017), Brata, Husani, dan Ali (2017), Prasetyo dan Purwantini (2017) kesimpulan dari hasil riset peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa produk, harga, dan saluran distribusi merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Abubakar (2015) berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap proses Keputusan Pembelian Konsumen Jamu Di Banda Aceh", inkonsistensi dengan hasil riset yang sudah dijabarkan sebelumnya, karena secara parsial saluran distribusi bukanlah faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun secara simultan produk, harga, promosi dan saluran distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut juga bersebrangan dengan teori yang dikemukakan oleh Mursid (2014:85) dan Bangsawan (2015:44) "Saluran

distribusi merupakan salah satu bentuk kegiatan menyalurkan atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, dilakukan oleh seperangkat atau sekelompok organisasi yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi konsumen atau pengguna *industrial*".

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif, untuk menganalisis pengaruh secara parsial maupun simultan variabel independen (X) yang terdiri dari variabel produk, harga, dan saluran distribusi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), dikutip dari buku Sugiono (2012:13) dijelaskan bahwa "metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Dalam penelitian ini populasi yang diambil berjumlah 80 orang pembeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky secara langsung di Dusun Kebonbayur Desa Jatigono, selama periode 25 Maret sampai dengan 14 April 2018. Sampel penelitian ini diambil secara *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*.

Data Internal yang digunakan berupa: data tentang daftar nama produk, harga produk, gambaran saluran distribusi, dan data penjualan produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky selama periode 2014-2017.

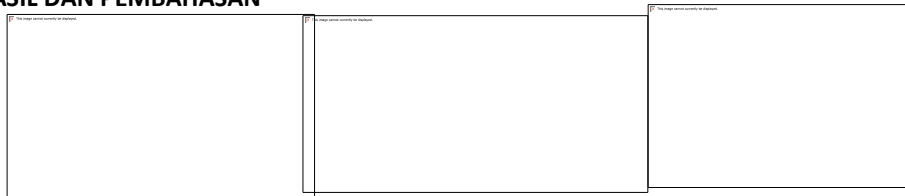
Data eksternal yang digunakan berupa: data hasil dari penyebaran kuesioner, berisi pernyataan tertulis tentang variabel produk, harga, dan saluran distribusi kepada responden yang membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, yang akan diberi skor dari tiap jawaban pernyataan berdasarkan skala *likert*.

Data primer yang digunakan adalah data yang diperoleh langsung berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pembeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky yang berisi pernyataan tertulis tentang variabel produk, harga, saluran distribusi dan keputusan pembelian.

Data sekunder yang digunakan berupa: data tentang daftar nama merk makan ringan ringan atau camilan yang diperoleh dari hasil survei *Top Brand Index* (TBI) kategori makanan dan minuman dari tahun 2013-2017.

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara parsial, maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4 Hasil Pengujian Normalitas Data *Normal Probability Plot* (Kiri), Grafik Histogram (Tengah) dan Hasil Pengujian Heteroskedastisitas (Kanan).

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018

Gambar 4 diatas, memberikan penjelasan dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan program SPSS 16, pada grafik *normal probability plot* (kiri) data yang telah diuji terlihat menyebar sejajar atau mengikuti arah garis diagonalnya. sama dengan grafik histogram (tengah) bentuk dari pola grafik tersebut menjelaskan bahwa data pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal (tidak terjadi kemiringan), sehingga asumsi normalitas data pada model regresi tersebut telah terpenuhi dan layak untuk digunakan. Setelah dilakukan pengujian multikolinieritas ternyata nilai VIF cukup kecil yang seluruhnya memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan semuanya berada dibawah 10. Hal ini berarti bahwa variabel independen pada penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinieritas sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas pada gambar diatas (kanan), menjelaskan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini berarti model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala dan gangguan heteroskedastisitas.

Berikut tabel hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini:

Tabel 3
Regresi linear Berganda

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.793	2.216		3.065	.003		
	Produk (X ₁)	.516	.164	.373	3.144	.002	.594	1.685
	Harga (X ₂)	.347	.128	.276	2.713	.008	.809	1.237
	Saluran Distribusi (X ₃)	.111	.143	.088	.776	.440	.655	1.527
a. Dependent Variable: JumlahKeputusanPembelian								

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,793 + 0,516X_1 + 0,347X_2 + 0,111X_3$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 6,793 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian sama dengan 6,793 jika nilai dari variabel Produk (X₁), Harga (X₂) dan Saluran Distribusi (X₃) sama dengan 0.
- Koefisien variabel Produk (X₁) sebesar 0,516 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel produk akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,516 begitu juga sebaliknya
- Koefisien variabel Harga (X₂) sebesar 0,347 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,347 begitu juga sebaliknya.
- Koefisien variabel Saluran Distribusi (X₃) sebesar 0,111 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel saluran distribusi akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,111begitu juga sebaliknya.

Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi) terhadap variabel dependennya (Keputusan Pembelia) secara parsial. Berikut adalah tabel hasil pengolahan SPSS untuk uji T:

Tabel 4
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.793	2.216		3.065	.003		
	Produk (X ₁)	.516	.164	.373	3.144	.002	.594	1.685
	Harga (X ₂)	.347	.128	.276	2.713	.008	.809	1.237
	Saluran Distribusi (X ₃)	.111	.143	.088	.776	.440	.655	1.527
a. Dependent Variable: JumlahKeputusanPembelian								

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018

Untuk melakukan pengujian t (parsial) terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel}. Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (n - 2) = 80 - 2 = 78, maka diperoleh t_{tabel} = ± 1,9908.

- Hasil uji t pada variabel X₁ yaitu produk diperoleh nilai t_{hitung} = 3,144 dengan signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% diperoleh t_{tabel} sebesar ± 1,9908. Ini berarti t_{hitung} (3,144) > t_{tabel} (1,9908), Dengan tingkat signifikansi 0,002 yang ada dibawah batas signifikansi 0,05, sehinggasecara parsial signifikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky .
- Hasil uji t pada variabel X₂ yaitu harga diperoleh nilai t_{hitung} = 2,713 dengan signifikansi 0,008, batas signifikansi yang digunakan adalah 5 persen diperoleh t_{tabel} sebesar ± 1,9908. Ini berarti t_{hitung}(2,713) > t_{tabel}(1,9908). Dengan tingkat signifikansi 0,008 yang ada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Hasil uji t pada variabel X₃ yaitu saluran distribusi diperoleh nilai t_{hitung} = 0,776 dengan signifikansi 0,440, batas signifikansi yang ditentukan pada penelitian ini sebesar 5 persen diperoleh t_{tabel}

sebesar $\pm 1,9908$. Ini berarti $t_{hitung}(0,776) < t_{tabel}(1,9908)$, Dengan tingkat signifikansi 0,440 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh saluran distribusi secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen, yaitu Produk (X_1), Harga (X_2) dan Saluran Distribusi (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) secara simultan signifikan. Berikut tabel hasil uji F (Uji Simultan) penelitian ini:

Tabel 5
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.222	3	47.741	14.556	.000 ^a
	Residual	249.265	76	3.280		
	Total	392.487	79			
a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Harga, Produk						
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner Melalui SPSS, 2016

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian maka, diperlukan hasil F_{tabel} , hasil F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan $(n-k-1) = 80-2-1=77$, maka diperoleh $F_{tabel} = 3,12$.

a. Hasil uji F pada variabel penelitian ini, sebesar 14.556 dengan tingkat signifikansi 0,000, batas signifikansi yang digunakan adalah 5 persen atau 0,05, sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 3,12, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa secara simultan signifikan terdapat pengaruh produk, harga, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizki.

Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Santoso (2012:355) “Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase (%)”.

Tabel hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), sebagai berikut:

Tabel 4.27
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.365	.340	1.81102
a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Harga, Produk				
b. Dependent Variable: Jumlah Keputusan Pembelian				

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018

Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS, koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,365, hal ini berarti 36,5 persen Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu: Produk, Harga, dan Saluran Distribusi. Sedangkan sisanya yaitu: 63,5 persen Keputusan Pembelian, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Bersumber pada teori dan landasan empiris, keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, seperti: produk, harga, dan saluran distribusi. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebuah integrasi dari empat variabel, berlandaskan pada teori dan landasan empiris yang sudah dibahas sebelumnya.

Respon masyarakat terhadap keseluruhan indikator: produk, harga, saluran distribusi, dan keputusan pembelian, menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat yang telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky di Dusun Kebonbayur, Desa Jatigono memiliki tanggapan yang baik. Akan tetapi, informasi yang didapatkan dari deskripsi pada tiap indikator variabel hanya sebatas tinggi dan rendahnya penilaian masyarakat terhadap variabel yang sedang diteliti, adapun alternative jawaban dari permasalahan pada penelitian ini, dapat dijawab dari hasil analisis data dengan program SPSS.

Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis tentang variable produk menunjukkan bahwa, produk secara parsial signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiawati (2012), Prasetya dan Widyawati (2016), Rosyida dan Widyawati (2016), Amrullah dan Agustin (2016), Anggita dan Ali (2017), Husani dan Ali (2017), Prasetyo dan Purwantini (2017) yang menunjukkan bahwa, produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Adisaputro (2014:170) dan Manap (2016:225) "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai, dan dibeli, produk juga dapat diartikan sebagai sekelompok nilai yang memberikan kepuasan pada pemakainya".

Dari seluruh indikator pernyataan tentang variabel produk yang dipersepsikan responden, prioritas utama responden ada pada pernyataan "Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky memiliki beberapa variasi produk yang menarik". Pernyataan tentang "Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, memiliki rasa yang diminati pembeli" merupakan prioritas kedua yang dipersepsikan responden. Sedangkan persepsi responden pada pernyataan "Kemasan produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky lebih menarik dibanding produk lain yang sejenis" merupakan prioritas terakhir dari seluruh item pernyataan yang dipersepsikan responden berkaitan dengan variabel produk.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel produk menjadi salah satu elemen penting bagi setiap orang, sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian, produk makanan ringan atau camilan yang dijual dan ditawarkan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky kepada responden memiliki penampilan atau berkemasan menarik dengan tujuan untuk menjaga kebersihan dan kesehatan, serta mudah dibawa sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan, memiliki beberapa variasi atau macam produk dengan rasa yang berbeda-beda pada tiap produknya, supaya memberikan *alternative* pilihan kepada masyarakat untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis tentang variable harga menunjukkan bahwa, harga secara parsial signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiawati (2012), Sari dan Yuniati (2016), Prasetya dan Widyawati (2016), Rosyida dan Widyawati (2016), Amrullah dan Agustin (2016), Bahtiar dan Rahardja (2017), Husani dan Ali (2017), Prasetyo dan Purwantini (2017) menunjukkan bahwa, harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh, Bangsawan (2015:39) dan Manap (2016:289) "Harga merupakan faktor penting dalam hubungannya dengan pendapatan perusahaan dan harga merupakan salah satu bentuk pengorbanan konsumen untuk memperoleh produk agar dapat memenuhi (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) yang dinyatakan dalam bentuk uang".

Dari seluruh indikator pernyataan tentang variabel produk yang dipersepsikan responden, prioritas utama responden ada pada pernyataan "Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky terjangkau". Pernyataan tentang "Pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dalam jumlah tertentu, akan mendapat potongan harga" merupakan prioritas kedua. Pernyataan tentang "Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis" merupakan prioritas ketiga pernyataan yang dipersepsikan responden. Sedangkan "Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky sebanding dengan kualitas produk yang dijual" merupakan prioritas terakhir dari seluruh item pernyataan yang dipersepsikan responden berkaitan dengan variabel produk.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel harga menjadi salah satu elemen penting setiap orang sebagai bahan pertimbangan, sebelum melakukan pembelian yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, produk makanan ringan atau camilan yang dijual dan ditawarkan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky kepada responden harganya terjangkau, harga yang dibayarkan responden untuk membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky sebanding dengan

kualitas produk yang diperoleh, dan Responden yang membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dalam jumlah tertentu akan mendapatkan potongan harga atau diskon sesuai dengan syarat yang telah ditentukan, harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis, sehingga responden tidak merasa keberatan untuk membeli produk makanan ringan atau camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dan harga yang diterapkan pada tiap produknya direspon positif oleh responden. sehingga dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis tentang variabel saluran distribusi menunjukkan bahwa, saluran distribusi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Hasil Penelitian ini, inkonsistensi atau berseberangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh, Wijaya (2013), Prasetya dan Widyawati (2016), Rosyida dan Widyawati (2016), Bahtiar dan Rahardja (2017), Husani dan Ali (2017) yang menyatakan bahwa saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun hasil penelitian ini mendukung atau sejalan dengan riset Abubakar (2015) yang menyatakan bahwa saluran distribusi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Mursid (2014:85) dan Bangsawan (2015:44) "Saluran distribusi merupakan salah satu bentuk kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, dilakukan oleh seperangkat atau sekelompok organisasi yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi konsumen atau pengguna *industrial*". Dalam riset ini, kurangnya armada penjualan membuat produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky tidak dapat terdistribusi atau tersalurkan dengan baik, sehingga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky hanya tersedia di beberapa tempat tertentu saja atau ruang lingkup pemasaran produknya kurang luas, wilayah pemasaran produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, masih berbasis di lingkungan sekitar saja, utamanya di daerah sekitar Desa Jatigono dan tidak mencakup atau menjangkau beberapa wilayah potensial lainnya, dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian karena saluran distribusi merupakan proses yang memungkinkan suatu produk dapat tersedia bagi konsumen, sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dari seluruh indikator pernyataan tentang variabel saluran distribusi yang dipersepsikan responden, prioritas utama responden ada pada pernyataan "Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mudah diperoleh". Pernyataan tentang "Lokasi *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mudah dijangkau" merupakan prioritas kedua. Sedangkan persepsi responden pada pernyataan "Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky selalu tersedia saat dibutuhkan" merupakan prioritas terakhir dari seluruh item pernyataan yang dipersepsikan responden berkaitan dengan variabel saluran distribusi.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel saluran distribusi menjadi salah satu elemen penting bagi setiap orang sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian pada produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Minat masyarakat terhadap produk camilan yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor saluran distribusi, namun berbeda dengan hasil penelitian ini, saluran distribusi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky tidak mudah diperoleh bagi sebagian besar responden yang bertempat tinggal di luar Desa Jatigono, dan lokasi pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky tidak mudah dijangkau bagi sebagian besar responden yang telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, serta beberapa produk makanan ringan atau camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky di waktu tertentu tidak selalu tersedia saat dibutuhkan oleh responden, sehingga saluran distribusi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Produk, Harga, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa produk, harga dan saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan atau camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiawati (2012), Wijaya (2013), Abubakar (2015), Sari dan Yuniati (2016), Prasetya dan Widyawati (2016), Rosyida dan Widyawati (2016), Amrullah dan Agustin (2016), Bahtiar dan Rahardja (2017), Anggita dan Ali (2017), Husani dan Ali (2017), Prasetyo dan Purwantini (2017) yang menunjukkan bahwa produk, harga, dan saluran distribusi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh William J. Stanton (1991) dalam Sunyoto (2015:191) "Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk

merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan memberikan informasi bahwa produk, harga, dan saluran distribusi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian pada produk makanan ringan atau camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap indikator pernyataan tentang variabel keputusan pembelian. Prioritas utama responden ada pada pernyataan “Saya membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky karena dibutuhkan”. Hasil tanggapan responden pada pernyataan “Sebelum membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, saya mencari informasi terlebih dahulu” merupakan prioritas kedua responden. Persepsi responden pada pernyataan “Sebelum membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, saya melakukan perbandingan terlebih dahulu” merupakan prioritas ketiga yang dipersepsikan responden. Jumlah responden yang mempersepsikan pernyataan “Setelah memperoleh informasi dan melakukan perbandingan dengan produk lain yang sejenis, saya membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky”, lebih sedikit jika dibandingkan dengan pernyataan yang menjadi prioritas pertama, kedua dan ketiga. Sedangkan persepsi responden pada pernyataan “Setelah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, saya akan mengkonsumsi produk tersebut” merupakan prioritas terakhir dari seluruh item pernyataan yang dipersepsikan responden berkaitan dengan variabel keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa minat masyarakat terhadap produk makanan ringan atau camilan yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: produk, harga dan saluran distribusi, karena sebagian besar masyarakat menginginkan produk makanan ringan atau camilan yang mudah diperoleh, lokasinya mudah dijangkau, dan selalu tersedia saat dibutuhkan serta memiliki beberapa variasi produk atau macam-macam produk dengan rasa yang enak sesuai selera setiap orang dan berkemasan menarik, dijual dengan harga terjangkau atau mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis, dan sesuai dengan kualitas produknya atau sebanding antara harga yang dibayarkan dengan produk yang diperoleh, serta adanya potongan harga atau diskon setiap pembelian produk dalam jumlah atau syarat tertentu yang diberikan, akan semakin meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, sehingga dapat disimpulkan bahwa produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. 2015. *Pengaruh bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh*. ISSN 1411-5247, 4(52).
- Adisaputro, G. 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (Cetakan ke). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn.
- Amrullah, A. R. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Jurnal Ilmiah Manajemen, ISSN: 2461-0593, 5(7), 1–14.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi* (Cetakan ke). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Atmaja. 2009. *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Bahtiar, A., & Rahardja, E. 2017. *Pengaruh Brand Equity , Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Pada Vape Store 5 Time)*. Diponegoro Journal Ofmanagement. ISSN: 2337-3792, 6, 1–10.
- Bangsawan, S. 2015. *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil, Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel* (Cetakan-1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. 2017. *The Influence of Quality Products , Price , Promotion , and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT . Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. Saudi Journal of Business and Management Studies, ISSN 2415-6663, 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Budiawati, H. 2012. *Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap*. Jurnal WIGA, ISSN NO 2088-0944 29, 2(2), 29–44.
- Hana Catur ahyuni, wiwik S. dan M. K. 2015. *Pengendalian Kualitas, Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur dengan Lean, Six Sigma dan Servqual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Manap, H. A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, Y. A. 2011. *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*(Edisi Ke T). Jakarta: Airlangga.
- Prasetya, I. S., & Widyawati, N. 2016. *Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593, 5(7), 1–15.
- Prasetyo, E. T., & Purwantini, S. 2017. *An Influence Analysis Of Product Quality , Brand Image , And Price On The*

- Decision To Buy Toshiba Laptop (A Study On Students Of Economics Faculty Of Semarang University).* P-ISSN: 2580-6084; E-ISSN: 2580-8079 11, 1(2), 11–18.
- Rizza Anggita, H. A. 2017. *The Influence of Product Quality , Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT . Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta , South Tangerang District).* Scholars Bulletin, ISSN 2412-9771, 261–272. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Rosyida, A. F. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.* Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593, 5.
- Santoso. 2012. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sari, F. P. 2016. *Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.* Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593, 5.
- Setiadi, N. J. 2013. *Edisi Revisi, Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rizky. 2018. *Struktur Saluran Distribusi Produk Home Industry Aneka Camilan Lumajang:* Home Industri Aneka Camilan Rizki.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran, Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen.* Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. 2015. *Strategi Pemasaran, konsep memenangkan persaingan bisnis dan menarik keberhasilan strategi menarik konsumen.* Jakarta: CAPS.:
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi-4, Promosi,Iklan,Media Sosial,Kompetitif,Market,Distribusi,Pelanggan,Pasar,Branding,Produk,Harga* (Edisi 4). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Top Brand Index, Kategori Makanan Ringan. 2017. Top Brand Award. Retrieved from <http://www.topbrand-award.com>
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua.* Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada.
- Widarjono, A. 2015. *Analisis Multivariat Terapan, Dengan Program Spss, Amos, dan Smartpls.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya, M. H. P. 2013. *Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado.* Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174, 1(4), 105–114.

Analisis Kelayakan Finansial Investasi Peternakan Ayam Potong di Kabupaten Lumajang

Hesti Irmanta¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: irmantahesti25@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi keputusan investasi dalam dunia peternakan khususnya peternakan ayam potong di Kabupaten Lumajang. Data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, data primer adalah data perencanaan investasi dan data estimasi *cash flow* pada periode yang akan datang, sedangkan data sekunder adalah data keuangan yang meliputi buku produksi, buku penjualan dan lain-lain. Penelitian ini tidak membutuhkan sampel, karena jenis penelitian ini studi kasus. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah DPP. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti diperoleh bahwa investasi dalam peternakan ayam potong di kabupaten Lumajang layak untuk dijalankan. Dari sudut pandang manajemen perusahaan, investasi pembuatan kandang ayam potong cukup menarik karena tingkat DPP mencapai 0,518 atau sekitar 6 bulan 6 hari untuk dapat mengembalikan nilai investasi awal proyek.

Kata kunci: investasi, peternakan, DPP

Abstract

This study aims to provide recommendations on investment decisions in the world of poultry farms, especially chicken farms in Lumajang District. Data of this research use primary data and secondary data, primary data is investment planning data and cash flow estimation data in the coming period, while secondary data is financial data covering production book, sales book and others. This study does not require samples, because this type of study is case study. The analysis method used in this research is DPP. Based on the results of research that has been done by researchers found that investment in chicken farms in Lumajang district is feasible to run. From a corporate management point of view, investment in making chicken coops is interesting because the DPP level reaches 0.518 or about 6 months 6 days to be able to return the initial investment value of the project.

Keyword :Investment, poultry , DPP.

PENDAHULUAN

Tujuan umum bagi sebuah perusahaan adalah memaksimalkan laba. Namun berdasarkan perspektif keuangan tujuan perusahaan bukanlah untuk memaksimalkan laba. Para pakar keuangan korporasi sepakat bahwasanya tujuan sebuah perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham (stock holder's wealth) atau memaksimalkan nilai perusahaan (value of the firm). Perumusan maksimasi kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan sebagai tujuan pada akhirnya akan memudahkan pengukuran kinerja suatu perusahaan. Bila mana harga saham suatu perusahaan memiliki trend yang meningkat dalam jangka panjang, hal ini merupakan suatu indikator bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik. Meningkatnya harga saham mencerminkan kepercayaan pasar akan baiknya prospek perusahaan bersangkutan pada masa akan datang.

Suatu rencana investasi perlu dianalisis secara seksama. Analisis rencana investasi pada dasarnya merupakan penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (baik besar atau kecil) dapat dilaksanakan dengan berhasil, atau suatu metode penajakkan dari suatu gagasan usaha/bisnis tentang kemungkinan layak atau tidaknya gagasan usaha/bisnis tersebut dilaksanakan.

Dunia peternakan merupakan salah satu bidang yang cukup bagus untuk dilirik untuk berinvestasi. Khususnya peternakan ayam potong yang perkembangannya tiap tahun selalu meningkat. Ayam potong adalah jenis usaha peternakan ayam yang paling unggul di bidangnya. Di tahun 2013 produksi daging ayam mencapai 1,7 juta ton, dimana 16% berasal dari daging ayam lokal dan 84% berasal dari daging ayam ras (Data Kementan, 2014). Ini artinya, kontribusi produksi daging ayam terhadap total produksi daging nasional mencapai 62,56% (Poultry Indonesia, 2014). Sebuah jumlah produksi yang cukup tinggi.

Peternakan ayam potong ini khususnya di Kabupaten Lumajang termasuk termasuk jenis usaha yang mudah sekali kita temui. Karena mata pencaharian utama penduduk Lumajang yang petani, peternakan ada di posisi kedua setelah pertanian. Tidak sulit untuk menemukan banyak peternakan ayam potong di tepi-tepi jalan raya pedesaan di Kabupaten Lumajang. Dan peternakan ini sangat menjanjikan hasilnya apabila kita mampu mengatur laba yang diinginkan dengan meminimalisir risiko terjadinya gagal panen. Proyek investasi dalam bidang peternakan ini juga memerlukan dana yang besar dan akan mempengaruhi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu dilakukan perencanaan investasi yang lebih teliti agar tidak terlanjur menanamkan investasi pada proyek yang tidak menguntungkan. Sehingga peneliti ingin meneliti kelayakan finansial investasi peternakan ayam potong yang ada di Kabupaten Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Penganggaran Modal

Penganggaran modal (capital budgeting) adalah sebuah proses pengambilan keputusan oleh manajemen atas kegiatan yang akan memberikan tingkat pengembalian investasi (return on investment) lebih dari satu tahun. Penganggaran modal umumnya melibatkan kegiatan pengambilan keputusan untuk pengadaan aset tetap yang memiliki masamanfaat lebih dari satu tahun. Penganggaran modal hanya memfokuskan pada kegiatan-kegiatan yang memiliki jangka waktu pelaksanaan lebih dari satu tahun.

Menurut James C. Van Horne (2004:324) penganggaran modal adalah proses mengidentifikasi, menganalisa, dan memilih proyek investasi yang pengembaliannya (arus kas) diharapkan lebih dari satu tahun.

Menurut Keown Arthur (2005:306) penganggaran modal adalah proses pembuatan keputusan investasi pada aset tetap. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, penganggaran modal atau capital budgeting adalah proses kegiatan yang mencakup seluruh aktivitas perencanaan penggunaan dana dengan tujuan untuk memperoleh manfaat (benefit) pada waktu yang akan datang. Penganggaran modal berkaitan dengan penilaian aktivitas investasi yang diusulkan. Aktivitas suatu investasi ditujukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan selama periode tertentu di waktu yang akan datang, yang mempunyai titik awal (kapan investasi dilaksanakan) dan titik akhir (kapan investasi akan berakhir).

Peranan Penganggaran Modal

Penganggaran modal berisikan perencanaan investasi secara menyeluruh yang sering kali disebut dengan istilah "proyek". Peranan penganggaran modal terhadap suatu proyek yang direncanakan dapat membawa pengaruh besar terhadap kinerja proyek dalam mencapai sejumlah tujuan yang diproyeksikan. Hal ini akan membawa dampak terhadap kelangsungan hidup dan stabilitas perusahaan di masa yang akan datang (Lukviarman, 2006:196).

Penganggaran modal menjadi sangat penting jika dilihat bahwasanya keputusan dari penganggaran modal akan berpengaruh pada jangka waktu yang lama. Sehingga kesalahan yang terjadi dalam proses pengambilan keputusan jangka panjang akan mempengaruhi fleksibilitas perusahaan. Penganggaran modal yang efektif akan menaikkan ketepatan waktu dan kualitas dari penambahan aktiva. Penganggaran modal dalam kaitannya dengan investasi sebuah perusahaan menjadi sangat penting untuk pengambilan keputusan strategis dalam mencapai tujuan perusahaan

Proses Keputusan Penganggaran Modal

Sundjaja dan Barlian (2004:147) mengemukakan ada beberapa langkah dalam proses penganggaran modal yang saling berhubungan yang digunakan untuk mengevaluasi dan menyeleksi investasi jangka panjang, antara lain:

Pembuatan Proposal

Dibuat oleh orang dari berbagai tingkat organisasi dalam perusahaan, untuk menstimulasi ide sehingga dapat dilakukan penghematan. Banyak perusahaan yang menawarkan hadiah (reward) berupa uang kepada karyawan yang proposalnya diterima. Biasanya proposal dievaluasi oleh tingkat yang lebih tinggi kedudukannya dalam organisasi. Proposal dengan biaya yang besar memerlukan penelitian yang cermat dibandingkan dengan biayanya yang lebih kecil.

Meninjau Kembali dan Menganalisa

Biasanya pengeluaran modal ditinjau kembali untuk menilai kesesuaian dengan tujuan perusahaan dan rencana serta yang terutama untuk mengevaluasi validitas ekonominya. Ringkasan laporan dan rekomendasi biasanya juga dibuat untuk disampaikan kepada pengambil keputusan.

Pembuatan Keputusan

Besarnya uang dan tingkat kepentingan pengeluaran modal menentukan pada tingkat mana pengambilan keputusan dibuat. Biasanya pendelegasian otoritas pengeluaran modal didasarkan jumlah uang tertentu. Misalnya pengeluaran jumlah uang besar ditentukan oleh dewan direksi tetapi

yang jumlahnya kecil pada tingkat organisasi dibawahnya atau pengeluaran yang menyangkut jalannya proses produksi walau pun jumlahnya besar dapat ditentukan oleh manajer pabrik.

Pelaksanaan

Jika proposal sudah disetujui dan dana telah tersedia maka proses pelaksanaan dimulai, dalam hal:

Pengeluaran jumlah kecil – pelaksanaan sesuai prosedur yang rutin.

Pengeluaran jumlah besar – pengawasan dibutuhkan untuk memastikan usulan proyek dan disetujui bila sesuai dengan anggaran.

Sedangkan menurut Sundjaja dan Berlian (2004:151) pendekatan dalam pengambilan keputusan penganggaran modal adalah:

Pendekatan Terima – Tolak

Evaluasi terhadap proposal pengeluaran modal untuk menentukan apakah dapat memenuhi kriteria penerimaan minimum dari perusahaan. Pendekatan ini dapat digunakan jika perusahaan mempunyai dana yang tidak terbatas, atau sebagai awal dalam mengevaluasi suatu proyek yang bersaing meniadakan atau pada keadaan dimana modal harus di distribusikan. Pada kasus ini hanya proyek yang diterima saja yang dipertimbangkan.

Pendekatan Peringkat

Mengurutkan proyek melalui pengeluaran modal proyek dengan suatu dasar ukuran seperti tingkat pengembalian.proyek dengan pengembalian yang tinggi diperingkat pertama dan proyek dengan pengembalian yang rendah diperingkat terakhir.

Keputusan Keuangan

Pada dasarnya nilai atau kekayaan yang maksimum dapat diperoleh bila manajemen dapat mengendalikan dua hal, hasil yang maksimum pada tingkat risiko yang minimum dan dapat diperhitungkan. Semakin tinggi hasilnya, semakin tinggi nilainya. Tentu perusahaan tidak menghilangkan risiko seratus persen, karena setiap usaha selalu mengandung risiko. Namun manajemen bisa meminimalisasi sampai ketinggian rendah sehingga nilai perusahaan bisa mencapai maksimum (Djohanputro,2008:10).

Pada intinya terdapat lima kelompok keputusan dalam bidang keuangan untuk mencapai hasil maksimum dengan risiko yang minimum. Kelima keputusan tersebut adalah:

Keputusan investasi jangka panjang

Keputusan investasi jangka panjang berkaitan dengan pengembangan fasilitas dan usaha sehingga kemampuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan semakin tinggi. Yang termasuk dalam keputusan ini antara lain: pendirian anak perusahaan baru, pengembangan lini produk baru, pengembangan pasar, penambahan kapasitas mesin untuk produksi, penggantian fasilitas produksi dan operasi, dan sebagainya.

Ciri-ciri bahwa keputusan keuangan perusahaan termasuk dalam kategori investasi adalah: bertujuan menambahkan fasilitas atau memperbesar usaha, barang hasil investas tersebut bukan untuk diperjual-belikan tetapi untuk beroperasi atau memproduksi, melibatkan uang dengan jumlah besar, umur ekonomis barang tersebut panjang.

Salah satu bentuk investasi berupa keputusan investasi eksternalitas dalam rangka mengatasi isu-isu yang timbul di masyarakat di luar perusahaan sebagai akibat kehadiran perusahaan di lingkungan tersebut. Isu tersebut bisa menimbulkan manfaat (benefit) dan biaya (cost) bagi masyarakat.

Keputusan investasi jangka pendek

Keputusan investasi jangka pendek merupakan keputusan sehari-hari mengenai keuangan perusahaan. Hal ini berkaitan dengan keputusan modal kerja, yang mencakup masalah pengelolaan uang kas dan setara dengan kas, investasi yang sifatnya sementara, piutang dagang dan persediaan. Keputusan operasional berkaitan dengan optimasi jumlah modal kerja. Apabila terlalu sedikit, operasi perusahaan akan terganggu. Sebaliknya, bila terlalu banyak maka akan terjadi uang menganggur. Karena uang tersebut datang dari pinjaman, dan perusahaan menanggung beban biaya pinjaman, maka kinerja keuangan akan menurun.

Keputusan pendanaan jangka panjang

Keputusan pendanaan jangka panjang berkaitan dengan upaya pemenuhan dan jangka panjang untuk keperluan investasi. Keputusan pendaan berkaitan dengan empat aspek utama: besarnya dan jangka panjang yang diperlukan, jenis dana jangka panjang yang dapat diperoleh perusahaan, sumber dari masing-masing jenis dana tersebut dan komposisi dana yang terbaik.

Kekurangan dana jangka panjang menyulitkan perusahaan untuk mengembangkan investasi. Sebaliknya, kelebihan dana menyebabkan perusahaan overliquid dan berdampak menurunkan kinerja keuangan perusahaan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan dapat mengembangkan berbagai jenis dana, misalnya setoran modal oleh pemilik dan pinjaman jangka panjang dari bank. Di luar kedua jenis modal tersebut, ada beberapa jenis modal lain yang dapat dicari dari berbagai sumber.

Keputusan pendanaan jangka pendek

Keputusan pendanaan jangka pendek menyangkut ketersediaan dana jangka pendek, yang harus dikembalikan kepada peminjam dalam tempo maksimum satu tahun. Yang termasuk keputusan ini adalah penetapan hutang dagang, pinjaman jangka pendek dan komponen lain dari kewajiban-kewajiban jangka pendek.

Pada prinsipnya, keputusan ini terkait dengan keperluan jangka pendek perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek. Hal ini terjadi karena: perusahaan kekurangan uang karena uang masih tertanam dalam bentuk lain, seperti piutang. Atau terjadi mismatch antara arus kas keluar dengan arus kas masuk, atau perusahaan mengalami likuidasi. Pada waktu perusahaan akan memutuskan apakah perlu memanfaatkan dana jangka pendek dari pihak lain atau tidak, dasar pertimbangan utamanya adalah:

Apakah perusahaan mengalami kekurangan dana yang bersifat sementara? Bila ya, pendanaan jangka pendek sesuai; tetapi jika kebutuhannya adalah jangka panjang, sebaiknya menggunakan dana jangka panjang.

Apakah biaya dari dana tersebut lebih rendah dari manfaatnya? Bila ya, dana tersebut perlu dipertimbangkan untuk dimanfaatkan.

Keputusan pengembalian hasil pada investor

Keputusan pengembalian hasil kepada investor berkaitan dengan berapa besar pemegang saham menikmati hasil investasinya berupa saham atau kepemilikan perusahaan. Bentuk pengembalian ke pemegang saham paling dikenal berupa dividen. Perusahaan, atas persetujuan pemegang saham, harus menentukan kapan dividen akan dibagikan dan dalam bentuk apa. Selama pemegang saham mempertahankan sahamnya dan tidak menjualnya, satu-satunya penerimaan pemegang saham dari perusahaan adalah dividen. Oleh karena itu, keputusan mengenai dividen begitu penting bagi manajemen untuk menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mencapai kinerja dengan baik dan mengembalikan hasil tersebut kepada pemilik perusahaan.

Investasi

Investasi menurut Lukviarman (2006:186) merupakan sebuah pengorbanan dari beberapa nilai sekarang (certain present value) untuk nilai yang akan datang (future value) yang belum bisa dijamin kepastiannya. Investasi juga dapat diartikan aktivitas penanaman dana saat ini yang diharapkan pengembaliannya di masa yang akan datang, untuk mengkompensasi dana yang telah ditanam tersebut untuk periode tertentu. Sedangkan tujuan investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang dari aktivitas yang dilakukan saat ini. Keuntungan akan diperoleh melalui aktivitas investasi yang dilakukan dengan mengorbankan sejumlah dana pada saat ini, dengan harapan pengembalian sejumlah tertentu di masa yang akan datang.

Menurut Djumino, Nurman dan Harahap (2009) investasi dikelompokkan menjadi investasi jangka pendek dan investasi jangka panjang. Di mana batas investasi jangka pendek berumur kurang dari satu tahun, sedangkan investasi jangka panjang berumur lebih dari satu tahun. Investasi merupakan dana yang dikeluarkan untuk mendapatkan aktiva tetap yang akan digunakan perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya (Ahmad Subagyo:2007).

Abdul Halim (2005) mengatakan bahwa investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan yang diperoleh karena harga jual lebih tinggi dari pada harga perolehan (capital gain). Selain kemungkinan diperolehnya keuntungan modal, seorang investor juga berpotensi mengalami kerugian modal (capital loss) yaitu suatu situasi di mana harga jual aset atau sekuritas yang dimiliki lebih rendah dari pada harga perolehan.

Jadi, investasi merupakan pengeluaran biaya atau dana pada saat sekarang dan diharapkan mendapatkan pengembalian yang diharapkan pada masa yang akan datang.

Pembuatan Keputusan Investasi

Menurut Brealey dan Myers (2000:100) ada tiga topik penting yang perlu dibahas terlebih dahulu untuk menggunakan metode NPV, yaitu: (1) menentukan arus kas yang akan didiskontokan, (2) menentukan aturan penggunaan metode NPV dengan mempertimbangkan interaksi antar proposal investasi, (3) mempertimbangkan prosedur pemilihan alternatif proposal investasi dalam sebuah portofolio optimal jika hal tersebut dimungkinkan mengingat keterbatasan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan.

Penentuan arus kas yang didiskontokan

Untuk mendiskontokan penerimaan pada masa yang akan datang, arus kas adalah satu-satunya perhitungan penerimaan yang layak untuk didiskontokan. Estimasi arus kas selalu pada basis incremental. Harus ada konsistensi perlakuan terhadap inflasi dari periode ke periode yang dianalisis. Komponen-komponen arus kas yang perlu dipertimbangkan adalah:

Opportunity Cost, biaya peluang merupakan peluang penerimaan yang mungkin diperoleh perusahaan jika sumber yang bersangkutan dijual karena proyek yang menggunakan sumber tersebut tidak fisibel atau ditangguhkan.

Net Working Capital, modal kerja bersih merupakan kebutuhan perusahaan untuk mengoperasikan usaha dalam jangka pendek. Komponen modal kerja bersih adalah: kas, piutang, persediaan bahan baku maupun barang jadi. Secara umum modal kerja bersih merupakan selisih antara aktiva lancar terhadap utang lancar.

Perlu diperhatikan dengan alokasi biaya pabrikasi, sebab biaya ini sangat tergantung kepada sistem akuntansi yang digunakan oleh para akuntan perusahaan. Visi para akuntan agak berbeda dengan visi analisis investasi dalam beberapa hal. Secara prinsip, dalam penganggaran modal yang dianggap arus kas adalah hanya memperhitungkan pengeluaran tambahan tunai yang riil dan bukan alokasi.

Hal penting yang perlu diperhatikan dalam mengestimasi arus kas bahwa polanya dapat dipengaruhi oleh: (a) pola penerimaan piutang dari pelanggan debitur, (b) metode penilaian persediaan yang digunakan, (c) pola pembayaran hutang kepada supplier.

Interaksi antar proposal investasi

Beberapa kasus yang mungkin terjadi sehubungan dengan interaksi antar proposal, yaitu:

Ketepatan Penjadwalan Investasi

Sebuah proposal investasi yang menghasilkan NPV positif tidak selalu berarti bahwa keputusan melakukan investasi terhadap proyek itu terbaik untuk saat sekarang. Bisa terjadi bahwa proyek itu lebih bernilai jika dilaksanakan pada periode yang akan datang. Demikian pula, proyek yang menghasilkan NPV negatif bisa lebih bernilai jika dilaksanakan pada periode yang akan datang. Proyek-proyek jenis ini memiliki dua alternatif proyek yang bersifat saling meniadakan (*mutually exclusive*): dilakukan sekarang atau pada periode mendatang. Persoalan penjadwalan yang tepat untuk melaksanakan investasi dapat diatasi dengan mudah jika estimasi-estimasi arus kas bisa diketahui dengan pasti.

Pemilihan Antara Aset Berumur Panjang dan Berumur Pendek

Dasar pemilihan aset-aset tersebut adalah penghasilan dan pembiayaan (khususnya biaya operasional dan biaya pembelian peralatan). Aset berumur ekonomis yang lebih panjang dengan harga beli yang lebih mahal bisa lebih menguntungkan atau lebih merugikan dibandingkan dengan aset yang berumur ekonomis pendek.

Keputusan untuk Pergantian Mesin

Membuat keputusan untuk mengganti mesin lama yang telah memenuhi efisiensi pasar operasi atau kapasitas produksi yang tidak dicukupi kebutuhannya, juga menghadapi persoalan, yaitu: dilaksanakan sekarang atau pada periode yang akan datang. Estimasi nilai residu mesin lama juga dianggap arus kas oportunitas yang perlu dipertimbangkan. Keputusan pergantian mesin juga bisa melibatkan alternatif mesin pada berbagai kapasitas dan harga pembelian.

Biaya Kapasitas yang Berlebih

Kadangkala perusahaan menginstal peralatan (mesin atau komputer) pada kapasitas yang berlebih pada saat awal. Kemudian sesuai dengan berjalannya waktu, beban peralatan akan tidak mencukupi mengingat adanya percepatan teknologi yang mengikuti.

Fluktuasi Load Factor

Beban kerja pada umumnya mengikuti fluktuasi permintaan. Maka perlu ditentukan beban kerja puncak sesuai dengan estimasi permintaan maksimum. Dengan diketahuinya fluktuasi beban kerja, dapat dipilih suatu kombinasi peralatan yang optimal, sehingga penyimpanan di bawah atau di atas kapasitas menjadi minimal.

Pemilihan alternatif investasi pada sumber-sumber yang terbatas

Pemilihan beberapa alternatif investasi dapat dilakukan walaupun dengan keterbatasan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, sehingga tidak seluruh alternatif proyek dilakukan seluruhnya. Pada kondisi semacam ini, teknik *Capital Rationing* dapat menjawab permasalahan. Lukviarman (2006:228) mengatakan *capital rationing* diartikan sebagai suatu keadaan di mana investasi aktiva tetap dibatasi oleh ketersediaan dana yang dapat diinvestasikan pada suatu periode tertentu. Melalui *capital rationing* perusahaan mencoba untuk mencari usulan investasi yang memberikan tingkat keuntungan yang paling besar dari berbagai alternatif yang tersedia.

Gitosudarmono dan Basri (2002:153) menjelaskan bahwa perlu diperhatikan sifat dari berbagai investasi satu sama lain apakah investasi mempunyai sifat yang dependen (*saling terikat dan berkesinambungan*) dengan investasi yang lain atau sifat *mutually exclusive* (*saling mengecualikan*) antara investasi yang satu dengan investasi yang lain. Apabila suatu investasi mempunyai sifat dependen berarti investasi-investasi yang terkait dengan investasi itu semuanya harus dilaksanakan karena merupakan rangkaian yang berkesinambungan dan terkait. Tetapi bila suatu investasi

mempunyai sifat mutually exclusive dengan investasi lain berarti dilaksanakan salah satu saja dari beberapa investasi yang berkaitan dengan sifat tersebut.

Jika keterbatasan dana menjadi sangat ketat, maka fungsi tujuan optimasi memaksimalkan total NPV bisa menjadi bias. Hambatan yang ada antara perusahaan dengan pasar modal tidak melemahkan NPV selama hambatannya hanya persoalan ketidaksempurnaan pasar modal. Metode NPV akan menjadi lemah sebagai keputusan investasi jika ketidaksempurnaan pasar modal menghambat pilihan portofolio pemegang saham.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menganalisis kelayakan investasi yang akan dilakukan dalam membuka kandang peternakan ayam potong baru. Umur ekonomis kandang dihitung 5 tahun.

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder, data primer adalah data perencanaan investasi, data estimasi cash flow pada periode yang akan datang sedangkan data sekunder adalah data keuangan yang meliputi buku produksi, buku penjualan dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini tidak dibutuhkan sampel, karena jenis penelitian ini adalah studi kasus. Tujuan utama penelitian ini adalah memberikan rekomendasi keputusan investasi yang dilakukan calon peternak untuk membuat kandang baru.

Analisa Data

Metode analisis yang digunakan adalah DPP, mengingat analisis ini dilakukan untuk mengetahui waktu dari pengembalian investasi yang telah dilakukan.

Metode Discounted Payback Period

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2002:142) untuk mengatasi salah satu kelemahan pada metode payback period yaitu tidak memperhitungkan time value of money atau faktor diskonto, maka timbul metode discounted payback period. Metode ini memperhitungkan time value of money atau faktor diskonto terhadap proceeds yang akan didapat pada waktu yang akan datang, sehingga periode waktu pengumpulan kembali dan yang diinvestasikan didasarkan pada proceeds yang sudah didiskontokan. Kriteria yang digunakan adalah menerima proyek jika Discounted Payback Period lebih pendek dari periode maksimum yang ditetapkan perusahaan. Dalam hal ini, periode maksimum adalah 2 tahun, sesuai dengan umur ekonomis proyek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Peternakan Ayam Potong

Peternakan ayam potong di Kabupaten Lumajang terbilang cukup menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya jumlah perusahaan peternakan yang melebarkan sayapnya untuk menjadi mitra para peternak ayam potong. Mulai dari DOC (Day Old Chick), pangan, obat-obatan, vitamin sampai membantu proses penjualan ayam potong milik peternak.

Ayam broiler atau yang disebut juga ayam ras pedaging (broiler) adalah jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam broiler yang merupakan hasil perkawinan silang dan sistem berkelanjutan sehingga mutu genetiknya bisa dikatakan baik. Mutu genetik yang baik akan muncul secara maksimal apabila ayam tersebut diberi faktor lingkungan yang mendukung, misalnya pakan yang berkualitas tinggi, sistem perkandangan yang baik, serta perawatan kesehatan dan pencegahan penyakit.

Ayam broiler merupakan ternak yang paling ekonomis bila dibandingkan dengan ternak lain, kelebihan yang dimiliki adalah kecepatan pertumbuhan/produksi daging dalam waktu yang relatif cepat dan singkat atau sekitar 4 - 5 minggu produksi daging sudah dapat dipasarkan atau dikonsumsi. Keunggulan ayam broiler antara lain pertumbuhannya yang sangat cepat dengan bobot badan yang tinggi dalam waktu yang relatif pendek, konversi pakan kecil, siap dipotong pada usia muda serta menghasilkan kualitas daging berserat lunak. Perkembangan yang pesat dari ayam ras pedaging ini juga merupakan upaya penanganan untuk mengimbangi kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam. Perkembangan tersebut didukung oleh semakin kuatnya industri hilir seperti perusahaan pembibitan (Breeding Farm) yang memproduksi berbagai jenis strain.

Ayam broiler atau ayam ras pedaging ternyata memiliki sejarah yang cukup panjang. Jaman dahulu sebelum peternakan ayam pedaging berkembang, broiler adalah ayam jantan muda (cockerel) yang diafkir dari peternakan. Breeding nya sendiri dimulai sekitar tahun 1916. Broiler berasal dari hasil persilangan pejantan bangsa Cornish (ayam kelas Inggris yang punya karakteristik tubuh besar,

persentase otot dada yang tinggi) serta ayam Plymouth Rocks putih betina (ayam yang memiliki karakteristik tulang besar).Daging ayam hasil persilangan ini mulai diperkenalkan pada tahun 1930an dan menjadi populer pada 1960an.

Tahun 1800an – 1900an

Eropa dan Amerika unggas dipelihara pada skala rumah tangga (sistem backyard farming), ayam hidup dan telur ayam digunakan untuk mencukupi kebutuhan keluarga dan kelebihannya dijual ke tetangga.

Tahun 1920an – 1930an

Merupakan awal dari produksi ayam broiler.Tingginya permintaan telur menyebabkan lebih banyak ayam petelur yang dipelihara sehingga ada kelebihan jumlah ayam jantan.Petani menjual kelebihan ayam jantan tersebut sebagai unggas penghasil daging.Selanjutnya terjadi peningkatan permintaan ayam pedaging.Petani menyadari bahwa sebagian jenis ayam sesuai untuk menghasilkan telur sedangkan lainnya sesuai sebagai penghasil daging sehingga ayam dipelihara dengan single purpose, yaitu sebagai penghasil telur saja (layer) atau daging saja (broiler) sehingga produksinya lebih terfokus dan efisien.Ayam dual purpose kurang populer karena produksinya sedang.Telur dan ayam dijual di pasar lokal.

Tahun 1940an

Seleksi genetik, peningkatan nutrisi, ilmu kesehatan hewan, dan kontrol lingkungan mulai diperhatikan pada tahun 1940an untuk meningkatkan performans broiler.Pada tahun 1945, pengusaha Amerika pemilik Atlantik & Pacific Tea Company menyelenggarakan kontes bertema "Chicken of Tomorrow".Babak kualifikasi berlangsung pada tahun 1946 – 1947, sedangkan final pada tahun 1948. Penilaian broiler berdasarkan pada beberapa faktor, antara lain laju pertumbuhan, konversi ransum, produksi daging dada dan paha. Pembibit yang unggul dalam kontes tersebut antara lain Peterson, Vantress, Cobb, Hubbard, Pilch, dan Arbor Acres.Seleksi dilakukan secara sederhana melalui metode mass selection berdasarkan karakteristik individu saja, yaitu dengan memilih ayam jantan dan betina dengan bobot terbesar.Sekitar 20 – 40% sifat dapat terkontrol dengan seleksi sederhana ini.

Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) mengembangkan sistem penilaian karkas (carcass grading) broiler pada tahun 1949 dengan tujuan untuk membantu konsumen mengetahui kualitas karkas dan menetapkan standar yang harus dicapai peternak.

Tahun 1950an - 1960an

Industri ayam broiler mengembangkan semua aspek produksi, pemrosesan, maupun pemasaran sehingga hasilnya lebih efisien dan menguntungkan. Strategi pemasaran ditunjang dengan TV dan media massa untuk mempromosikan konsumsi daging ayam, kalkun, dan telur. National Broiler Council didirikan pada tahun 1954 untuk menstimulasi permintaan konsumen, namanya diganti menjadi National Chicken Council pada tahun 1990.Inspeksi atas industri broiler dilakukan secara mandatoris oleh Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) mulai tahun 1959.

Tahun 1970an

Produksi ayam broiler modern semakin berkembang pada tahun 1970an, penelitian mulai banyak dilakukan, banyak penemuan baru mengenai nutrisi, program penanganan penyakit dan teknologi.Kontributor yang penting pada era tersebut adalah mekanisasi processing dan teknologi otomatis.Peningkatan permintaan terhadap daging ayam broiler sangat pesat pada tahun 1980an, daging ayam dianggap sebagai sumber protein hewani yang menyehatkan dan murah jika dibandingkan dengan daging komoditas ternak lainnya. Konsumen memilih ayam yang dijual dalam bentuk potongan (cut up chicken) karena lebih praktis. Daging ayam beku siap olah mulai populer pada era ini. Berbagai restoran makanan cepat saji (fast food) berbahan baku ayam mulai berkembang, berkompetisi dengan restoran ternama seperti Mc Donald's dan KFC. Konsumsi daging ayam di Amerika Serikat pada tahun 1992 melebihi daging sapi.

Tahun 1980an - 1990an

Sistem seleksi di tingkat broiler pembibit juga mulai berkembang pada tahun 1980an – 1990an. Teori indeks seleksi berdasarkan performans keluarga yang dilakukan pada tahun 1970an dikembangkan menjadi metode seleksi dengan BLUP (best linear unbiased prediction) berdasarkan performans individu dan keluarga sehingga dapat diketahui bagaimana suatu sifat berkaitan satu sama lain. Seleksi yang dilakukan terus menerus diikuti dengan inovasi untuk menggabungkan sifat-sifat unggul dan mengeliminasi sifat-sifat yang kurang menguntungkan.Pada tahun 2000an hanya ada tiga perusahaan pembibit yang tersisa, yaitu Cobb-Vantress (mencakup brand Cobb, Avian, Sasso, dan Hybro), Aviagen (mencakup brand Ross, Arbor Acres, Lohmann, Indian River, dan Peterson), serta Groupe Grimaud (mencakup brand Hubbard dan Grimaud Frere).

Tahun 1990an - 2000an

Permintaan pasar internasional pada tahun 1990an - 2000an tidak hanya mencakup daging dada, tetapi juga paha (leg quarters) dan cakar, terutama di Asia.Sebanyak 20% daging ayam dari Amerika

Serikat diekspor ke berbagai negara. Konsep HACCP (hazard analysis and vritical control points) mulai dikembangkan sejak 26 Januari 1998 untuk mengatur mengenai keamanan pangan dari aspek produksi, restoran, dan industri penyedia pangan (US Poultry and Egg Association, 2009). Industri perunggasan pada tahun 2000an terfokus pada empat hal, yaitu apakah aman bagi kesehatan manusia, apakah ternak terpenuhi kesejahteraannya, apakah mempengaruhi finansial konsumen, dan apakah menjamin keberlanjutan jangka panjang bagi industri.

Rencana Investasi Perluasan Usaha

Estimasi Nilai

Rencana investasi perluasan usaha, secara umum terdiri atas investasi utama, investasi pendukung dan investasi sarana pendukung. Estimasi total nilai investasi secara keseluruhan sebesar Rp. 83.080.000,- dengan rincian sebagaimana pada Tabel 1 dan Tabel 2:

Tabel 1. Rincian Nilai Investasi Utama

No	Nama Barang	Jumlah	Satuan	Harga (Rp.)	Jumlah (Rp.)
1	Fisik Kandang	3000	Unit	15.000	45.000.000
2	Gasolek	4	Unit	600.000	2.400.000
3	Tabung Gas	4	Unit	300.000	1.200.000
4	Tempat Pakan	72	Unit	30.000	2.160.000
5	Tempat Minum	48	Unit	65.000	3.120.000
6	Bohlam	18	Unit	25.000	450.000
7	Pipa Paralon	20	Batang	60.000	1.200.000
8	Sekop	1	Unit	50.000	50.000
9	Kabel	100	Meter	2.000	200.000
Total					55.780.000

Sumber: Perusahaan Kemitraan PT. X

Investasi utama yang dimaksud adalah bagian utama dari fisik kandang serta sarana pendukungnya. Harga-harga tersebut adalah harga yang berlaku mulai tahun 2017. Sedangkan untuk rincian investasi pendukung, dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 2. Rincian Nilai Investasi Pendukung/ Biaya Operasional Bulanan

No	Nama Barang	Jumlah	Satuan	Harga (Rp.)	Jumlah (Rp.)
1	DOC	3000	Ekor	1.000	15.000.000
2	Pakan	10	Sak	390.000	3.900.000
3	Obat dan Vaksin	3000	Ekor	1.500	4.500.000
4	Gaji Anak Kandang	2	Orang	1.500.000	3.000.000
5	Listrik, Air dan Telepon	1	Unit	500.000	500.000
6	Isi Tabung Gas	4	Unit	100.000	400.000
Total					27.300.000

Su
mb
er:
Per
usa
haa
n
Ke

mitraan PT. X

Dari Tabel 1. dan Tabel2. dapat dibuat tabel rekapitulasi total nilai investasi sebagai berikut:

Tabel 3. Rekapitulasi Total Nilai Investasi

No	Jenis Investasi	Nilai (Rp.)
1	Nilai Investasi Utama	55.780.000

2	Nilai Investasi Pendukung	27.300.000
	Total	83.080.000

Sumber: Tabel 4.1. dan Tabel 4.2. (diolah)

Estimasi Pendapatan Per Bulan

Pendapatan

Estimasi pendapatan per bulan = asumsi ayam hidup 2.700 ekor (asumsi angka mortaliti berada pada angka 10%) x Rp 20.000 (umur ayam 30 hari)

= Rp 54.000.000

Keuntungan = pendapatan – biaya operasional bulanan

= Rp 54.000.000 – Rp 27.300.000

= Rp 26.700.000

Analisis Data

Discounted Payback Period

Pada prinsipnya metode Discounted Payback Period ini sama dengan metode Payback Period, hanya saja untuk menentukan periode pengembaliannya tidak menggunakan aliran kas bersih tetapi menggunakan aliran kas bersih yang telah didiskontokan.

Perhitungan Discounted Payback Period

= investasi awal – kas tahunan

= Rp 83.080.000 – Rp 160.200.000

= 0,518 (12 bulan) = 6,2 bulan

= 6 bulan + (0,2 x 30 hari)

= 6 bulan 6 hari

Jadi, periode yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi adalah selama 6 bulan 6 hari.

Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fisibilitas investasi pada pembuatan kandang untuk peternakan ayam potong menggunakan metode Discounted Payback Period. Investasi yang dilakukan oleh calon mitra adalah berupa pembuatan kandang ayam potong. Investasi ini direncanakan guna memenuhi jumlah permintaan ayam potong yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Hasil perhitungan dengan metode Discounted Payback Period menghasilkan periode pembayaran kembali 6 Bulan 6 hari. Sedangkan kriteria fisibilitas investasi Discounted Payback Period adalah Jika periode pembayaran kembali kurang dari umur ekonomis investasi (dalam penelitian ini adalah dua (2) tahun) maka investasi diterima, jika periode pembayaran kembali lebih dari umur investasi maka investasi ditolak.

Jadi, dari kriteria fisibilitas investasi metode discounted payback period dan hasil perhitungan discounted payback period menunjukkan bahwa investasi fisibel dilakukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas pokok permasalahan, adalah bahwa analisis kelayakan finansial investasi peternakan ayam potong di Kabupaten Lumajang dengan metode Discounted Payback Period = 6 Bulan 6 hari. Oleh karena itu, investasi ini fisibel (layak) dilakukan karena hasil penelitian telah memenuhi kriteria fisibilitas investasi yang ditetapkan.

Saran

Mengacu pada hasil pembahasan dan kesimpulan, saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

Investor agar tidak menggunakan hasil dari perhitungan ini untuk pengambilan keputusan investasi pembuatan kandang dengan kapasitas besar atau pun kandang dengan model closed house.

Manajemen perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merencanakan laba yang maksimal dalam kondisi berisiko.

Penelitian yang akan datang dapat dilakukan dengan melakukan dua hal. Pertama melakukan penelitian dengan membandingkan kelayakan finansial investasi peternakan ayam potong skala kecil, sedang dan besar. Kedua, bisa melakukan penelitian dengan membandingkan kelayakan finansial investasi peternakan ayam potong model open house dan closed house.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim. 2005. *Analisis Investasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat. Alfabeta

- Afandi dan Didin Mukodim. 2009. *Analisis Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Usaha PT. Aneka Andalan Karya*, Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil), Universitas Gunadarma Depok, Volume 3, ISSN: 1885-2559.
- Atmaja, Lukas Setia. 2008. *Teori Dan Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Brealey R. A., Myers S. C. dan Marcus A. J. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi kelima jilid 1, Terjemahan oleh Yelvi Andri Zaimur, Jakarta, Erlangga.
- Djohanputro, Bramantyo. 2008. *Manajemen Keuangan Korporat*. Jakarta, PT. Mitra Kesjaya.
- Djumino, Nurman Amin dan Harahap Erwin. 2009. Analisis Kelayakan Investasi Ditinjau Dari Aspek Penganggaran Modal Pada PT. Masterwood Indonesia, *Journal Of Communication Education IP* Vol. 3 No. 1:118-132.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Basri. 2002. *Manajemen Keuangan*, Edisi ke 4, Yogyakarta : BPFE – Universitas Gajah Mada.
- Keown A. J., Martin J. D., Petty J. W., Scott D. F.. 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan*. Edisi Kesepuluh, Jilid 1, Terjemahan oleh Marcus Prihminto Widodo, Jakarta, Penerbit Indeks.
- Lukviarman, Niki. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Padang, Andalas University Press.
- Richardson J.W., Herbst B.K., Outlaw J.L. and Gill R.C. 2007. Including Risk in Economic Feasibility Analyses: The Case of Ethanol Production in Texas, *Journal of Agribusiness* Vol.25 No.2, 115-132
- Sjahrial, Demawan, 2007, *Manajemen Keuangan*, Edisi pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Subagyo Ahmad. 2007. *Studi Kelayakan; Teori Dan Aplikasi*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Sunariyah. 2003. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Yogyakarta. (UPP) AMP YKPN.
- Sundjaja, Ridwan dan Barlian, Inge. 2003. *Manajemen Keuangan*, Edisi 4, Jilid 2, Jakarta, Literata Lintas Media.
- Syamsuddin, Lukman. 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Van Horne, James C. and John M. Wachowicz, Jr., 1998, *Fundamental Of Financial Management*, Tenth edition, Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Zulkifli, Mantau. 2002. *Analisis Kelayakan Investasi Usaha Budidaya Ikan Mas Dan Nila Dalam Keramba Jaring Apung Ganda Di Pesisir Danau Tondano Propinsi Sulawesi Utara*, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Propinsi Sulawesi Utara, 1-38.

Pengaruh *Green Marketing* Dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Rumah Sehat Lumajang

Siti Nurkhomeid¹
STIE Widya Gama Lumajang
Email: stnurkhomeida@gmail.com

Nawangsih²
STIE Widya Gama Lumajang
Email: lovinawang@gmail.com

Riza Bahtiar Sulistyan³
STIE Widya Gama Lumajang
Email: rizabahtiars@gmail.com

Abstrak

Salah satu sumber penyakit berasal dari makanan, dan pola hidup yang tidak sehat. Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan menerapkan pola hidup sehat menjadi hal penting untuk dilakukan agar bisa beraktivitas dengan baik. Upaya menanamkan kesadaran tentang perlunya hidup sehat dilakukan salah satunya melalui kegiatan *green marketing* dan *green product*, untuk dalam melakukan pembelian produk makanan sehat di Rumah Sehat Lumajang. Perumusan masalah dalam penelitian ini apakah *green marketing* berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, apakah *green product* berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, apakah *green marketing* dan *green product* berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini berjenis kuantitatif mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dari 40 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *green marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang, sedangkan secara parsial *green product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang, dan secara simultan *green marketing* dan *green product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang. Koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,295 yang menunjukkan bahwa sebesar 29,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *green marketing* dan *green product*, sedangkan sisanya yaitu 70,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Simpulan menunjukkan bahwa perlu upaya intensif terkait *green marketing* untuk mengedukasi masyarakat tentang pola hidup sehat.

Kata kunci : *Green Marketing*, *Green Product* dan Keputusan Pembelian

Abstract

One source disease from food, and unhealthy lifestyle. Public awareness to consume healthy food and implement healthy lifestyle becomes an important thing to activity. Efforts to awareness for healthy living through the activities of green marketing and green product, to making purchases of healthy food products in Rumah Sehat Lumajang. The problem this research is whether green marketing has significant partial effect on the purchase decision, whether the green product has a significant partial effect on the purchase decision, whether green marketing and green product have significant effect simultaneously to the purchasing decision. This is quantitative research looks for a causal associative relationship. Data collection techniques used questionnaires, interviews and documentation. The sampling technique using simple random sampling from 40 respondents. The results showed that partially green marketing has no significant effect on product purchasing decision at Rumah Sehat Lumajang, while partially green product has significant effect on product purchasing decision at Rumah Sehat Lumajang, and simultaneously green marketing and green product have significant effect to product purchasing decision at Lumajang Healthy House. The coefficient of determination (R^2) obtained by 0.295 indicates that 29.5% of purchasing decisions can be explained by independent variables of green marketing and green product, while the remaining 70.5% of purchasing decisions are influenced by other variables that are not examined. Conclusions show that intensive efforts related to green marketing are needed to educate the public about healthy lifestyles.

Keyword : *Green Marketing, Green Product and Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Banyak penyakit yang beredar dimasyarakat, bersumber dari makanan, dimana konsumen kurang menyadari makanan bahwa makanan konsumsi kemungkinan tidak higienis atau tidak sehat, menjadi hal penting yang perlu diperhatikan bagi semuanya. Asupan makanan yang baik dan sehat bermanfaat bagi tubuh. Makanan bergizi merupakan bagian penting untuk kesehatan manusia, karena tubuh manusia mendapatkan asupan gizi yang dibutuhkan untuk beraktifitas seperti karbohidrat, protein, lemak, dan vitamin. Makanan sehat erat kaitannya dengan pola gaya hidup sehat yang berperan penting dalam meningkatkan kesehatan setiap individu. Survei yang dilakukan terhadap masyarakat terbatas dalam membiasakan diri untuk lebih sering minum air putih (80%), sayuran yang berhijau daun dan buah-buahan (67%). Kondisi semacam itu menyebabkan masyarakat menjadi lebih gemuk dan rentan penyakit dan beresiko terserang diabetes. Sehingga perlu adanya makan makanan dengan gizi seimbang, dengan cara menghitung kebutuhan kalori dan aktivitas agar tidak kelebihan kalori. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk hijau (*Green Product*) diwujudkan dalam bentuk kepedulian perusahaan dalam menerapkan informasi peduli lingkungan sebagai salah satu strategi pemasarannya atau yang sedang tren saat ini dikenal sebagai pemasaran hijau (*Green Marketing*).

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya melanjutkan penelitian sebelumnya dengan obyek penelitian yang berbeda, yaitu pada makanan sehat dari Rumah Sehat Lumajang, dilihat dari segi green marketing dan green productnya terhadap keputusan pembelian. Rujukan penelitian sebelumnya terkait dengan green marketing yang dilakukan (Utami, 2017), dengan judul "Analisis *Green Marketing*, Psikologi dan Karakteristik *Green Consumer* dan Pengaruhnya terhadap Keputusan pembelian Produk Organik di Bali Buda Shop". Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *green marketing*, psikologi konsumen dan karakteristik konsumen memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk organik serta variabel green marketing, psikologi konsumen dan karakteristik konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk-produk organik di Bali Buda Shop. Sedangkan *green product* mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Fahlis Ahmad, 2016), dengan judul "Analisis *Green Product* dan *Green Marketing Strategy* terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* di Manado Town Square. Menggunakan teknik analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* dan *Green Marketing Strategy* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial *Green Product* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Green Marketing Strategy* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Green marketing adalah "suatu cara untuk mengkomunikasikan produk, dan hubungannya dengan peduli lingkungan kepada calon pembeli, (Diningrat, Hendriani dkk, 2014:199). Produk yang dihasilkan dari kegiatan *green marketing* adalah *green product* yaitu "suatu produk menggunakan bahan-bahan yang aman bagi lingkungan, energi efisien dan menggunakan bahan-bahan dari sumber-sumber yang dapat diperbaharui, produk tersebut dapat diklasifikasikan sebagai produk hijau", Cooper, (2000) dalam (Sumarwan, 2012:235). Kegiatan *green marketing* dan *green product* akan berhasil jika mampu membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Karena konsumen ketika akan memutuskan melakukan pembelian terhadap suatu produk maka akan mempertimbangkan berbagai hal terkait dengan keputusan yang akan diambil. Keputusan pembelian adalah "suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif", Sciffman dan Kanuk (2010) dalam (Sumarwan, 2011:357).

KAJIAN PUSTAKA

Green Marketing

Green Marketing adalah "respons pemasaran terhadap pengaruh lingkungan yang berasal dari perancangan, produksi, pengemasan, pelabelan, penggunaan, dan pembuangan barang atau jasa", Lampe dan Gazda (1995) dalam (Setiyaningrum, Udaya dkk, 2015:309). "Pertimbangan bahwa ekologi merupakan variabel yang relevan untuk mencapai tujuan ekonomis dari perusahaan telah menuju suatu konsep *marketing* baru, yaitu *green marketing*", Calomarde (2000) dalam (Sumarwan, 2012:215).

Rahbar dan Wahid (2011) dalam (Setiyaningrum, Udaya dkk 2015:315), *Eco-label, eco-brand*, dan iklan bertema lingkungan diidentifikasi sebagai alat pemasaran hijau yang dapat meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai produk ramah lingkungan. Alat pemasaran hijau diyakini menjadi

sarana yang memudahkan bagi konsumen mempersepsikan produk hijau, memunculkan kesadaran akan produk hijau, dan mendorong konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan.

1) *Eco-Label*

Eco-label pada produk ramah lingkungan makin banyak digunakan oleh pemasar untuk mempromosikan identitas produk hijau. *Eco-label* sebagai alat yang digunakan untuk memfasilitasi pengambilan keputusan dalam memilih produk ramah lingkungan dan memungkinkan konsumen untuk mengetahui cara suatu produk dibuat.

2) *Eco-Brand*

Eco-brand merupakan nama, simbol, atau desai produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan. Dengan menggunakan fitur *eco-brand*, perusahaan dapat membantu konsumen untuk membedakan antara produk hijau dengan produk non hijau. Faktor utama yang memotivasi konsumen mengubah perilaku pembelian aktual untuk membeli produk ramah lingkungan adalah manfaat emosional dari merek.

3) Iklan dengan Tema Lingkungan

Berkembangnya gerakan hijau di seluruh dunia dan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap masalah lingkungan, sebagian besar organisasi memilih menggunakan iklan dengan tema lingkungan yang disebarluaskan melalui media elektronik atau media cetak, sebagai strategi untuk memperkenalkan produknya pada konsumen yang peduli lingkungan.

Green Product

Green product dikemukakan bahwa “terdapat lima keuntungan dalam berasosiasi dengan produk hijau, yaitu keuntungan efisiensi, *cost effective* (biaya yang efektif), kesehatan dan keamanan, *performance* (kinerja) status, dan kenyamanan”, (Diningrat, Hendriani dkk, 2014:201). Menurut Ottman (1998) dalam (Sumarwan, 2012:235), “isu produk hijau sangat bervariasi dan kompleks karena meliputi setiap fase dari daur hidup produk tersebut”.

Menurut pendapat Elkington et al, (1993) dalam (Rath, 2013:78), Indikator *green product* yang digunakan diantaranya yaitu:

- 1) Tingkat bahaya produk bagi kesehatan manusia: Produk yang tidak mencemari bumi
- 2) Kemasan yang ditimbulkan produk: Kemasan yang bisa di daur ulang
- 3) Material bahan baku: Bahan baku ramah lingkungan

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah “mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran yang menentukan keuntungan, kerugian masing-masing”, (Kotler dan Keller, 2009:268).

Menurut Setiadi (2013:16), Tahap-tahap proses pengambilan keputusan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Salah satu faktor kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli.

3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir? Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli.

4) Keputusan Membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan.

5) Perilaku Sesudah Membeli

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang melakukan kajian dengan tema yang sama terkait dengan *green marketing* dan *green product* dilakukan oleh Balawera (2013) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa *green marketing* terhadap minat beli konsumen tidak signifikan karena dipicu mahalannya harga dan minat beli konsumen yang masih belum sadar akan pentingnya pola hidup sehat melalui produk organik yang ramah lingkungan. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris.

Penelitian terdahulu yang melakukan kajian dengan tema sama terkait dengan *green product* dilakukan oleh Bambang Supriadi, (2017), dengan judul “Produk Hijau dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan”. Menggunakan t-test dan analisis regresi sederhana. Temuan menunjukkan produk hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian untuk mengetahui hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Menurut (Sugiyono, 2014:36), menyatakan bahwa, “penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Lokasi yang diambil yaitu Rumah Sehat Lumajang jalan Gatot Subroto No.61 Karangsari, Sukosono Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Rumah Sehat Lumajang selama periode bulan April sampai dengan Mei 2018 yang berjumlah 45. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* yang diperoleh sebanyak 40 responden.

Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari Rumah Sehat Lumajang yaitu: jumlah pembelian, data konsumen, profil perusahaan, produk yang dihasilkan, visi dan misi serta kreatifitas dan inovasi produk yang dilakukan untuk pengembangan usaha. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini berupa data hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden yang berkunjung ke Rumah Sehat Lumajang. Kuesioner berisi tentang *green marketing* dan *green product* terhadap keputusan pembelian produk.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen Rumah Sehat Lumajang. Kuesioner berisi tentang *green marketing* dan *green product* terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data produk yang terjual periode April sampai dengan Mei 2018 di Rumah Sehat Lumajang.

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen *Green marketing* (X_1) dan *Green product* (X_2) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian normalitas data menunjukkan bahwa pada grafik normal probability plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa, semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas pada titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.202	7.008		3.453	.001		
	Marketing (X1)	-.029	.460	-.009	-.064	.949	.981	1.020
	Product (X2)	1.404	.359	.545	3.907	.000	.981	1.020

a. Dependent Variable: Jumlah (Y)

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constan* sebesar 24,202 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian (Y) akan sama 24,202 jika nilai dari variabel *green marketing* (X_1), dan *green product* (X_2) sama dengan 0.
- Koefisien variabel *green marketing* (X_1) sebesar -0,029 (negatif menunjukkan hubungan hubungan tidak searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel *green marketing* akan menurunkan keputusan pembelian sebesar -0,029 dan sebaliknya setiap penurunan 1(satu) variabel *green marketing* akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,029, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.
- Koefisien variabel *green product* (X_2) sebesar 1,404 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel *green product* akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 1,404 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel *green product* akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 1,404, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau tetap.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (*green marketing* dan *green product*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut adalah hasil pengolahan SPSS untuk uji t:

Tabel 2. Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.202	7.008		3.453	.001		
	Marketing (X1)	-.029	.460	-.009	-.064	.949	.981	1.020
	Product (X2)	1.404	.359	.545	3.907	.000	.981	1.020

a. Dependent Variable: Jumlah (Y)

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuisioner dengan SPSS

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $(n - 2) = 40 - 2 = 38$, maka akan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,024.

- Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu *green marketing* diperoleh nilai $t_{hitung} = -0,064$ dengan signifikansi 0,949. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Ini berarti $t_{hitung} (-0,064) < t_{tabel} (2,024)$. Dengan tingkat signifikansi 0,949 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *green marketing* yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang.
- Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu *green product* diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,907$ dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Ini berarti $t_{hitung} (3,907) > t_{tabel} (2,024)$. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *green product* yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu *green marketing* (X_1) dan *green product* (X_2) yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Hasil uji F (uji simultan) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.910	2	47.455	7.749	.002 ^a
	Residual	226.590	37	6.124		
	Total	321.500	39			

a. Predictors: (Constant), Product (X2), Marketing (X1)

b. Dependent Variable: Jumlah (Y)

Nilai F_{tabel} 37,

- a. Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 7,749$ dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 3,25. Ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *green marketing* dan *green product* secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang.

Hasil Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu)", Widarjono, (2015:17-18). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam presentase", Santoso, (2012:355).

Tabel 4. Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.257	2.475

Dari hasil pe... a. Predictors: (Constant), Product (X2), Marketing (X1) ... i bahwa koefisien
determinasi (R²) ... b. Dependent Variable: Jumlah (Y) ... i pembelian dapat
dijelaskan oleh variabel independen yaitu *green marketing* dan *green product*, sedangkan sisanya
yaitu 70,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam
penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *green marketing* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang. Hal ini tidak mendukung penelitian dari Utami (2017), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *green marketing*, psikologi konsumen dan karakteristik konsumen memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk organik serta variabel *green marketing*, psikologi konsumen dan karakteristik konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk-produk organik di Bali Buda Shop.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa konsumen Rumah Sehat Lumajang memberi tanggapan ragu-ragu terhadap variabel *green marketing*. Hal ini memberikan bukti bahwa keputusan pembelian di Rumah Sehat Lumajang yang ditunjukkan dengan adanya *green marketing* dalam bentuk kuesioner berdasarkan indikator *eco-label* (1) Produk Rumah Sehat menggunakan label aman untuk dikonsumsi. Indikator *eco-label* tidak berpengaruh karena banyak konsumen ketika membeli sebuah produk tidak seteliti untuk mengecek apakah produk itu terdapat label ramah lingkungan dan hanya sekedar membeli karena produk itu organik tanpa memperdulikan produk itu menggunakan label ramah lingkungan. *Eco-brand* (2) Produk Rumah Sehat menggunakan merek yang mencerminkan produk ramah lingkungan. Indikator *eco-brand* adalah merek atau simbol yang digunakan yaitu "Rumah Sehat Lumajang" orang akan berfikir bahwa makanan dan produk yang dijual pasti sehat, tetapi terkadang banyak orang yang memiliki kecenderungan baru membeli dan mengkonsumsi produk sehat pada saat orang tersebut tahu kalau dirinya sakit ketika dalam posisi sehat kesadaran untuk menjaga pola sehat masih sangat minim. Iklan dengan tema lingkungan (3) Produk Rumah Sehat disebarluaskan melalui media sosial sebagai strategi memperkenalkan produk ramah lingkungan. Selama ini pengaruh media sosial sebagai sarana promosi kurang efektif, mungkin akan lebih efektif jika dari pihak Rumah Sehat membuat sebuah event misalkan seperti bazar khusus untuk makanan organik dan memberikan brosur promosi kepada pembeli karena tidak semua orang tahu tentang Rumah Sehat Lumajang.

Dijelaskan bahwa variabel *green marketing* (pemasaran hijau) suatu cara mengiklankan atau mempromosikan kepada calon pembeli. Kegiatan pemasaran yang ada di *green marketing* disini sebagai media untuk memasarkan atau memperkenalkan suatu produk, seperti teori yang di kemukakan (Diningrat, Hendriani dkk, 2014:199) *Green marketing* adalah "suatu metode iklan yang mempromosikan produk, dan kaitannya dengan kepekaan terhadap lingkungan kepada calon pembeli". Kegiatan yang dilakukan seperti memberikan penyuluhan kepada masyarakat, penyuluhan tersebut untuk mempromosikan produk Rumah Sehat Lumajang dan menginformasikan tentang

manfaat mengkonsumsi makanan sehat. Media ini sangat efektif untuk memperkenalkan makanan sehat agar masyarakat mulai mengkonsumsi makanan sehat tersebut.

Green marketing tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan persepsi masyarakat tentang mahalnya produk organik dan minat beli konsumen yang masih belum sadar akan pentingnya pola hidup sehat melalui makanan organik yang ramah lingkungan. Banyaknya konsumen ketika membeli sebuah produk tidak seteliti untuk mengecek apakah produk itu terdapat label ramah lingkungan atau konsumen membeli produk organik di Rumah Sehat Lumajang ketika mengetahui kalau dirinya sakit dan kurang efektifnya media sosial sebagai sarana promosi.

Hasil pengujian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Balawera (2013) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa *green marketing* terhadap minat beli konsumen tidak signifikan karena dipicu mahalnya harga dan minat beli konsumen yang masih belum sadar akan pentingnya pola hidup sehat melalui produk organik yang ramah lingkungan. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris.

Atas kondisi ini maka disarankan kepada Rumah Sehat Lumajang untuk lebih memperhatikan sistem pemasaran produk organik kepada masyarakat, agar lebih banyak masyarakat yang memilih mengkonsumsi produk organik karena banyak manfaatnya untuk kesehatan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pemasaran yang dilakukan, hanyalah mengaitkan isu-isu produk hijau tanpa memiliki atau klaim mengenai dampak positif pada sumber daya alam yang berkaitan. Pemasaran ramah lingkungan sekedar untuk mengambil hati konsumen dan mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Hal ini akan berdampak pada konsumen malahan mendapatkan edukasi yang salah tentang gaya hidup sehat.

Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *green product* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli produk di Rumah Sehat Lumajang memberikan tanggapan setuju terhadap variabel *green product*. Hal ini memberikan bukti bahwa keputusan pembelian di Rumah Sehat Lumajang yang ditunjukkan dengan adanya *green product* dalam bentuk kuesioner berdasarkan indikator tingkat bahaya produk bagi kesehatan manusia. Indikator ini berpengaruh karena produk yang digunakan Rumah Sehat Lumajang dinilai lebih aman bagi kesehatan dan tidak mencemari bumi. Indikator Kemasan yang ditimbulkan produk. Kemasan produk dibuat secara lebih ramah lingkungan agar dapat di daur ulang. Indikator material bahan baku. Bahan baku yang aman untuk dikonsumsi adalah bahan baku yang ramah lingkungan.

Green product sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sesuai dengan kenyataannya bahwa sebagian besar konsumen lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan dampak apa yang dihasilkan oleh produk tersebut. Konsumen lebih tertarik untuk memilih pola hidup sehat dengan mengkonsumsi makanan organik yang ramah lingkungan, ini dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang mengkonsumsi rata-rata adalah konsumen yang memiliki pengetahuan atau pendidikan lebih tinggi dan sudah mempunyai penghasilan sendiri.

Hasil pengujian ini sekaligus mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Fahlis Ahmad, 2016), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Green Product* dan *Green Marketing Strategy* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial *Green Product* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Green Marketing Strategy* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris.

Atas kondisi ini maka disarankan kepada Rumah Sehat Lumajang lebih meningkatkan dalam penjualan produk organik kepada masyarakat karena semakin banyak masyarakat menggunakan dan mengkonsumsi produk organik yang ramah lingkungan maka akan semakin baik, sebab pola hidup sehat akan berdampak positif terhadap masyarakat untuk menjaga kesehatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial variabel *green marketing* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang.
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel *green product* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang.

- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh variabel *green marketing* dan variabel *green product* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang. Fungsi *regresi* linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 24,202 - 0,029X_1 + 1,404X_2 + e$. Dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 29,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *green marketing* dan *green product*, sedangkan sisanya 70,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah : keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel *green marketing* dan *green product* dari hasil penelitian yang dilakukan sebesar 29,5% sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan kajian lainnya terkait produk ramah lingkungan dari segi *green consumerism* (konsumen hijau), yaitu kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi makanan sehat atau pola hidup sehat, *green packaging* (kemasan ramah lingkungan) bagaimana mengedukasi masyarakat untuk menggunakan kemasan ramah lingkungan atau kemasan daur ulang, *green advertising* (promosi terkait dengan produk hijau), harga serta sikap konsumen (kesadaran konsumen untuk hidup sehat).

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setiyaningrum, J. U. dan E. 2015. *Prinsip-prinsip PEMASARAN, Plus Tren Terkini, Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Balawera, A. 2013. *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. EMBA, 1(4), 2117–2129.
- Bambang Supriadi, W. A. dan A. F. 2017. *Green Product And Its Impact on Customer*. Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 19(8), 35–42.
- Fahlis Ahmad, J. L. dan A. S. S. 2016. *Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Manado Town Square*. EMBA, 4(1), 033–044.
- Rath, R. C. 2013. *An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges*. International Journal of Supply Chain Management, 1(2), 78–86.
- Santoso, S. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Surna Tjahja Djajadiningrat, Y. H. dan M. F. 2014. *Green Economy (Ekonomi Hijau)*. Edisi Revisi. Bandung: Rekayasa Sains.
- Utami, N. P. C. D. A. dan N. M. S. 2017. *Analisis Green Marketing, Psikologi dan Karakteristik Green Consumer dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Organik di Bali Budha Shop*. 12(2), 153–162.
- Widarjono, A. 2015. *Analisis Multivariat Terapan, dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Pengaruh Budaya Kaizen Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Lumajang

Findi Ogi Lestari¹⁾
STIE Widya Gama Lumajang
findiogilestari@gmail.com

Musringah²⁾
STIE Widya Gama Lumajang

Sukma Irdiana³⁾
STIE Widya Gama Lumajang
sukmapasah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya *kaizen* yang terdiri dari *seiri*, *seiton*, *seiso*, *seiketsu*, *shitsuke*. Dan kompensasi yang terdiri dari gaji, insentif, komisi/bonustunjangan, asuransi, dan ganjaran non finansial, terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Populasi dalam penelitian ini karyawan Kantor Pos Lumajang yang berstatus karyawan tetap. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 56 responden dengan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* (Sampel jenuh/Sensus). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial baik budaya *kaizen* dan kompensasi menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap kinerja karyawan. Secara simultan juga menunjukkan budaya *kaizen* dan kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebanyak 2% kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh budaya *kaizen* dan kompensasi, sedangkan sisanya yaitu 98% kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci :BudayaKaizen, Kompensasi, Kinerja Karyawan.

Abstract

This study aims to determine the influence of kaizen culture consisting of seiri, seiton, seiso, seiketsu, shitsuke. And compensation consisting of salary, incentives, commissions / bonus allowances, insurance, and non-financial rewards, on the performance of Lumajang Post Office employees. The population in this study is Lumajang Post Office employees with permanent employees status. This population is heterogeneous which can be seen from various age and gender with the number of 56 respondents with sampling technique Non Probability Sampling (Satura / Census Samples). This research uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially both kaizen culture and compensation show no effect on employee performance. Simultaneously also shows kaizen culture and compensation has no effect on employee performance. The result of coefficient of determination R^2 shows as much as 2% employee performance can be explained by kaizen culture and compensation, while the rest is 98% employee performance influenced by other variable not examined in this research.

Keywords: Kaizen Culture, Compensation, Employee Performance

PENDAHULUAN

Dunia usaha senantiasa mengalami perkembangan seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, hal ini dikarenakan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan faktor pendukung bagi kemajuan dunia usaha. Namun tidak hanya ilmu pengetahuan dan teknologi, sumber daya manusia yang berperan dalam usaha tersebut sangat berpengaruh dalam perkembangan dan kemajuan dunia usaha. Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan sangat tergantung pada kemampuan SDM atau karyawannya dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan, sehingga karyawan dituntut untuk selalu mampu mengembangkan diri secara proaktif dalam suatu

perusahaan.SDM yang diperlukan saat ini adalah SDM yang memiliki kinerja.Kinerja karyawan yang baik dapat dilihat dari berbagai sisi.

Oleh karena itu, penilaian kinerja sangat perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui sejauh mana karyawan mampu berperan dalam perkembangan dan pertumbuhan perusahaan.Hal itu bisa dilakukan melalui sistem manajemen yang baik. Sistem manajemen dalam suatu perusahaan merupakan pusat dari seluruh kebijakan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan.

Melalui sistem manajemen yang baik, suatu perusahaan akan dapat merencanakan program, mengorganisasikan setiap bagian organisasi, melaksanakan program yang telah direncanakan serta mengendalikannya agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus mampu mengelola dengan baik setiap unsur internal maupun unsur eksternalnya.

“Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu sistem yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan kinerja karyawan agar mampu memberikan kontribusi yang optimal dalam rangka mencapai sasaran-sasaran perusahaan” (Suparyadi, 2015:2).

Unsur MSDM adalah manusia yang merupakan tenaga kerja pada perusahaan.Dengan demikian, fokus yang dipelajari MSDM adalah masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja manusia saja.Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi, karena manusia menjadi perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya tujuan organisasi.Tujuan tidak mungkin terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki perusahaan begitu canggihnya.Alat-alat canggih yang dimiliki perusahaan tidak ada manfaatnya bagi perusahaan, jika peran aktif karyawan tidak diikutsertakan.

Budaya kerja sudah lama terkenal oleh umat manusia, namun belum disadari bahwa suatu keberhasilan kerja itu berakar pada nilai-nilai yang dimiliki dan perilaku yang menjadi kebiasaannya. Nilai-nilai tersebut bermula dari adat kebiasaan, agama, norma dan kaidah yang menjadi keyakinan dan kebiasaan dalam perilaku kerja atau organisasi. Nilai-nilai yang telah menjadi kebiasaan tersebut dinamakan budaya. “Budaya kerja adalah suatu semangat tidak terlihat yang mengikat semua individu di dalam perusahaan untuk selalu bergerak dan bekerja sesuai dengan irama budaya kerja itu”(Moeheriono, 2014:346).

“*Kaizen* berarti perbaikan bersinambungan. Istilah ini mencakup pengertian perbaikan yang melibatkan semua orang baik manajer dan karyawan, dan melibatkan biaya dalam jumlah tak seberapa”.(Imai, 1998:1)

Imai penulis *Kaizen* pertama kali menyatakan keyakinannya bahwa, sebenarnya *kaizen* tidak hanya berlaku di Jepang, namun harus dipandang sebagai prinsip yang masuk akal untuk diterapkan dan berlaku bagi manajer dimanapun ia berada. Menciptakan suasana kerjasama dan kebudayaan perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari program *kaizen*. Semua program *kaizen* yang diimplementasikan di Jepang memiliki satu syarat yang sama yaitu mendapatkan kesediaan karyawan dan mengatasi perlawanannya terhadap perusahaan.

Setiap individu dari suatu organisasi mempunyai kepentingan dan tujuan sendiri ketika ia bergabung pada organisasi tersebut. Bagi sebagian karyawan, harapan untuk mendapatkan uang adalah satu-satunya alasan untuk bekerja, namun yang lain berpendapat bahwa uang hanyalah salah satu dari banyak kebutuhan yang terpenuhi melalui kerja. Seseorang yang bekerja akan merasa lebih dihargai oleh masyarakat di sekitarnya, dibandingkan yang tidak bekerja. Kompensasi merupakan bagian dari hubungan timbal balik antara organisasi dengan sumber daya manusia.

Kompensasi karyawan adalah semua bentuk pembayaran atau hadiah yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka serta mempunyai dua komponen: pembayaran langsung (dalam bentuk upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus), dan pembayaran tidak langsung (dalam bentuk tunjangan keuangan seperti asuransi dan uang liburan yang dibayar oleh perusahaan). (Dessler, 2009:46)

Tujuan pemberian kompensasi antara lain : “1) Memperoleh karyawan yang memenuhi *qualified*, 2) Mempertahankan karyawan yang ada, 3) Menjamin keadilan, 4) Menghargai perilaku yang diinginkan, 5) Mengendalikan biaya-biaya dalam jangka pendek, 6) Memenuhi peraturan-peraturan legal”. (Moeheriono, 2014:249)

Kompensasi merupakan penghargaan yang diberikan karyawan baik langsung maupun tidak langsung, finansial maupun non-finansial yang adil kepada karyawan atas sumbangan mereka dalam mencapai tujuan organisasi, sehingga pemberian kompensasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan manapun guna meningkatkan kinerja karyawannya. “Kompensasi finansial adalah bentuk kompensasi yang dibayarkan kepada karyawan dalam bentuk uang atas jasa yang mereka sumbangkan pada pekerjaannya, kompensasi langsung adalah kompensasi yang dibayarkan secara langsung baik dalam bentuk gaji pokok (*base payment*) maupun berdasarkan kinerja (bonus dan insentif)” (Wilson Bangun, 2012:255).

“Kinerja berasal dari kata *performance*. Sementara *performance* itu sendiri diartikan sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja merupakan implementasi dari perencanaan yang telah disusun tersebut. Implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan” (Wibowo 2007:4 dalam Suwati, 2013:43).

Prawirosentono (1999 dalam Sinambela, 2016:480), menyatakan bahwa “kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika”.

Kinerja karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam usaha organisasi untuk mencapai tujuannya. Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan kapasitas kinerja karyawan adalah dengan menghubungkan kompensasi dengan perkembangan karyawan. Apabila program kompensasi dirasakan adil dan kompetitif oleh karyawan, maka perusahaan akan lebih mudah untuk menarik karyawan yang potensial, mempertahankannya dan memotivasi karyawan agar lebih meningkatkan kinerjanya, sehingga produktivitas meningkat dan perusahaan mampu menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif. Sehingga perusahaan bukan hanya unggul dalam persaingan, namun juga mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya, bahkan mampu meningkatkan profitabilitas dan mengembangkan usahanya. Semakin ketatnya tingkat persaingan bisnis mengakibatkan perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup.

Pengertian kinerja menurut Mangkunegara (2009:69) adalah, “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”. Kualitas yang dimaksud disini adalah dilihat dari kehalusan, kebersihan dan ketelitian dalam pekerjaan sedangkan kuantitas dilihat dari jumlah atau banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan karyawan.

KAJIAN PUSTAKA

Budaya *Kaizen*

“Dalam bahasa Jepang, *kaizen* berarti perbaikan bersinambungan. Istilah ini mencakup pengertian perbaikan yang melinatkan semua orang baik manajer dan karyawan, serta melibatkan biaya dalam jumlah tak seberapa” (Imai, 1998:1).

Filsafat *kaizen* berpandangan bahwa cara hidup kita apakah itu kehidupan kerja atau kehidupan sosial maupun kehidupan rumah tangga hendaknya berfokus pada upaya perbaikan terus menerus. Konsep itu dirasakan begitu alamiah dan dipahami benar oleh banyak orang Jepang, bahkan sampai mereka tak menyadari bahwa mereka memilikinya.

Berdasarkan pendapat Imai diatas, Indikator budaya *kaizen* adalah Gerakan 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu dan Shitsuke).

1) *Seiri* (整理) (Ringkas)

Merupakan langkah awal dalam menjalankan budaya 5S, yaitu membuang/menyortir/menyingkirkan barang-barang, file-file yang tidak digunakan lagi ke tempat pembuangan. Semua barang yang ada di lokasi kerja, hanyalah barang yang benar-benar dibutuhkan untuk aktivitas kerja. Tindakan dilakukan agar tempat penyimpanan menjadi lebih efisien, karena dipergunakan untuk menyimpan barang atau file yang memang penting dan dibutuhkan, serta bertujuan juga agar tempat kerja terlihat lebih rapi dan tidak berantakan.

2) *Seiton* (整頓) (Rapi)

Setelah menyortir semua barang atau file yang tidak dipergunakan lagi, pastikan segala sesuatu harus diletakkan sesuai posisi yang ditetapkan, sehingga selalu siap digunakan pada saat diperlukan, pastikan bahwa:

- a) Setiap barang punya tempat.
- b) Setiap tempat punya nama untuk barang tertentu.
- c) Buat menjadi terorganisir dan sistematis.
- d) Beri nama pada setiap tempat penyimpanan yang mudah diingat

3) *Seiso* (清楚) (Resik)

Setelah menjadi rapi, langkah berikutnya adalah membersihkan tempat kerja, ruangan kerja, peralatan dan lingkungan kerja. Tumbuhkan pemikiran bahwa kebersihan merupakan hal yang fatal dalam kehidupan, jika kita tidak menjaga kebersihan, lingkungan akan menjadi kotor dan menjadi faktor utama terjangkitnya penyakit tidak nyaman. Menyebabkan berkurangnya produktivitas dan berakibat banyak kerugian. Lakukanlah pembersihan harian, pemeriksaan kebersihan dan pemeliharaan kebersihan.

4) *Seiketsu* (清潔) (Rawat)

Tahap ini adalah tahap yang sukar. Untuk menjaga ketiga tahap yang sudah dijalankan sebelumnya secara rutin. Tahap ini dapat juga disebut tahap perawatan, merupakan standarisasi

dan konsistensi dari masing-masing individu untuk melakukan tahapan-tahapan sebelumnya. Membuat standarisasi dan semua individu harus patuh pada standar yang telah ditentukan. Dapat dimotivasi dengan memberikan hadiah atau hukuman.

5) *Shitsuke* (躰付) (Rajin)

Pemeliharaan kedisiplinan pribadi meliputi suatu kebiasaan dan pemeliharaan program 5S yang sudah berjalan. Bila berada pada posisi sebagai atasan, buatlah standarisasi 5S serta berikan pelatihan 5S, agar seluruh karyawan perusahaan dapat mengerti akan kegunaan dari 5S sebagai dasar kemajuan perusahaan, karena dengan menerapkan 5S yang praktis dan ringkas bertujuan pada efisiensi, pelayanan yang baik, keamanan bekerja serta peningkatan produktivitas dan profit.

Kompensasi

Menurut Dessler (2009:82), "kompensasi karyawan adalah semua bentuk pembayaran atau hadiah yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka dan mempunyai dua komponen: pembayaran langsung (dalam bentuk upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus), dan pembayaran tidak langsung (dalam bentuk tunjangan keuangan seperti asuransi dan uang liburan yang dibayar oleh perusahaan)".

Indikator kompensasi menurut Dessler (2009:6) adalah:

- 1) Gaji.
- 2) Insentif.
- 3) Komisi/Bonus
- 4) Tunjangan.
- 5) Asuransi.
- 6) Ganjaran Non Finansial.

Kinerja

Pengertian kinerja menurut Armstrong dan Barong (1998:15 dalam Wibowo, 2012:2), "merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi".

Terdapat tujuh indikator kinerja menurut Wibowo (2012:101) diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Tujuan (*goals*)
Tujuan merupakan keadaan yang berbeda yang secara aktif dicari oleh seorang individu atau organisasi untuk dicapai, pengertian tersebut mengandung makna bahwa tujuan bukanlah merupakan persyaratan, juga bukan sebuah keinginan. Tujuan merupakan suatu keadaan yang lebih baik kinerja individu, kelompok dan organisasi. Kinerja individu maupun organisasi berhasil apabila dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yang ingin dicapai dimasa yang akan datang, untuk mencapai tujuan diperlukan.
2. Standar (*standart*)
Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Tanpa standar tidak dapat diketahui kapan suatu tujuan tercapai. Kinerja seseorang dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan.
3. Umpan balik (*feedback*)
Antara tujuan, standar dan umpan balik saling terkait. Umpan balik melaporkan kemajuan, baik kualitas maupun kuantitas dalam mencapai tujuan yang didefinisikan oleh standar. Tujuan yang dapat diterima oleh pekerja adalah tujuan yang bermakna dan berharga, umpan balik merupakan masukan yang dipergunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kinerja dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan sebagai hasilnya dapat dilakukan perbaikan kinerja.
4. Alat atau Sarana (*means*)
Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses. Alat atau sarana merupakan faktor penunjang untuk pencapaian tujuan. Tanpa alat atau sarana, tugas pekerjaan spesifik tidak dapat dilakukan dan tujuan tidak dapat diselesaikan sebagaimana seharusnya. Tanpa alat tidak mungkin dapat melakukan pekerjaan.
5. Kompetensi (*competence*)
Kompetensi merupakan persyaratan utama dalam kinerja, kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik. Kompetensi memungkinkan seseorang mewujudkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
6. Motif (*motivee*)

Motif merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu, manajer memfasilitasi motivasi kepada karyawan dengan insentif berupa uang, memberikan pengakuan, menetapkan tujuan menantang, menetapkan standar terjangkau, meminta umpan balik, memberikan kebebasan melakukan pekerjaan termasuk waktu melakukan pekerjaan, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan menghapuskan tindakan yang mengakibatkan disentensif.

7. Peluang (*opportunity*)

Pekerja perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya. Terdapat dua faktor yang menyumbangkan pada adanya kekurangan kesempatan untuk berprestasi, yaitu ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Sugiono (2008:36) menyatakan bahwa "penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih". Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan *assosiatif* kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2009:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinearitas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji t (uji parsial) yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (budaya *kaizen* dan kompensasi) terhadap variabel dependen (Kinerja Karyawan). Selanjutnya dilakukan Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi. Tingkat ketepatan dalam koefisien determinasi itu biasanya dinyatakan dalam prosentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tollerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.398	5.072		5.205	.000		
BUDAYA KAIZEN	.129	.124	.143	1.040	.303	.978	1.023
KOMPENSASI	.033	.147	.031	.222	.825	.978	1.023

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 2016

Model persamaan regresi dari tabel 1 dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 26,398 + 0,129X_1 + 0,033X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 26,398 menunjukkan bahwa nilai kinerja karyawan akan sama dengan 26,398 jika nilai budaya *kaizen* (X_1), dan kompensasi (X_2) sama dengan 0.
- Koefisien budaya *kaizen* (X_1) sebesar 0,129 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai budaya *kaizen* akan menaikkan kinerja karyawan sebesar 0,129 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai budaya *kaizen* akan menurunkan kinerja karyawan sebesar 0,129, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu kompensasi (X_2) konstan atau tetap.

Koefisien kompensasi (X_2) sebesar 0,033 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kompensasi akan menaikkan kinerja karyawan sebesar 0,033 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kompensasi akan menurunkan kinerja karyawan sebesar 0,033, dengan asumsi variabel independen lainnya yaitu budaya *kaizen* (X_1) konstan atau tetap.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen yang terdiri dari : budaya *kaizen* (X_1) dan kompensasi (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y). Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing - masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n-2$) = $56-2 = 54$, maka diperoleh t tabel = $\pm 2,005$.

- Hasil uji t untuk variabel X_1 (budaya *kaizen*) diperoleh nilai t hitung = 1,040 dengan tingkat signifikansi 0,303 Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar $\pm 2,005$. Ini berarti $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, hipotesis pertama tidak dapat diterima. Dengan kata lain budaya *kaizen* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.
- Hasil uji t variabel X_2 (kompensasi) diperoleh nilai t hitung = 0,222 dengan tingkat signifikansi 0,825. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar $\pm 2,005$. Ini berarti $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis kedua tidak dapat diterima, yang berarti bahwa kompensasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.

Hasil Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier sederhana adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.142 ^a	.020	-.017	3.24877

a. Predictors: (Constant), KOMPENSASI, BUDAYA KAIZEN

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 2016

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,020. Hal ini berarti 2% kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh budaya *kaizen* dan kompensasi, sedangkan sisanya yaitu 98% kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Contoh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini antara lain: rekan kerja, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, kepercayaan pada pimpinan, motivasi, pendidikan dan pelatihan, komitmen organisasi, dan lain sebagainya

Pembahasan

Pengaruh Budaya *Kaizen* Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Lumajang.

Hasil penelitian atas pengaruh budaya *kaizen* terhadap kinerja karyawan menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Penelitian ini bertentangan dengan yang dikatakan oleh Imai, sebagai penulis pertama tentang *kaizen*, yang sekaligus dijadikan rujukan utama teori *Kaizen* dalam penelitian ini bahwa, prinsi-prinsip maupun budaya *kaizen* sendiri tidak hanya berlaku di perusahaan Jepang saja, tetapi dimanapun di setiap bagian perusahaan didunia ini yang melakukan perbaikan terus menerus dan berkelanjutan adalah perwujudan budaya *kaizen*.

"Budaya kerja adalah suatu semangat tidak terlihat yang mengikat semua individu di dalam perusahaan untuk selalu bergerak dan bekerja sesuai irama budaya kerja itu". (Moeheriono, 2014:346) Hasil dari penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhamad Herman Indrajaya, Aziz Fathoni, Maria, Magdalen Minarsih (2012) yang berjudul Pengaruh Budaya *Kaizen* Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating (Study In PT. DJARUM UNIT SKT KRADENAN KUDUS), hasil penelitian ini menyebutkan bahwa seiri dan seiton tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan shiketsu mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel seiri, seiton dan shiketsu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Dari hasil penelitian saya perlu dilihat kembali mengenai hubungan antar variabel, Hubungan Budaya *Kaizen* pada dasarnya sejalan dengan kinerja, dijelaskan dalam hubungannya *Kaizen* menurut Imai (2008:11) adalah "kemajuan dan perbaikan terus menerus dalam kehidupan seseorang, kehidupan berumah tangga, kehidupan bermasyarakat dan kehidupan kerja". *Kaizen* adalah "konsep yang sederhana, yang dibentuk oleh dua karakter yaitu: *Kai* artinya perubahan dan *Zen* artinya baik, sehingga kalau digabungkan menjadi satu kata maka secara harfiah berarti "perbaikan". *Kaizen* adalah penyempurnaan berkesinambungan yang melibatkan seluruh anggota perusahaan dengan menciptakan cara berpikir yang berorientasi pada proses dan sebuah sistem manajemen yang menunjang serta menghargai usaha karyawan. Perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara terus menerus akan mampu memberikan hasil yang baik dan memberikan dampak yang positif bagi kinerja karyawan, sehingga mampu meningkatkan kualitas perusahaan. Berdasarkan dari asumsi diatas dapat disimpulkan bahwa budaya *kaizen* dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja karyawan yang tentunya akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Hasil penelitian atas pengaruh budaya *kaizen* terhadap kinerja karyawan menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hal ini dikarenakan budaya *kaizen* tidak bisa secara langsung dapat dilihat pengaruhnya, tetapi harus melalui uji terhadap variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti usia, jenis kelamin, dan lainnya. Di Kantor Pos Lumajang budaya *kaizen* tidak berpengaruh dilihat dari deskripsi responden, dalam hal ini responden lebih banyak karyawan laki-laki dibandingkan perempuan, hal ini bertentangan bahwa dalam pernyataan kuisisioner budaya *kaizen* menyatakan mengenai keringkasan, kerapian, kebersihan, perawatan, dan kerajinan yang pada umumnya dilakukan oleh seorang perempuan, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa laki-laki juga melaksanakan hal tersebut. Namun dilihat kembali dari deskripsi responden bahwa usia responden di Kantor Pos Lumajang

paling banyak diatas 40 tahun. Usia diatas 40 tahun bukanlah usia yang produktif, secara umum mereka lebih cenderung menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, tanpa peduli terhadap 5R (ringkas,rapi,resik,rawat, dan rajin).

Budaya *kaizen* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang, dikarenakan indikator budaya *kaizen* seperti yang tercantum pada instrumen penelitian yaitu: *seiri* (ringkas), *seiton* (rapi), *seiso* (resik), *seiketsu* (rawat), *shitsuke* (rajin), bukanlah hal baru di Kantor Pos Lumajang, namun nama dan cara penerapan yang disesuaikan dengan budaya Jepang yang membuat karyawan beranggapan bahwa itu adalah hal yang asing dan baru untuk diaplikasikan dan kerja sehari-hari. Padahal indikator yang ada sudah sesuai sebagai poin untuk meningkatkan kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Dari hasil kuisioner dapat diketahui bahwa pada variabel budaya *kaizen* memiliki rata-rata jawaban tertinggi pada beberapa pernyataan yaitu, “menyingkirkan barang – barang atau file yang tidak digunakan lagi ditempat kerja”, “membersihkan tempat kerja, ruangan kerja, peralatan dan lingkungan kerja”, “merawat alat inventaris kerja dan melakukan pekerjaan sesuai prosedur yang telah ditetapkan”, serta “Selalu memelihara kedisiplinan pribadi meliputi suatu kebiasaan dan pemeliharaan program 5S/5R yang sudah berjalan”, dari pernyataan yang sudah direspon baik oleh responden memang menunjukkan keseriusan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai dengan indikator yang diuraikan dalam setiap pernyataan. Namun pada hasil akhir penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh budaya *kaizen* terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hal ini bisa dikarenakan budaya *kaizen* adalah budaya yang baru diperkenalkan di Kantor Pos Lumajang, tata cara pembahasan, pelaksanaan disesuaikan dengan apa yang dikenalkan di Jepang, dimana Jepang adalah pelaksana budaya *kaizen* dengan tingkat keberhasilan tinggi, sehingga karyawan masih kurang memahami peran dan fungsi budaya *kaizen* dalam proses kerja sehari-hari. Selain itu dalam indikator budaya *kaizen* yang terdiri dai ringkas, rapi, resik, rawat, dan rajin adalah hal yang sudah biasa dilakukan di Kantor Pos Lumajang, karena perusahaan ini bekerja di bidang jasa yang menangani retail dan logistik, maka sudah wajib sekali menjalankan setiap indikator dalam kegiatan kerja sehari-hari demi tercapainya kepuasan pelanggan. Hal inilan yang menyebabkan budaya *kaizen* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang, dan karena ada variabel lain seperti komitmen, gaya kepemimpinan, dan lingaakungan kerja yang mungkin lebih mempengaruhi kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.

Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Lumajang.

Hasil penelitian atas pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang menunjukkan tidak adanya pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori Desseler (2009:82), yang menyebutkan kompensasi karyawan adalah semua bentuk pembayaran atau hadiah yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka dan mempunyai dua komponen: pembayaran langsung (dalam bentuk upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus), dan pembayaran tidak langsung (dalam bentuk tunjangan keuangan seperti asuransi dan uang liburan yang dibayar oleh perusahaan). Ganjaran nonfinansial seperti hal-hal yang tidak mudah dikuantifikasikan yaitu ganjaran-ganjaran berupa pekerjaan yang lebih menantang, jam kerja yang lebih luwes dan kantor yang lebih bergengsi.

Menurut teori di atas dapat diuraikan tingkat kompensasi yang tinggi timbul dari pekerjaan yang bagus, dan menghasilkan kinerja yang luar biasa. Namun dalam penelitian ini kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hasil ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Nur Widiastuti (2014), dengan judul Pengaruh Budaya Kerja, Kompensasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Kendari Tahun 2013. Dalam penelitian ini Variabel budaya kerja (X1) karena saling berkorelasi dengan variabel kompensasi (X2) dan variable budaya kerja ini mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap variabel kompensasi, dengan kata lain bahwa kompensasi (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kinerja pegawai di BAPPEDA Kota Kendari.

“Kompensasi adalah keseluruhan imbalan yang diterima oleh karyawan sebagai penghargaan atas kontribusi yang diberikannya kepada organisasi, baik yang bersifat finansial maupun nonfinansial” (Suparyadi, 2015:271). Sedangkan menurut Wirawan (2015:368), “kompensasi adalah imbalan finansial dan nonfinansial yang diterima tenaga kerja sebagai hasil hububgan ketenagakerjaan antara pemberi kerja dengan tenaga kerja”.

Hubungan antar variabel kompensasi dengan kinerja karyawan dijelaskan bahwa Kompensasi dan kinerja merupakan unsur-unsur substansial yang sangat esensial dalam suatu proses manajemen sumber daya manusia. Kinerja seseorang nampak dalam keluaran yang dihasilkannya. Kinerja yang baik bisa dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya tentang seberapa adil dan tingkat kelayakan gaji atau upah yang mereka terima. Keterkaitan unsur ini perlu menjadi salah satu fokus utama bagi suatu proses manajemen sumber daya manusia, dengan demikian proses ini mampu memberikan

kontribusi yang signifikan dalam operasional organisasi secara keseluruhan guna mencapai tujuan. Berdasarkan dari asumsi diatas dapat disimpulkan bahwa kompensasi dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja karyawan yang tentunya akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang karena dalam hal ini penelitian dilakukan di sebuah perusahaan dengan responden berstatus karyawan tetap, dan perusahaan tersebut tidak menerapkan sistem pemberian kompensasi berdasarkan target. Selain itu dilihat dari deskripsi responden bahwa dari sisi jenis kelamin di Kantor Pos Lumajang lebih banyak karyawan berjenis kelamin laki-laki yang pada hakikatnya mereka adalah seorang kepala keluarga, namun karena di Kantor Pos Lumajang setiap pekerjaan mendapatkan tunjangan jabatan yang sudah disesuaikan dengan beban kerja, sehingga tidak terdapat masalah mengenai pemberian kompensasi yang mengakibatkan variabel kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Selain itu usia responden yang banyak diatas 40 tahun menunjukkan bahwa usia tersebut bukan usia produktif, sehingga kebanyakan orang bekerja agar cepat selesai dan pulang kerumah tanpa memperhatikan kompensasi yang didapatkan.

Dalam indikator kompensasi yang terdiri dari gaji, insentif, komisi/bonus tunjangan, asuransi, ganjaran non finansial, responden kurang memperhatikan itu, hal ini dikarenakan seberapa tinggi tingkat kinerja karyawan gaji, insentif, komisi/bonus tunjangan, asuransi, ganjaran non finansial yang diberikan tetap sesuai golongan pangkat yang dimiliki setiap karyawan. Maka dari itu indikator tersebut menyebabkan kompensasi tidak menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Dalam pernyataan yang sudah ditanggapi oleh responden diketahui pernyataan dengan rata-rata tertinggi yaitu "Gaji yang dibayarkan teratur, seperti tahunan, caturwulan, bulanan atau mingguan". Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang indikator kompensasi seperti yang tercantum pada instrumen penelitian tidak begitu diperhatikan dan dipermasalahkan oleh karyawan sehingga tidak mempengaruhi kinerja mereka. Di Kantor Pos Lumajang kinerja karyawan dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih dominan, seperti gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, serta komitmen karyawan.

Jadi tinggi rendahnya kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.

Pengaruh Budaya *Kaizen* Dan Kompensasi Secara Simultan Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Lumajang.

Dari hasil penelitian diketahui uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel budaya *kaizen* dan kompensasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hal ini mengindikasikan bahwa budaya *kaizen* dan kompensasi secara bersama-sama tidak mempengaruhi kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Dilihat dari hasil uji f diketahui bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh budaya *kaizen* terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Budaya *kaizen* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang, dikarenakan indikator budaya *kaizen* seperti yang tercantum pada instrumen penelitian yaitu: *seiri* (ringkas), *seiton* (rapi), *seiso* (resik), *seiketsu* (rawat), *shitsuke* (rajin), bukanlah hal baru di Kantor Pos Lumajang, namun nama dan cara penerapan yang disesuaikan dengan budaya Jepang yang membuat karyawan beranggapan bahwa itu adalah hal yang asing dan baru untuk diaplikasikan dan kerja sehari-hari. Padahal indikator yang ada sudah sesuai sebagai poin untuk meningkatkan kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.

Hasil penelitian atas pengaruh budaya *kaizen* terhadap kinerja karyawan menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hal ini dikarenakan budaya *kaizen* tidak bisa secara langsung dapat dilihat pengaruhnya, tetapi harus melalui uji terhadap variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti usia, jenis kelamin, dan lainnya. Di Kantor Pos Lumajang budaya *kaizen* tidak berpengaruh dilihat dari deskripsi responden, dalam hal ini responden lebih banyak karyawan laki-laki dibandingkan perempuan, hal ini bertentangan bahwa dalam pernyataan kuisioner budaya *kaizen* menyatakan mengenai keringkasan, kerapian, kebersihan, perawatan, dan kerajinan yang pada umumnya dilakukan oleh seorang perempuan, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa laki-laki juga

melaksanakan hal tersebut. Namun dilihat kembali dari deskripsi responden bahwa usia responden di Kantor Pos Lumajang paling banyak diatas 40 tahun. Usia diatas 40 tahun bukanlah usia yang produktif, secara umum mereka lebih cenderung menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, tanpa peduli terhadap 5R (ringkas,rapi,resik,rawat, dan rajin).Dari hasil kuisioner dapat diketahui bahwa pada variabel budaya *kaizen* memiliki rata-rata jawaban tertinggi pada beberapa pernyataan yaitu, “menyingkirkan barang – barang atau file yang tidak digunakan lagi ditempat kerja”, “membersihkan tempat kerja, ruangan kerja, peralatan dan lingkungan kerja”, “merawat alat inventaris kerja dan melakukan pekerjaan sesuai prosedur yang telah ditetapkan”, serta “Selalu memelihara kedisiplinan pribadi meliputi suatu kebiasaan dan pemeliharaan program 5S/5R yang sudah berjalan”, dari pernyataan yang sudah direspon baik oleh responden memang menunjukkan keseriusan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai dengan indikator yang diuraikan dalam setiap pernyataan.

- b. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang karena dalam hal ini penelitian dilakukan di sebuah perusahaan dengan responden berstatus karyawan tetap, dan perutahaan tersebut tidak menerapkan sistem pemberian kompensasi berdasarkan target. Dalam indikator kompensasi yang terdiri dari gaji, insentif, komisi/bonus tunjangan, asuransi, ganjaran non finansial, responden kurang memperhatikan itu, hal ini dikarenakan seberapa tinggi tingkat kinerja karyawan gaji, insentif, komisi/bonus tunjangan, asuransi, ganjaran non finansial yang diberikan tetap sesuai golongan pangkat yang dimiliki setiap karyawan. Maka dari itu indikator tersebut menyebabkan kompensasi tidak menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang.
- c. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh budaya *kaizen* dan kompensasi terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang menunjukkan bahwa secara simultan tidak berpengaruh. uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel budaya *kaizen* dan kompensasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Hal ini mengindikasikan bahwa budaya *kaizen* dan kompensasi secara bersama-sama tidak mempengaruhi kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Dilihat dari hasil uji f diketahui bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Bagi STIE Widyagama Lumajang
Dengan penelitian ini, dapat dijadikan untuk bahan informasi, perkembangan ilmu dan kreativitas mahasiswa STIE Widyagama Lumajang khususnya di bidang MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia).
- b. Bagi Kantor Pos Lumajang
Disarankan agar mampu memperbaiki sistem yang ada, sehingga karyawan mampu menjaga 5R yang masih belum dilaksanakan sepenuhnya. Sehingga pada penelitian ini menimbulkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh terhadap kinerja. Selain itu pertahankan tingkat kinerja karyawan yang baik, seperti pekerjaan yang sesuai dengan keahlian, gaji/upah yang sesuai dengan pekerjaannya, promosi yang adil dan bijaksana, pengawasan yang baik dan rekan kerja yang saling bekerja sama. Hal ini supaya sikap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang tetap terjaga dan semakin meningkat sehingga produktivitasnya dapat meningkat. Meskipun dalam penelitian ini budaya *kaizen* dan kompensasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan Kantor Pos Lumajang. Namun karyawan Kantor Pos Lumajang harus tetap bekerja sama demi kepentingan organisasi dan mencapai target-target perusahaan. Diharapkan juga budaya *kaizen* bisa tetap dilaksanakan, sebagai budaya kerja yang mampu menjaga citra Kantor Pos Lumajang.
- c. Bagi Peneliti Lain
Diharapkan bagi peneliti selanjutnya lebih memperluas dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti lain dapat melengkapi dengan variabel independen dan dependen lain yang belum diangkat oleh peneliti dahulu agar hasil tersebut mempunyai perkembangan yang semakin sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Desseler, G. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Indeks.

Imai, M. 1999. *Gemba Kaizen Pendekatan Akal Sehat, Berbiaya Rendah Pada Manajemen*. Jakarta:

Pustaka Binaman Pressindo.

Moehariono. 2014. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014b. *Pengaruh budaya kerja, kemampuan dan komitmen pegawai terhadap kinerja pegawai serta dampaknya pada kinerja dinas pertambangan dan energi aceh*, 3(2), 44–53. (<http://prodipps.unsyiah.ac.id/Jurnalimm/images/Jurnal/vol.3/vol.3.no.2/6.44.53.Safrizal.pdf>) .

Suparyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Menciptakan Keunggulan Bersaing Berbasis Kompetensi SDM*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wilson Bangun. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ciracas Jakarta: Erlangga.

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS KEUNGGULAN KOMPETITIF
SUMBER DAYA LOKAL DI DAERAH PEDESAAN****(Studi Kasus Pada UD. Sri Rejeki, Produksi Aneka Keripik, Desa Bodang,
Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang)**

Nawangsih
STIE Widya Gama Lumajang
Email : lovinawang@gmail.com

Abstrak

Peranan strategi pemasaran dalam menunjang keberhasilan kegiatan usaha sangat besar. Pemanfaatan sumber daya lokal potensi desa menjadi keunggulan kompetitif tersendiri dari produk yang dihasilkan, sehingga memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri jika dibandingkan dengan produk yang beredar di pasaran. Permasalahan penelitian antara lain : bagaimana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan di UD. Sri Rejeki dan apa saja keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh sumber daya lokal di daerah pedesaan. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengumpulan data menggunakan purposive sampling. Analisis data yang digunakan terdiri dari empat tahapan, antara lain : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Informan penelitian terdiri dari : pemilik usaha, karyawan, supplier, konsumen dan pemilik toko. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran dilakukan dengan mengimplentasikan komponen dari 7P, yaitu : product, price, place, promotion, people, power, physical evidence, temuan hasil penelitian dari komponen 7P tersebut ternyata dalam pelaksanaannya unsur product yang masih belum berjalan maksimal. Sedangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh sumber daya lokal di daerah pedesaan yang dimanfaatkan oleh UD. Sri Rejeki adalah dengan memanfaatkan bahan baku lokal untuk pembuatan keripik yang tersedia di daerah tersebut, antara lain : pisang, talas, singkong, ubi dan tempe.

Kata kunci : strategi pemasaran, keunggulan kompetitif, desa**Abstract**

The effect of marketing strategy to supporting the success of business activities is very large. Utilization of local resources potential of the village into its own competitive advantage of the resulting product, so it has its own uniqueness and distinctive characteristics when compared with the products on the market. Research problems include: how to implementation of marketing strategy applied in UD. Sri Rejeki and what are the competitive advantages possessed by local resources in rural areas. Type of descriptive research with qualitative approach. Techniques of collecting data using interviews, observation and documentation. Methods of data collection using purposive sampling. Data analysis used consisted of four stages, among others: data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The research informants consist of: business owners, employees, suppliers, consumers and shopkeepers. The result of the research shows that the marketing strategy is done by implementing the 7P components, namely: product, price, place, promotion, people, power, physical evidence, research result of 7P component. But the implementation element product that still not running maximally. While the competitive advantage of local resources in rural areas by UD. Sri Rejeki is to utilize local raw materials for making chips among others: banana, taro, cassava, yams and tempe

Keyword : management strategy, competitive advantage, rural**PENDAHULUAN**

Perkembangan UMKM yang semakin meningkat di berbagai sektor usaha produktif menimbulkan terjadinya persaingan usaha yang kompetitif, sehingga menuntut pelaku usaha untuk kreatif dan inovatif menciptakan peluang baru bagi produk yang dipasarkan, tidak terkecuali bidang UMKM yang dijalankan di daerah pedesaan. UMKM menurut Rahmana (2008) dalam Rahmawati, dkk (2016) penggolongan UMKM dibagi berdasarkan beberapa kriteria antara lain : livelihood activities yaitu usaha mencari nafkah atau di sektor informal, micro enterprise yaitu UMKM untuk pengrajin, small dynamic enterprise yaitu UMKM dengan bidang pekerjaan sub kontrak dan ekspor dan fast moving enterprise yaitu memiliki jiwa wirausaha yang akan bertransformasi ke usaha besar. Kegiatan usaha

yang dijalankan di daerah pedesaan pada penelitian ini sebagian besar berada di kategori livelihood activities yaitu mencari nafkah di sektor informal, seperti yang dijalankan oleh UD. Sri Rejeki di Desa Bodang, Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang. Desa sebagai unit pemerintahan terkecil memiliki peran dan tanggung jawab yang sama dalam membangun desa, salah satunya melalui kegiatan wirausaha yang dijalankan oleh sebagian besar masyarakat. Jenis usaha yang dijalankan masyarakat salah satunya dengan cara memanfaatkan potensi sumber daya alam yang banyak tersedia di lingkungan pedesaan, khususnya pertanian, baik padi, palawija maupun produk pertanian yang lain. Kabupaten Lumajang terkenal sebagai daerah penghasil pisang. Kontribusi sektor pertanian khususnya tanaman pisang bisa maksimal, dengan didukung oleh ketersediaan lahan, iklim, keragaman, sumber daya manusia, dan budidaya tanaman pisang. Tanaman pisang merupakan salah satu komoditas unggulan dari Kabupaten Lumajang, terdapat 2 jenis pisang yang menjadi komoditas unggulan yaitu pisang mas kirana dan pisang agung.

Pisang mas kirana menurut Solicha (2011), di Kabupaten Lumajang, hanya mampu tumbuh subur di lereng Gunung Semeru dengan ketinggian 3.676 meter dari permukaan laut (mdpl). Pisang mas kirana dari Kabupaten Lumajang merupakan salah satu varietas unggulan berdasarkan keputusan dari Menteri Pertanian No. 16/Kpts/SR.120/12/2005, tanggal 26 Desember 2005. Pisang menduduki peringkat ke empat sebagai sumber pangan selain jagung, gandum dan padi. Hal ini memberikan indikasi bahwa pisang memiliki manfaat yang besar bagi masyarakat, Rahmawati dan Hayati (2013). Pisang merupakan tanaman yang kaya dengan karbohidrat, dapat dijadikan sumber bahan pangan alternatif pengganti beras, banyak dibudidayakan masyarakat, Radiya (2013). Pisang perawatannya mudah, peluang pasar produk cukup besar, sehingga memberikan keuntungan ekonomis menjanjikan bagi para petani.

Salah satu daerah penghasil pisang di Kabupaten Lumajang adalah Desa Bodang, Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang. Karakteristik daerah di dataran tinggi, sesuai untuk pertumbuhan tanaman, sehingga menjadikan pisang dapat tumbuh dengan subur. Pisang bagi masyarakat bukan hanya dikonsumsi sebagai buah segar, melainkan juga diolah menjadi beraneka produk kuliner mulai kue tradisional, pisang goreng, hingga dibuat keripik. Peluang usaha dengan memanfaatkan bahan baku pisang juga dilakukan oleh UD. Sri Rejeki, dengan memproduksi aneka keripik, salah satunya keripik pisang. Bahan baku pisang yang digunakan beragam mulai dari pisang mas kirana, pisang kepok, pisang tanduk dan pisang agung. Selain pisang masih ada produk lain yang dihasilkan yaitu : singkong, talas dan tempe. Produk keripik yang dihasilkan dibuat dengan memanfaatkan sumber daya lokal, yang cukup mudah diperoleh, murah dan banyak tersedia disekitar, sehingga ketersediaan bahan baku selalu terjamin. Ketersediaan bahan baku yang memadai akan membantu kegiatan pemasaran yang dilakukan. Strategi pemasaran produk menjadi salah satu elemen penting keberhasilan usaha yang dijalankan. Strategi pemasaran disini mencakup elemen 7P yaitu : product, price, promotion, place, people, power, physical evidence, Kotler dan Armstrong (2001). Implementasi 7P dilakukan dengan maksud agar pelaku usaha mampu membuat produk sesuai dengan selera konsumen, mampu mengkomunikasikan nilai bisnis sesuai dengan harapan konsumen, mampu menawarkan harga yang terjangkau sesuai dengan daya beli konsumen, memberikan kemudahan pelayanan, membuat desain produk yang menarik dan memudahkan konsumen menerima nilai yang ditawarkan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sri Rejeki dilakukan dengan mengaplikasikan beberapa elemen penting dari strategi pemasaran, meskipun terdapat beberapa bagian yang masih perlu ditingkatkan lagi, salah satunya dari sisi produk, karena difersifikasi varian produk yang dihasilkan masih terbatas, sehingga pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen terbatas, kegiatan inovasi produk hanya dilakukan hanya berdasarkan pesanan dari konsumen dan belum dibuat secara berkala, dan kemasan produk masih sederhana.

Fenomena menarik dari kegiatan usaha yang dijalankan oleh UD. Sri Rejeki yang menjadi kebaruan dari kegiatan penelitian adalah implementasi strategi pemasaran yang dilakukan dan keunggulan kompetitif dari pemanfaatan sumber daya lokal yang tersedia di pedesaan, baik dari sumber daya alam melalui pemanfaatan bahan baku lokal yang digunakan yaitu : pisang sebagai bahan baku utama, singkong, talas dan tempe yang banyak tersedia di daerah pedesaan, dan keunggulan kompetitif dalam bidang lainnya. Keunggulan kompetitif diciptakan dengan tujuan utama, memberikan nilai atau ciri khas berbeda yang dimiliki yang perusahaan, Mursidi (2015). Keunggulan kompetitif yang dimiliki erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan dalam menjalankan beberapa hal sebagai berikut: inovasi produk yang dijalankan, penggunaan teknologi guna mendukung kegiatan produksi, desain organisasi serta kemampuan dan ketrampilan dari sumber daya manusia. Pengelolaan dan pengembangan terkait tiga hal tersebut menjadi tuntutan utama yang harus dipenuhi di masa yang akan datang, Barney, (2001)

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran menurut Collin (2009) yaitu sebuah tahapan kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran barang dan jasa

Strategi Pemasaran

Strategi menurut David (2013), merupakan sebuah cara yang harus dilakukan guna mencapai tujuan jangka panjang. Strategi yang dilakukan dalam bentuk perluasan geografis wilayah, diversifikasi produk, akuisisi produk, pengembangan produk baik melalui kreatifitas dan inovasi, kegiatan penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Sedangkan strategi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2001) terdiri dari : *product, price, promotion, place, people, power, physical evidence*

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif menurut Bernadin dan Russel (2003) yaitu kemampuan suatu organisasi dalam menciptakan sebuah metode untuk menemukan sebuah peluang yang menguntungkan, untuk mengoptimalkan nilai dari kegiatan investasi yang dilakukan. 2 prinsip mendasar yang bisa diterapkan dalam menciptakan keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai yang dapat diterima oleh pasar konsumen dan keunikan atau ciri khas yang berbeda dari produk barang dan jasa yang dihasilkan

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang melakukan penelitian dengan kajian tema tentang strategi pemasaran dilakukan oleh Anwar, Syukriah dan Kartina, (2017), dengan judul penelitian Strategi Pemasaran PT Honda Arista Kota Lhoksemawe Dalam Meningkatkan Penjualan. Sedangkan penelitian dengan tema tentang keunggulan kompetitif dilakukan oleh : Teguh Setiawan, (2017), dengan judul penelitian Pencapaian Keunggulan Kompetitif Perusahaan Dengan Pengelolaan Sumber Daya Manusiannya.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian berada di UD. Sri Rejeki, Desa Bodang, Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang. UD. Sri Rejeki menjadi lokasi penelitian dikarenakan : di lokasi tersebut terdapat home industry yang membuat produk keripik pisang, singkong dan talas dengan keunggulan tertentu yang dimilikinya. Jenis penelitian yang dilakukan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan atau narasumber penelitian antara lain : pemilik usaha, karyawan, supplier, konsumen dan pemilik toko. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi kegiatan penelitian yang dilakukan di lokasi dengan informan penelitian. Model analisa data menggunakan empat tahapan, antara lain : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dimana penentuan informan atau narasumber penelitian dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan data yang diperlukan

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Implementasi Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh UD. Sri Rejeki

UD. Sri Rejeki dalam kegiatan strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan konsep 7P, yaitu : *product, price, promotion, place, people, power, physical evidence*. Implementasi kegiatan 7P dilakukan meskipun dalam bentuk yang sederhana, menyesuaikan dengan kondisi yang ada, antara lain dalam bentuk :

Produk/Product

Produk keripik yang dihasilkan dari UD. Rezeki mampu bersaing dengan produk yang beredar di pasaran. Keripik yang notabene merupakan cemilan merupakan salah satu makanan favorit bagi banyak orang. Permintaan pasar terhadap produk keripik, salah satunya keripik pisang cukup besar, sehingga memberikan peluang menguntungkan bagi usaha yang bergerak dalam bidang tersebut, mengingat pisang yang tersedia di daerah pedesaan tersebut cukup melimpah, sehingga dengan dijadikan keripik pisang, maka menambah nilai ekonomis dan masa manfaat produk., seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha berikut ini :

"...Olahan produk keripik pisang memberikan manfaat lebih dari buah pisang, pisang selain dikonsumsi sebagai buah segar, siap makan, juga bisa diolah, agar lebih tahan lama, harga jual lebih tinggi salah satunya dengan dibuat keripik dan aneka olahan pisang lainnya..."

Pisang yang diolah menjadi produk keripik bukan hanya dari buahnya saja, melainkan juga kulit dan bonggol pisangnya, seperti yang diungkapkan oleh konsumen berikut ini :

"...Saya pernah membeli keripik pisang dari UD. Sri Rejeki, tetapi bukan keripik pisangnya melainkan dari kulit pisang dan bonggol pisang, ternyata rasanya enak dan unik, karena bahan baku yang digunakan berbeda dari biasanya..."

Selain produk keripik pisang yang dihasilkan oleh UD. Sri Rejeki, juga menghasilkan beraneka produk olahan keripik lainnya yaitu keripik talas, keripik singkong, keripik ubi, keripik kulit pisang, keripik bonggol pisang, keripik tempe dan aneka olahan keripik lainnya, seperti yang diungkapkan oleh pemilik toko berikut ini :

"..Ibu Sripah pemilik usaha keripik ini terkadang memasarkan bukan hanya keripik pisang, talas, ubi dan singkong, melainkan juga kulit dan bonggol pisang, Cuma untuk keripik yang jenis seperti itu hanya berdasarkan pesanan, karena peminatnya terbatas.."

Beberapa keunggulan dari produk keripik yang dipasarkan oleh UD. Sri Rejeki, juga memiliki beberapa kekurangan yang harus segera ditindaklanjuti agar produk yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen, seperti yang diungkapkan oleh pemilik toko sebagai berikut :

"...Keripik pisang yang dijual hanya terbatas pada 2 (dua), varian rasa yaitu manis dan asin, tidak ada rasa yang lain, yang kekinian seperti coklat, keju atau rasa yang sekarang lagi trend, biar produknya lebih unik.."

Selain dari sisi rasa ada kekurangan lain yang dimiliki oleh produk keripik yang dihasilkan oleh UD. Sri Rejeki yaitu kemasan dan bentuk keripiknya , seperti yang diungkapkan konsumen sebagai berikut :

"..Kemasan produk keripik masih sederhana, bisa dibuat lebih menarik lagi, ukuran keripiknya tidak sama tebal dan tipisnya, besar kecilnya dan bentuknya, akan lebih bagus jika bisa lebih seragam, biar lebih menarik.."

Harga/Price

Harga produk yang dijual tidak jauh berbeda dengan harga keripik yang ada di pasaran berkisar antara Rp. 12.500 untuk kemasan 500 gr s/d Rp. 25.000 untuk kemasan 900 gr. Pembeli juga bisa melakukan pembelian secara curah atau per kilogram sesuai dengan kebutuhan, seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

"..Harga jualnya tidak jauh berbeda dengan yang ada di pasaran karena jika terlalu mahal khawatir produk yang dijual tidak laku, karena usaha keripik semacam ini, cukup banyak .."

Promosi/Promotion

Kegiatan promosi produk awalnya menggunakan promosi melalui mulut ke mulut, kemudian berkembang menyesuaikan dengan perkembangan usaha yang dijalankannya seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

"..Awal memasarkan produk melalui mulut ke mulut, selain lebih murah juga lebih bisa langsung ke sampai ke tangan konsumen.."

Ketika usaha sudah mulai berjalan kegiatan promosi yang dilakukan berkembang lagi yaitu dengan system konsinyasi, seperti yang diungkapkan pemilik toko berikut ini :

"..Sistem penjualan yang dilakukan dihitung berdasarkan banyaknya produk yang terjual sehingga jika tidak laku terjual akan dikembalikan lagi, mendapatkan pengganti produk baru.."

Usaha yang dijalankan sekarang sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat, sehingga strategi promosi yang digunakan juga berubah, menyesuaikan dengan perkembangan yang ada seperti yang disampaikan oleh konsumen sebagai berikut :

"..Saya membeli keripik bisa langsung menghubungi via hp atau dengan menggunakan media online, sehingga bisa lebih cepat dan praktis, jika lokasinya dekat bisa diantarkan langsung ke lokasi tujuan.."

Saluran Distribusi/Place

Saluran distribusi yang digunakan menggunakan penjualan secara langsung, dimana pembeli bisa melakukan pembelian langsung ke lokasi usaha di UD. Sri Rejeki, Desa Bodang, Kecamatan Padang, Kabupaten Lumajang. Atau melakukan pembelian ke lokasi dimana pemilik usaha menitipkan produknya ke beberapa toko dan warung yang ada di sekitar Desa Bodang atau ke beberapa toko yang ada di Kabupaten Lumajang, seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

".. Untuk kegiatan pemasaran produk konsumen biasanya yang masih baru membeli bisa menghubungi via hp atau bisa datang langsung ke lokasi usaha, atau bisa membeli di beberapa tempat yang biasa saya gunakan untuk memasarkan produk.."

Orang/People

Usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan penduduk setempat yang berada di sekitar lokasi usaha, misalnya untuk karyawan berasal dari para generasi muda khususnya perempuan maupun ibu rumah tangga sekitar, sehingga mampu memberikan peluang kerja sekaligus pendapatan bagi warga setempat, seperti yang disampaikan oleh karyawan UD. Sri Rejeki sebagai berikut :

"..Saya bekerja disini sudah 8 tahun, sebagian besar yang bekerja adalah perempuan untuk pegawainya, yang laki-laki kebanyakan hanya untuk pengepul pisang dan distributor, saya beruntung bekerja disini, tidak perlu jauh-jauh dan bisa mendapatkan tambahan penghasilan.."

Kekuatan/Power

Kekuatan utama dari produk yang dihasilkan oleh UD. Sri Rejeki adalah dari kualitas rasa dari produk yang dihasilkan karena memanfaatkan produk pisang dari sumber daya lokal yang banyak tersedia di pedesaan dan bahan baku yang tersedia cukup banyak, sehingga ketersediaan produk cukup memadai untuk memenuhi permintaan pasar yang ada, seperti yang diungkapkan oleh supplier berikut ini :

"...Bahan baku pisang sebagai untuk keripik cukup melimpah, banyak tersedia di sini, sehingga tidak perlu khawatir akan kehabisan stock untuk kegiatan proses produksi.."

Kemampuan Fisik/Physical Evidence

Kemampuan fisik yang dimiliki oleh UD. Sri Rejeki, cukup memadai, selain dari pemanfaatan tenaga kerja atau karyawan perempuan juga didukung dengan fasilitas sarana dan prasarana yang digunakan untuk proses produksi, seperti yang disampaikan oleh karyawan berikut ini :

".. Alasan berkaitan dengan banyaknya tenaga kerja wanita yang bekerja disini, sekitar 6 orang untuk hari biasa dan 12 orang ketika permintaan keripik sedang naik, adalah selain untuk memberikan tambahan penghasilan kepada warga sekitar juga, karena wanita bisa lebih hati-hati dalam mengerjakan tugasnya, karena produk yang dibuat harus bersih dan sesuai dengan yang sudah ditentukan pemilik usaha.."

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi kegiatan usaha yang dilakukan di lapangan, mendapatkan temuan bahwa diantara ke 7 elemen strategi pemasaran, masih perlu ditingkatkan lagi dari sisi produknya, selain dari segi inovasi produk, standarisasi ukuran juga kemasan yang dihasilkan, agar produk yang dihasilkan bisa lebih menarik dan omset penjualan lebih meningkat

Keunggulan Kompetitif Sumber Daya Lokal Di Daerah Pedesaan

Keunggulan kompetitif produk sumber daya lokal pedesaan disini terkait dengan beberapa hal baik dari segi sumber daya alam maupun dari sisi sumber daya manusia sebagai unsur utama pelaku usaha. Keunggulan kompetitif dari sisi sumber daya alam berkaitan dengan penggunaan bahan baku keripik yang banyak tersedia di wilayah pedesaan, lebih murah, mudah didapat dan memiliki beberapa keunggulan tertentu dibandingkan dengan di daerah lain.

Usaha produktif yang dijalankan oleh UD. Sri Rejeki adalah membuat aneka keripik dari sumber daya lokal yang banyak tersedia di pedesaan yaitu : pisang, singkong, talas ubi dan tempe. Ketersediaan bahan baku yang melimpah memberikan keuntungan dan nilai tambah atau keunggulan kompetitif bagi produk yang dihasilkan. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha aneka sebagai berikut :

"..pisang untuk pembuatan keripik dibeli dari pengepul yang ada di sekitar desa ini, lebih mudah, cepat, dan harganya tidak terlalu mahal, jika dibandingkan ke pasar .."

Keunggulan kompetitif pisang, singkong dan talas untuk bahan dasar keripik, seperti diungkapkan oleh supplier atau pengepul, sebagai berikut :

"...Pisang yang diambil dari daerah sini enak, lebih manis, tidak mudah busuk, karena masyarakat menanam pisang menggunakan pupuk alami, tidak dengan pupuk kimia, kalau singkongnya rasanya punel, dan ukurannya lebih besar, sehingga lebih menarik jika dijadikan keripik, sedang talasnya juga lebih punel dan enak.."

Keunggulan kompetitif lainnya dari pisang diungkapkan oleh pemilik usaha, sebagai berikut :

"..Pisang yang digunakan biasanya pisang kapok, pisang tanduk, pisang kirana dan pisang agung, menyesuaikan dengan bahan baku yang ada dan permintaan konsumen, pisang jenis tersebut sengaja dipilih karena selain rasanya enak, tidak mudah hancur ketika diolah, warnanya lebih menarik, dan memiliki ciri khas dari aroma dan bentuknya.."

Keunggulan kompetitif lainnya dari talas dan singkong yang dihasilkan, diungkapkan oleh konsumen dari keripik tersebut, sebagai berikut :

"..Singkong yang dijadikan keripik sengaja dipilih yang berwarna kuning, karena lebih enak dan manis, jika dibandingkan dengan yang warna putih, jadi konsumen lebih banyak suka.."

Selain dari segi bahan baku produk keunggulan kompetitif lain yang dimiliki melalui memanfaatkan sumber daya lokal adalah menggunakan tenaga kerja dengan memberdayakan sumber daya manusia dari warga sekitar yang kebanyakan perempuan, seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha berikut ini :

"..Karyawan yang bekerja disini perempuan semua, selain untuk tambahan penghasilan, bekerja disini lebih fleksibel, jadi bagi ibu rumah tangga mereka masih bisa bekerja sekaligus mengasuh anak mereka, sehingga bisa mendapatkan tambahan penghasilan sekaligus tetap bisa mengasuh anak, bisa tetap berjalan.."

Keuntungan lainnya yang diperoleh dengan memberdayakan perempuan sebagai keunggulan kompetitif adalah menciptakan peluang usaha, seperti yang disampaikan oleh karyawan sebagai berikut :

“...*Sebelumnya saya menganggur, hanya sebagai ibu rumah tangga biasa, hanya mengandalkan suami untuk mencari nafkah, akan tetapi dengan bekerja disini saya bisa mendapatkan tambahan penghasilan, sehingga sedikit demi sedikit bisa menabung, dan bisa membantu meringankan beban suami..*”.

Berdasarkan hasil interview dan observasi terkait dengan keunggulan kompetitif sumber daya lokal di daerah pedesaan dengan melihat dari sudut pandang pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia, maka keberadaan UD. Sri Rejeki memiliki keunggulan kompetitif yang cukup besar karena usaha yang dijalankan bukan hanya semata-mata untuk kepentingan usaha melainkan juga ikut berperan dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan di daerah pedesaan.

PEMBAHASAN

Implementasi Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh UD. Sri Rejeki

Implementasi kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sri Rejeki, meskipun dalam konteks yang sederhana sesuai dengan kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki oleh pemilik usaha, terbukti sudah mampu menerapkan unsur 7P didalamnya, akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian lebih terkait dengan produk yang dihasilkan karena produk merupakan unsur pertama dan utama yang berperan penting dalam keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan. Produk yang unggul bukan hanya dilihat dari segi kualitas rasa, melainkan banyak elemen pendukung yang menyertai sebuah produk agar bisa sukses di pasar. Produk yang dihasilkan oleh UD. Sri Rejeki, yang perlu mendapatkan perhatian lebih adalah terkait dengan bentuk produk, varian produk dan kemasan yang dihasilkan. Bentuk produk yang tidak standard atau berbeda ukuran membuat tampilan produk menjadi kurang menarik, sehingga dengan membuat bentuk, ukuran dan warna yang seragam menjadi produk kelihatan lebih menarik, selama ini alat yang digunakan masih sederhana dengan menggunakan manual, sehingga konsistensi hasil produk tidak maksimal. Sehingga perlu adanya penambahan alat, agar produk yang dibuat lebih bagus dan terstandarisasi dengan ukuran dan bentuk yang sama. Untuk varian produk perlu melakukan inovasi lagi, dengan menciptakan varian rasa baru yang sedang trend sehingga konsumen memiliki banyak varian pilihan rasa sesuai dengan selera konsumen, karena konsumen selalu menginginkan adanya hal yang baru dan unik dari produk yang dikonsumsi. Sedangkan untuk kemasan, kemasan yang digunakan masih sederhana, sehingga perlu adanya inovasi dengan membuat kemasan yang menarik, yang nantinya bisa menambah daya tarik dari produk yang dipasarkan, sekaligus membuat ciri khas pembeda dengan produk yang sudah beredar di pasaran

Keunggulan Kompetitif Produk Sumber Daya Lokal Di Daerah Pedesaan

Keunggulan kompetitif sumber daya lokal di daerah pedesaan dilihat dari sisi sumber daya manusia dan sumber daya alam, cukup mampu dimanfaatkan secara maksimal oleh pemilik usaha, bahkan menjadi keunggulan kompetitif produknya, karena rasa keripik yang dihasilkan lebih enak dibandingkan dengan produk yang lain, selain keunggulan dari sisi rasa juga keunggulan dari sisi bahan baku yang digunakan yaitu bahan baku lokal, sehingga mampu memberdayakan para petani pisang, singkong dan talas untuk memasarkan hasil panen mereka. Mereka tidak perlu mencari pasar melainkan sudah ada upaya jemput bola dengan melibatkan supplier untuk mengambil hasil panen dari petani.

Keunggulan kompetitif dari sisi sumber daya manusianya adalah dengan memberdayakan perempuan di desa atau ibu rumah tangga, untuk bisa mendapatkan tambahan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan keluarga dengan tetap bisa menjalankan peran utamanya sebagai ibu rumah tangga, jam kerja yang lebih fleksibel, sehingga tidak membebani karyawan. Penggunaan tenaga kerja perempuan dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja, memberikan bekal ketrampilan yang bermanfaat bagi mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan hasil kegiatan penelitian yang dilakukan, adalah sebagai berikut :

- a. Strategi pemasaran diwujudkan dalam bentuk implementasi komponen 7P : *product, price, promotion, place, people, power, physical evidence*, beberapa komponen 7P tersebut, mampu diaplikasikan dengan baik, sedangkan yang perlu dikaji ulang adalah terkait komponen produk terutama yang berkaitan dengan standarisasi bentuk produk, varian produk dan kemasan produk
- b. Keunggulan kompetitif sumber daya lokal di daerah meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Sumber daya alam memiliki keunggulan kompetitif terkait dengan bahan baku yang digunakan menggunakan bahan baku lokal yang banyak tersedia di daerah pedesaan yaitu : pisang, singkong, talas dan tempe, yang memiliki keunggulan dari segi rasa, bentuk dan daya tahan produk. Sedangkan sumber daya manusia keunggulan kompetitifnya adalah melalui

kegiatan pemberdayaan perempuan yang ada didesa khususnya ibu rumah tangga, sehingga peluang yang dijalankan dapat bermanfaat sebagai tambahan penghasilan

Saran bagi penelitian selanjutnya, antara lain sebagai berikut :

- a. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sri Rejeki, unsur pemasaran onlinenya masih terbatas, lebih dominan ke pemasaran secara konvensional, sehingga akan lebih menarik lagi apabila untuk penelitian selanjutnya bidang kajian yang dibahas juga melibatkan kegiatan pemasaran secara *online*, agar jangkauan pemasaran lebih luas dan pemasaran produk yang dihasilkan bisa lebih meningkat
- b. Keunggulan kompetitif yang dibahas pada penelitian ini terbatas pada sisi sumber daya alam yaitu dari sisi bahan baku yang digunakan dan produk yang dihasilkan saja sehingga masih memungkinkan untuk dikaji lebih lanjut dari sisi yang lain misalnya : keunikan produk dan proses pembuatan sehingga produk yang dihasilkan berbeda dengan yang pernah ada sebelumnya. Sedangkan dari sisi sumber daya manusia, pada penelitian yang dilakukan membahas terkait pemberdayaan perempuan, sehingga disarankan untuk penelitian berikutnya bisa ditambahkan dengan melakukan kajian dari sisi motivasi kerja, lingkungan kerja dan kinerja .

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Syukriah dan Kartina, 2017, Strategi Pemasaran PT. Honda Arista Kota Lhoksemawe Dalam Meningkatkan Penjualan, *Industrial Engineering Journal*. Volume 6. No. 2. (2017). 39-44, ISSN : 2302-934X
- Bernardin, H J. and Russel, J. 2003, *Human Resources Management: An Experimental Approach*, Mc. Graw-Hill, Inc International Edition.
- Barney, J. B. 2001. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Colin. 2009. Pengantar Ilmu komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F.R. 2013. *Strategic Management : Concepts and Cases*, Harlow, UK : Pearson
- Kotler, & Armstrong. 2001. *Principle Of Marketing (Ninth Editions)*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Inc
- Mursidi, A. (2015). *An Investigation on the Internal Quality Assurance System of Higher Education in Indonesia*.
- Radiya, M. 2013. Karakteristik Morfologi Tanaman Pisang (Musa Paradisiaca L), Di Kabupaten Agam. Skripsi. Taman Siswa Padang.
- Rahmawati, M. dan Hayati, E. 2013. Pengelompokan Berdasarkan Karakter Morfologi Vegetatif Pada Plasma Nutfah Pisang . BPFE : Yogyakarta
- Rahmawati, Soenarto., dkk, 2016, *Bisnis Usaha Kecil Menengah, Akutansi, Kewirausahaan dan Manajemen Pemasaran*, Ekuilibria : Yogyakarta
- Setiawan, Teguh. 2017. Pencapaian Keunggulan Kompetitif Perusahaan Dengan Pengelolaan Sumber Daya Manusiannya. *Media Mahardika*. ISSN : 2407-4950 (online). ISSN : 0854-0861 (Print)
- Solicha, Zumrotun. 2011. Pisang Mas Kirana dapat Kurangi Stress. [http://www. antarajatim.com](http://www.antarajatim.com). Diakses tanggal 31 Desember 2015

Kajian Semantik Pada Labelisasi Produk Makanan

Anisatul Fauziah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: anisatulfauziah3@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendapatkan deskripsi objektif tentang ragam bahasa pada labelisasi produk makanan. Jenis data penelitian ini adalah data deskriptif berupa label produk makanan. Peneliti tidak member perlakuan dan hanya mendeskripsikan focus penelitian. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan kegiatan analisis ragam bahasa pada label produk makanan. Ragam bahasa tersebut pada dasarnya mengacu pada komponen linguistik, yakni semantik. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kajian semantik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis data, sehingga peneliti melakukan proses analisis beberapa ragam bahasa pada label produk makanan yang ditinjau dari kajian semantik atau makna. Pendekatan ini sangat sesuai untuk menganalisis relevansi ragam bahasa dari beberapa label produk sebagai wujud kreativitas untuk meningkatkan promosi, khususnya pada aspek penggunaan kosakata yang terdapat pada label tersebut. Label produk yang menjadi fokus penelitian ini adalah ragam bahasa yang terdapat pada produk makanan dari kelompok usaha SMK Perikanan dan Pelayaran di Puger, khususnya pada label makanan ringan. Dengan menganalisis makna ragam bahasa yang hadir

Kata kunci: Kajian Semantik, Labelisasi, dan Produk Makanan

Abstract

This study aims to obtain an objective description of the variety of languages on the labeling of food products. The data type of this research is descriptive data in the form of food product label. Researchers do not treat and only describe the focus of research. Implementation of the research was conducted by analyzing the variety of language on food product label. The variety of language basically refers to the linguistic component, ie semantics. This research uses semantic study approach. Therefore, this research uses data analysis, so the researcher perform the process of analyzing some variety of languages on food product label which viewed from semantic study or meaning. This approach is well suited to analyze the relevance of the variety of languages of some product labels as a form of creativity to enhance promotion, especially in the aspect of vocabulary use contained on the label. The product labels that are the focus of this research are the variety of languages contained in the food products of the SMK Fishery and Shipping venture group in Puger, particularly on snack food labels. By analyzing the meaning of the variety

PENDAHULUAN

Jember merupakan kota yang terkenal dengan oleh-olehnya yang khas, dengan berbagai produk makanan dan cemilan yang beragam. Beberapa produk yang terkenal sebagai oleh-oleh khas Jember, yakni suwar-suwir dan proll tape. Selain produk tersebut, banyak sekali produk-produk makanan oleh-oleh khas Jember yang perlu untuk ditingkatkan. Di Jember banyak pengusaha oleh-oleh makanan khas Jember yang beragam produk yang ditawarkan. Dari beragamnya produk tersebut, makanan olahan harus ditingkatkan baik dari segi kemasan, rasa, harga, dan label produk. Banyaknya pengusaha dan produk yang ditawarkan membuat persaingan usaha semakin ketat. Pengusaha harus memikirkan tentang kekhasan dari kemasan, rasa, harga, bentuk, hingga label produk. Berhubungan dengan hal itu, muncul berbagai label makanan yang beragam.

Label suatu produk menjadi informasi yang sangat penting untuk memahami kesesuaian antara makna (semantik) dari ragam bahasa yang ditawarkan dengan produk yang disajikan. Label yang ditampilkan pada produk makanan mencerminkan tampilan penyajian, rasa makanan, cara pembuatan dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa label merupakan bentuk ragam bahasa yang menginformasikan tentang produk yang ditawarkan dikaitkan dengan konsep-konsep semantik (makna) yang dilabelkan. Dengan demikian, label produk makanan dapat mencerminkan kekayaan bahasa.

Ragam bahasa pada label makanan merupakan bentuk dari kajian semantik. Dalam label tersebut muncul ragam bahasa yang secara semantic bias diterima atau tidak oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa label produk tersebut konsep-konsep kejelasannya masih dipertanyakan. Beberapa label produk berhubungan antara satu konsep dengan konsep lain. Selain itu, terdapat juga bentuk yang dihasilkan tampak menyimpang meskipun masih berkaitan. Oleh karena itu, pemahaman semantik pada label suatu produk penting untuk ditemukan hubungan antar konsep yang dimunculkan.

Semua usahawan belum tentu pandai dalam mengolah bahasa, khususnya bahasa pada label suatu produk. Pengolahan bahasa yang mempersuasi konsumen membutuhkan konteks pengetahuan dan pengalaman sebagai sarana untuk meningkatkan strategi penjualan. Berdasarkan hal tersebut, perlu ada pelatihan untuk meningkatkan kewirausahaan.

Label suatu produk memiliki keunikan dari bahasanya yang beragam. Mengingat pengalaman wirausahawan dalam berwirausaha yang cenderung monoton, kurang menghasilkan nilai jual yang tinggi, sehingga perlu adanya beberapa inovasi yang dapat mengangkat nilai jual dari produk. Beberapa inovasi tersebut dapat menjadi daya saing yang tinggi bagi para wirausahawan, khususnya di Jember.

Penelitian ini merupakan upaya menelaah keberagaman bahasa pada label suatu produk yang diasumsikan dapat meningkatkan nilai jual, khususnya kelompok usaha di SMK Pelayaran Puger. Kajian ini dilakukan berdasarkan kajian semantik yang mengkaji makna bahasa dari label produk. Penelitian ini difokuskan pada "Kajian Semantik pada Labelisasi Produk Makanan".

Penelitian ini difokuskan pada telaah atau analisis kajian semantik pada labelisasi produk makanan di Puger berdasarkan tinjauan semantik. Adapun sub-sub fokus pada penelitian ini adalah:

1. Variasi bentuk ragam bahasa pada labelisasi produk.
2. Makna semantik yang terdapat dalam ragam bahasa pada labelisasi produk.
3. Pengaruh makna labelisasi produk pada proses distribusi.

KAJIAN TEORI

Kewirausahaan erat kaitannya dengan mengembangkan dan membangun sesuatu yang kreatif dan inovatif serta berani mengambil resiko yang ada untuk mewujudkan hasil yang memuaskan dan membanggakan. Berani mengambil resiko harus dimiliki oleh seseorang yang berjiwa wirausahawan karena pada kenyataannya seorang wirausaha tentunya akan menghadapi beberapa kesulitan yang menuntut seseorang harus siap menerima resiko baik secara materiil maupun non materiil.

Dalam berwirausaha dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik, manajemen pemasaran erat kaitannya dengan ilmu dan seni. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran dijadikan sebagai ilmu untuk proses jalannya pemasaran dengan pasar sasaran, yakni mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan untuk dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Kotler, 2007:6).

Kotler (2008:5) juga mendefinisikan bahwa pemasaran selain mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan juga menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Selain itu, manajemen pemasaran menjembatani pemilihan target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan membuat, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang superior (Kotler dan Keller 2008:27).

Cannon (2008:40) menyatakan bahwa strategi pemasaran berkaitan dengan pasar dan bauran pemasaran. Hal ini merupakan gambaran dari yang dilakukan oleh wirausahawan di suatu pasar. Pasar target merupakan beberapa pelanggan yang sama yang tertarik oleh usaha tersebut. Bauran pemasaran merupakan beberapa variabel yang akan dipantau oleh beberapa usahawan untuk memuaskan kelompok yang ditarget.

Harga merupakan bauran pemasaran yang berupa pendapatan, atau sesuatu yang dijadikan patokan untuk menghasilkan uang. Menurut Kotler (2002:439) harga merupakan patokan dari nilai mata uang yang dibebankan untuk nilai suatu produk atau jasa yang ditukar konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang ragam bahasa pada labelisasi produk makanan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendapatkan deskripsi objektif tentang ragam bahasa pada labelisasi produk makanan. Jenis data penelitian ini adalah data deskriptif berupa label produk makanan. Peneliti tidak member perlakuan dan hanya mendeskripsikan focus penelitian.

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan kegiatan analisis ragam bahasa pada label produk makanan. Ragam bahasa tersebut pada dasarnya mengacu pada komponen linguistik, yakni semantik.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kajian semantik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis data, sehingga peneliti melakukan proses analisis beberapa ragam bahasa pada label produk makanan yang ditinjau dari kajian semantik atau makna. Pendekatan ini sangat sesuai untuk menganalisis relevansi ragam bahasa dari beberapa label produk sebagai wujud kreativitas untuk meningkatkan promosi, khususnya pada aspek penggunaan kosakata yang terdapat pada label tersebut.

Label produk yang menjadi focus penelitian ini adalah ragam bahasa yang terdapat pada produk makanan dari kelompok usaha SMK Perikanan dan Pelayaran di Puger, khususnya pada label makanan ringan. Dengan menganalisis makna ragam bahasa yang hadir dalam label produk tersebut. Selain itu, penelitian ini pada akhirnya menemukan pengaruh dari makna label pada proses distribusi.

Data penelitian ini adalah ragam bahasa pada labelisasi produk. Berdasarkan data tersebut, maka sumber data penelitian adalah paparan bahasa dan variasi bahasa pada label produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variasi ragam bahasa pada label produk yang dihasilkan antaralain produk olahan makanan. Variasi ragam bahasa pada produk olahan makanan ada tujuh macam label, yakni *kaki naga*, *sisis*, *risoles*, *nugget*, *siomay*, *tahu bakso*, dan *mie tulang ikan*. Label pada produk tersebut yang muncul pada data penelitian menunjukkan ragam bahasa yang bervariasi.



Gambar 1. Produk Olahan Makanan

Produk makanan *kaki naga*, *sisis*, *risoles*, *nugget*, *siomay*, *tahu bakso*, dan *mie tulang ikan* merupakan produk makanan olahan yang berbahan dasar ikan tuna. Produk tersebut kemasannya sangat menarik, dengan kemasan warna merah, isi tujuh biji dalam satu kemasan. Akan tetapi, kemasan tersebut tidak memiliki BPOM, disebabkan karena pengurusan SIUP masih terkendala pada pelabelan yang secara semantik maknanya masih terlalu luas. Seharusnya, label yang digunakan menggunakan pemilihan diksi yang menarik dan bisa dikomersilkan. Selain itu, juga terdapat pemilihan bahasa yang persuasif pada label tersebut, yakni "*Rasakan Lezatnya, Nikmati Sehatnya*". Kata-kata tersebut sangat cukup untuk mempersuasif konsumen, sehingga konsumen merasa yakin bahwa makanan tersebut tidak hanya lezat, tetapi juga sehat. Akan tetapi, pada kemasan tersebut tidak dicantumkan label halal.

Aspek semantik yang terdapat pada label produk dapat dibentuk lewat penyempitan dan perluasan makna kata yang lazim dan tidak lazim. Artinya ragam bahasa pada label tersebut dikurangi atau ditambah jangkauan maknanya sehingga penerapannya menjadi lebih sempit atau lebih luas. Selain itu, pada aspek semantik juga terdapat istilah sinonim, yakni dua istilah atau lebih yang maknanya sama atau mirip.

Penggunaan bahasa label dapat dinyatakan mengalami perluasan makna jika cakupan arti pada waktu dulu lebih sempit daripada arti pada waktu sekarang. Selain itu, jika cakupan arti penggunaan bahasa label pada waktu dulu lebih luas daripada waktu sekarang, maka dapat dikatakan mengalami penyempitan makna.

Kata pada label *kaki naga*, *sisis*, *risoles*, *nugget*, *siomay*, *tahu bakso*, secara keseluruhan mengalami perluasan makna. Salah satunya "*kaki naga*" dalam makna sebenarnya adalah sebuah makanan yang bentuknya hampir mirip dengan kaki naga. Makna pada label tersebut tidak menunjukkan kekhasan dari produk makanan yang berbahan dasar ikan. Hal ini dikarenakan makna *kaki naga* cakupan arti pada waktu dulu lebih sempit daripada arti pada waktu sekarang. *Kaki naga* sudah banyak dijumpai pada makanan yang tidak hanya berbahan dasar ikan saja, namun ada yang

menggunakan bahan dasar ayam atau daging. Berdasarkan hal tersebut, makna yang terdapat pada label “kaki naga” membentuk kesatuan makna yang luas. Selain itu, untuk tampilan dan rasa dari isi produk sudah sesuai dengan label.

Kata pada label “mie tulang ikan” mengalami perluasan makna. “mie tulang ikan” merupakan makna konotasi atau kiasan. Makna pada label tersebut menunjukkan kekhasan dari produk makanan yang berbahan dasar ikan. Hal ini dikarenakan mie tersebut berbahan dasar ikan dan nama label tersebut jarang dijumpai pada makanan mie. Berdasarkan hal tersebut, makna yang terdapat pada label “mie tulang ikan” membentuk kesatuan makna yang luas. Selain itu, untuk tampilan dan rasa dari isi produk sudah sesuai dengan label.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variasi ragam bahasapada produkolahanmakananberbahan dasar ikan adatumacam label, yakni *kaki naga, sosis, risoles, nugget, siomay, tahu bakso, dan mie tulang ikan*.
2. Penggunaan bahasa label dapat dinyatakan mengalami perluasan makna jika cakupan arti pada waktu dulu lebih sempit daripada arti pada waktu sekarang. Selain itu, jika cakupan arti penggunaan bahasa label pada waktu dulu lebih luas daripada waktu sekarang, maka dapat dikatakan mengalami penyempitan makna. Secara keseluruhan penggunaan label dikaji dari makna semantik mengalami perluasan makna. Hal ini menunjukkan bahwa labelisasi produk pada makanan kering di kelompok usaha di Pelayaran Puger tidak menunjukkan keunikan nama produk dan kekhasan dari produk. Akan tetapi, ada satu label yang memiliki kekhasan makna, yakni mie tulang ikan.
3. Label yang ditampilkan untuk promosi produk belum berhasil membuat masyarakat setempat tertarik untuk melakukan pembelian sehingga kurang mengarah pada perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan label produk tersebut maknanya umum, sehingga tidak menunjukkan keunikan dan kekhasan dari produk tersebut. Hal ini tentu akan berakibat pada proses distribusi. Oleh karena itu, label produk yang maknanya umum dan tidak menunjukkan keunikan dari produk tersebut akan mengalami kesulitan pada proses distribusinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cannon, dkk. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Buku Satu. Edisi Enam Belas. Salemba Empat
- Kotler Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Indonesia: PT. Indeks
- . 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga

Kedudukan Hukum Corporate Social Responsibility Pada BUMD berdasar Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007

Muchamad Taufiq¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: muchamadtaufiqmh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis, menemukan makna filosofis Corporate Social Responsibility (CSR). Disisi lain penelitian ini bertujuan menemukan, menjelaskan kedudukan hukum Corporate Social Responsibility pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT) telah memberikan *guidance* bahwa terdapat tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Namun UUPT tersebut belum memuat sanksi yang jelas sehingga sifatnya tidak *imperative* serta obyek sasarannya adalah perusahaan berbentuk PT yang bergerak dibidang pertambangan. *Corporate Social Responsibility* yang diartikan sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif Obyek penelitiannya adalah semua peraturan perundang-undangan yang terkait dengan Corporate Social Responsibility dan BUMD. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara Library reseach. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu hukum khususnya hukum bisnis sehingga dapat menjadi acuan penelitian sejenis dan penelitian lanjutan.

Kata kunci: Kedudukan Hukum, CSR, dan BUMD.

Abstract

This study aims to study, analyze, find the philosophical meaning of Corporate Social Responsibility (CSR). On the other hand this study aims to find out, explain the legal position of Corporate Social Responsibility in Regionally Owned Enterprises (BUMD). Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies (UUPT) has provided guidance that there is a corporate social responsibility to its environment. However, the UUPT does not contain clear sanctions so that its nature is not imperative and the target object is a company in the form of PT which is engaged in mining. Corporate Social Responsibility, which is defined as social and environmental responsibility, is a corporate obligation that is budgeted and counted as a company expense which is carried out with due regard to propriety and fairness. The research method used is the normative juridical approach. The object of the research is all the laws and regulations related to Corporate Social Responsibility and BUMD. Data collection techniques in this study, carried out by means of Library reseach. Furthermore, this research is expected to contribute to the development of the study of legal science, especially business law so that it can be a reference for similar research and further research.

Keyword : Legal Position, CSR, and BUMD.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) merupakan dasar implementasi *Corporate Social Responsibility*(CSR) bagi dunia perusahaan di Indoensia.

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) Pasal 33 mengamanatkan bahwa perekonomian Indonesia disusun berdasar atas azas kekeluargaan. Makna demokrasi ekonomi dalam Perekonomian nasional diselenggarakan dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional, perlu didukung oleh kelembagaan perekonomian yang kokoh dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Perseroan Terbatas (PT) sebagai badan hukum di Indonesia merupakan salah satu pilar pembangunan perekonomian nasional perlu didukung berbagai regulasi untuk lebih memacu pembangunan nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.

Undang-Undang (UU) RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas merupakan jawaban atas kelemahan UU RI Nomor 1 Tahun 1995 yang dipandang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat sehingga perlu diganti dengan undang-undang yang baru.

Dunia bisnis saat ini berkembang pesat, sementara persaingan meningkat tajam dan ketat. Perkembangan perusahaan berkorelasi pada tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan. Kesenjangan sosial ditunjukkan dengan bersinggungannya antara kepentingan perusahaan untuk berekspansi dengan hak-hak masyarakat yang harus dilindungi. Disisi lain, semakin tingginya aktifitas perusahaan sehingga tidak terkendali terhadap pemanfaatan berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan mengakibatkan berkurangnya fungsi lingkungan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktifitas operasional perusahaan. Kondisi tarik ulur terhadap kepentingan lingkungan, menyebabkan perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para *stakeholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesaing (Rika dan Islahihudi, 2008 dalam Gusti Ayu Made Ervina Rosiana dan Gede Juliarsa, 2013).

Dunia bisnis dewasa ini, salah satu faktor keberhasilannya ditentukan oleh kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi akibat dari aktifitas operasional perusahaan. Semakin tinggi penerapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, akan meningkatkan *image* perusahaan di masyarakat. Kualitas pelaksanaan CSR dapat meningkatkan citra perusahaan. Dunia investasi modern membuktikan bahwa investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra baik di masyarakat. Hal mana menunjukkan bahwa semakin baik citra perusahaan, maka dapat dipastikan loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan perusahaan akan berjalan lancar. Secara teoretis perusahaan dikatakan mempunyai nilai baik jika kinerja perusahaan baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Rimba Kusumadilaga, 2010)

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela namun telah bergeser menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya, meskipun masih belum ada sanksi yang tegas terhadap perusahaan yang tidak melaksanakan CSR. Pesan moral penyelenggaraan CSR ini sebagaimana diamanatkan dalam UUPT yang disahkan pada 20 Juli 2007. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah dicantumkan dalam Pasal 74 UUPT yang berbunyi yaitu :

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau keterkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Mendasarkan pada UUPT maka perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau terkait dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ketentuan tersebut bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 itulah yang menjadi dasarperusahaandibidang pertambangan wajib melakukan pertanggung jawaban terkait kegiatan perusahaannya tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan perusahaan yang berkewajiban melaksanakan CSR adalah difokuskan pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), meskipun tidak adanya pasal yang mengatur secara jelas tentang *Corporate Social Responsibility* bagi BUMD namun kata “usaha” pada frase “Badan Usaha Milik Daerah” telah memberikan arti unsur “perusahaan”.

Terdapat pendapat yang menyatakan bahwa, “ Ada sejumlah faktor yang mendorong dunia usaha melaksanakan aktifitas CSR sebagai bagian dari seluruh aktifitasperusahaan, walau bagi dunia usaha tertentu kegiatan CSR tidak diwajibkan, tetapi masih ada banyak faktor yang mendorong mereka untuk melakukan kegiatan CSR sehingga tidak jarang dijumpai adanya lembaga independen yang memberikan sertifikasi kepada dunia usaha yang telah melakukan berbagai aktifitas kepedulian sosial dan hal itu dianggap dapat menaikkan citra perusahaan sehingga memberikan stimulan bagi dunia usaha itu sendiri, selain itu banyak dunia usaha yang memperhitungkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan dapat menjadi bagian dan alat promosi pemasaran, dengan demikian mereka justru memasukkan kegiatan CSR ini sebagai bagian integral dan keseluruhan aktifitas bisnisnya”.

Undang-Undang Dasar NRI 1945, Pasal 33 ayat (2) dan ayat (3) menegaskan bahwa cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara, sedangkan bumi dan air serta kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Era otonomi daerah merupakan situasi dan kondisi bangkitnya kekuatan pemerintah daerah.Mendasarkan pada kondisi tersebut, perlu dilakukan *review* literatur untuk memberikan konsep dan kondisi pengelolaan BUMD berdasarkan referensi sebagai dasar pelaksanaan kajian selanjutnya. Dari *review* literatur mengenai Perusahaan Daerah ini dapat diketahui bahwa Perusahaan Daerah menurut UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Daerah.

Hasil penelusuran terhadap peraturan perundang-undangan ternyata belum ditemukan Undang-undang tentang Badan Usaha Milik Daerah pengganti UU Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah sebagai payung hukum Perusahaan Daerah. Kondisi ini sangat berbeda dengan Badan Usaha Milik Negara dimana telah memiliki payung hukum yaitu Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Tidak adanya payung hukum terhadap perusahaan daerah secara otomatis tidak terdapat dasar penerapan CSR bagi BUMD, sementara disisi lain akibat pelaksanaan operasional BUMD justru bersinggungan dengan kepentingan perlindungan lingkungan bagi masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

1. Makna *Corporate Social Responsibility*

Dasar filosofis *Corporate Social Responsibility* dapat kita lihat pada Dasar Negara Republik Indonesia Pancasila pada Sila ke-5 yang berbunyi “Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia”. Sila ke-5 Pancasila ini dipandang sebagai dasar filosofis CSR karena nilai ‘keadilan’ yang termuat didalamnya memberikan norma hubungan yang *balance* antara pelaku usaha dengan masyarakat.

Undang-Undang Dasar NRI Pasal 33 menyebutkan bahwa “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kakeuargaan. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.Bumi dan air dan kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat”. Pasal 33 UUD NRI 1945 mengisyaratkan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan,efisiensi, berkeadilan,berkelanjutan ,berwawasan lingkungan,kemandirian,serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dalam Bab V Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Pasal 74 menyebutkan :

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bab I Pasal 1 angka 3 UU RI Nomor 40 Tahun 2007 menyebutkan, “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi

berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Ditinjau dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tidak terdapat makna leksikal dari *term* CSR yang dalam bahasa Indonesia dimaknai "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Namun jika ditinjau dari kata perkata dapat ditemukan makna sebagai berikut :

- Tanggung jawab : (1) keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan). (2) hak fungsi menerima pembebanan, sebagai akibat sikap pihak sendiri atau pihak lain.
- Sosial : berkenaan dengan masyarakat : perlu adanya komunikasi, suka memperhatikan kepentingan umum

Kamus *online* Wikipedia mendefinisikan CSR sebagai suatu konsep bahwa suatu organisasi memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan pelanggan, karyawan, pemegang saham, komunitas dan pertimbangan-pertimbangan ekologis dalam segala aspek dari usahanya. *Corporate Social Responsibility* berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktifitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuntungan melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang

Corporate Social Responsibility adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Rimba Kusumadilaga, 2010)

Menampilkan *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya dilandasi oleh adanya *stakeholder* dan *legitimacy theory*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberi manfaat bagi *stakeholder*-nya, sementara pada *legitimacy theory* perusahaan dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* sebagaimana diamanatkan dalam Dasar Negara Pancasila yaitu Sila ke-5 "Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia". Mas Achmad Daniri selaku *chairman of mirror committee on social responsibility* Indonesia menyebutkan CSR merupakan basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat. Secara teoretis, CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap para *strategic-stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Sedangkan Edi Suharto (2008) berpendapat CSR sebagai operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan.

2. Hukum Bisnis

Aspek hukum senantiasa menuntut sebuah kejelasan. Keberadaan CSR dalam perusahaan tidak lepas dari aspek hukum bisnis karena perusahaan merupakan bagian dari bisnis. Beberapa pendapat dibawah ini memberikan pemahaman bahwa CSR membutuhkan kejelasan dalam sisi administrasi perusahaan. Menurut Martin Freedman, ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

- a. Pemeriksaan Sosial (*social Audit*)
- b. Laporan Sosial (*Social Report*)

Ekspos CSR adalah menampilkan informasi tentang aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Menampilkan CSR dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan aktifitas dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

3. Teori Stakeholder

Stakeholder theory artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Rimba Kusumadilaga, 2010).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Teori *stakeholder* menekankan mengenai akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela menampilkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Salah satu bentuk menampilkan sukarela yang berkembang saat ini yaitu publikasi CSR. Melalui publikasi CSR, perusahaan dapat memberikan

informasi yang lebih dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

4. Teori Legitimasi

Menurut Haniffa dan Cooke (2005) dalam Imam Subekti, dalam *legitimacy* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan perusahaan berusaha menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk mendapatkan legitimasi dari kelompok tersebut. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidupnya juga tergantung dari hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktifitasnya. Menampilkan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus menampilkan aktifitas sosial perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

5. Value dalam Hukum Bisnis

Perseoran adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang serta peraturan pelaksanaannya.

Value dalam hukum bisnis dapat diartikan sebagai nilai perusahaan yang merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. *Value* perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik, karena tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidahwati,2002).

Saham dalam bahasa Indonesia disebut "andil". Saham merupakan benda bergerak dan memberikan hak kepemilikan kepada pemegangnya. Kepemilikan atas saham sebagai benda bergerak memberikan hak kebendaan kepada pemegangnya. Hak tersebut dapat dipertahankan terhadap setiap orang.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah tinjauan yuridis normatif, yaitu penelitian yang mengacu kepada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, sejarah, kasus dan putusan pengadilan sebagaimana sifat Ilmu Hukum yang "*Sui Generis*".

2. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan teknik pengumpulan dan inventarisasi peraturan perundang-undangan, buku-buku, karya ilmiah, artikel-artikel yang ada hubungannya dengan masalah *Corporate Social Responsibility*, serta data yang diperoleh dari instansi atau lembaga tempat penelitian Peneliti yang telah tersedia.

b. Data Sekunder

Yaitu keterangan atau fakta yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau melalui penelitian di lapangan dalam hal ini data yang diperoleh dari masyarakat dan BUMD.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Semua data primer yang bersifat menjelaskan bahan hukum primer berupa pendapat para ahli sarjana serta literatur-literatur yang relevan dengan objek penelitian.

Bahan-bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1) Bahan Hukum Primer

Yaitu bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berlaku atau ketentuan-ketentuan yang berlaku.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang digunakan untuk mendukung bahan hukum primer, diantaranya yang berasal dari karya para sarjana, jurnal, data yang diperoleh dari instansi,

serta buku-buku kepustakaan yang dapat dijadikan referensi yang dapat menunjang penelitian ini.

3) Bahan Hukum Tersier

Yaitu bahan hukum yang mengandung bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus.

b. Sumber Data Sekunder

Sejumlah data atau fakta yang diambil secara langsung dari sumber data di lapangan (Perusahaan Daerah dan masyarakat).

4. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan perolehan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara *library research*, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dari buku-buku, peraturan perundang-undangan yang berlaku, putusan pengadilan, majalah ilmiah dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan pokok bahasan *Corporate Social Responsibility*.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif. Data-data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah bersifat menyeluruh dan merupakan satu kesatuan yang integral (*holistic*) tentang *Corporate Social Responsibility* dalam pengelolaan BUMD dan didukung oleh kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan yang berlaku (*compliance*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Landasan Filosofis *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bekerja dengan karyawan dan representatif mereka, masyarakat lokal dan masyarakat untuk bisnis dan baik untuk pembangunan.

Perusahaan yang sedang menjalankan operasional bisnisnya memiliki keterkaitan dengan dengan masyarakat di lingkungannya, yang secara langsung dapat dipastikan merasakan dampak dari proses produksi perusahaan.

Dampak yang dirasakan masyarakat sekitar tersebut pasti memiliki efek terhadap kehidupan mereka, yang sebelum kehadiran perusahaan di lingkungan tersebut, situasi dan kondisinya telah ada dan berjalan alami.

Undang-Undang selalu mengandung norma hukum yang diidealkan (*ideal norms*) oleh suatu masyarakat ke arah mana cita-cita luhur kehidupan bermasyarakat dan bernegara hendak diarahkan. Cita-cita luhur yang terkandung dalam landasan filosofis hendaklah mencerminkan

cita-cita filosofis yang dianut oleh bangsa Indonesia sendiri.

Landasan filosofis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dasar Negara Indonesia adalah Pancasila, telah memberikan panduan dalam Sila kelima Pancasila, keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, memberi kewajiban kepada pemerintah untuk melaksanakan program-program yang bertujuan untuk mewujudkan keadilan sosial.

Dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 tercantum dengan jelas cita-cita bangsa Indonesia yang sekaligus merupakan tujuan nasional bangsa Indonesia. Cita-cita dan tujuan bangsa Indonesia tersebut adalah untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.

2. Badan Usaha Milik Daerah

Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) menurut UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Daerah. Terdapat dua bentuk BUMD, yaitu: 1) Perusahaan Umum Daerah adalah BUMD yang seluruh modalnya dimiliki oleh satu Daerah dan tidak terbagi atas saham, dan 2) Perusahaan Perseroan Daerah adalah BUMD yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruhnya atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh satu Daerah.

Mendasarkan pada peraturan perundang-undangan ditemukan belum adanya Undang-undang tentang Badan Usaha Milik Daerah pengganti UU Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah sebagai payung hukum BUMD. Kondisi ini sangat berbeda dengan Badan Usaha Milik Negara dimana

telah memiliki payung hukum yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

Konsep pengelolaan BUMD non persero (Perusahaan Daerah/Perusahaan Umum Daerah) dimungkinkan dengan model pengelolaan BUMD dengan sistem "swakelola mandiri". Konsep pengelolaan ini menggunakan sistem pengawasan ataupun pembinaan secara bertanggungjawab dan intensif.

Pengelolaan BUMD dilakukan dengan pengawasan dan pembinaan secara langsung oleh pemangku kebijakan yang dilakukan oleh kepala daerah selaku pemegang otoritas tertinggi di pemerintah daerah. Kewenangan pemerintah daerah selaku pemegang otoritas dapat melakukan "intervensi kebijakan" dalam konteks yang positif terkait kinerja dari BUMD melalui dewan pengawas.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah menyebutkan bahwa dalam pengelolaan BUMD salah satunya harus mengandung unsur tata kelola perusahaan yang baik. Namun demikian, peraturan pemerintah maupun peraturan lain yang mengatur lebih lanjut ketentuan mengenai tata kelola perusahaan yang baik dalam pengelolaan BUMD tersebut belum dikeluarkan.

Sementara konsep pengelolaan BUMD persero (Perseroan Terbatas/Perusahaan Perseroan Daerah), berdasarkan Permendagri Nomor 3 Tahun 1998 tentang Badan Hukum BUMD, menyatakan bahwa BUMD berbentuk perseroan terbatas tunduk pada UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan peraturan pelaksanaannya.

3. Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada Tanggal 20 Juli 2007 mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR. Kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial tidak boleh dianggap sebagai beban bagi perusahaan, karena secara normative merupakan ketentuan yang wajib dilaksanakan sebagai bentuk ketaatan terhadap peraturan. Pasal 74 UU No. 40/2007 merupakan aturan formal yang memperkenalkan konsep Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) yang di Indonesia pemakaian istilahnya sering dipertukarkan dengan Corporate Social Responsibility (CSR).

Putusan Mahkamah Konstitusi Tanggal 15 April 2009 yang menolak permohonan uji materiil terhadap Pasal 74 ayat (1), (2) dan (3) UU No.40/ 2007 menguatkan bahwa CSR tetap merupakan kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Amanat Pasal 74 ayat (1) bahwa CSR wajib hukumnya bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Ayat tersebut dikuatkan oleh ayat (2) yang menyatakan bahwa sebagai wujud konkret kewajiban CSR, perseroan harus memasukkan dana CSR didalam anggaran perseroan dan diperhitungkan sebagai biaya.

4. Kedudukan Hukum *Corporate Social Responsibility*

Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 (PP No. 47/2012) yang diterbitkan Tanggal 4 April 2012, mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas. Peraturan pemerintah ini merupakan turunan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU No. 40/2007).

Pasal 74 ayat (3) UU No. 40/2007, ternyata bukan merupakan penguatan terhadap ayat (1) dan (2) yaitu 'Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan'.

Substansi ayat (3) tidak menguatkan konsep yang mengatur tentang kewajiban perseroan menganggarkan dana CSR sebagai biaya sebagaimana yang diamanatkan oleh ayat (2). Ayat (3) ini mengatur tentang kewajiban lain, yaitu kewajiban perseroan untuk mematuhi aturan tentang tanggung jawab perseroan sebagaimana yang tertera didalam peraturan perundang-undangan tertentu.

Peraturan Pemerintah No. 47/2012 yang diharapkan menjadi peraturan turunan yang menguatkan CSR pada UU No.40/2007, ternyata didalamnya tidak memuat kalimat yang "memerintahkan perseroan untuk memasukkan dana CSR dalam anggaran biaya perseroan, justru PP No. 47/2012 memberikan sepenuhnya otonomi penganggaran CSR itu kepada internal perseroan".

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar sesuai amanat Pembukaan UUD NRI 1945 Pasal 33 ayat (1), CSR merupakan program-program pembangunan dalam masyarakat untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dan pemegang saham serta untuk menjalankan bisnisnya sesuai

ketentuan hukum yang berlaku, karena perusahaan harus memiliki tanggung jawab moral, etika, dan filantropik.

2. *Corporate Social Responsibility* dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tidak memiliki daya *imperative*, tidak mampu memberikan daya paksa terhadap perusahaan sehingga negara tidak memiliki kuasa untuk memaksa perseroan yang tidak memasukkan mata anggaran CSR di dalam daftar biayanya.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, beberapa hal yang dapat direkomendasikan, yaitu:

1. Hendaknya penerapan CSR oleh perusahaan tidak didasarkan pada alasan normative peraturan perundang-undangan semata, namun lebih pada substansi CSR yang dapat meningkatkan value perusahaan.
2. Pemerintah berkewajiban menerbitkan peraturan perundang-undangan yang memuat substansi lebih tegas atas kewajiban dan sanksi bagi perusahaan dalam mengimplementasikan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Indriyanto Seno, *Korupsi Sistemik sebagai Kendala Penegakan Hukum di Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 24, No. 3, Tahun 2005.
- Ahmad Kamil, Antonius Herusetya, *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan kegiatan Corporate Social Responsibility*, p.5, Asshidqie, Jimly, *Perihal Undang-Undang*, Jakarta, Sekretariat Jenderal MK, 2006, hal.170. Asyhadie, Zaeni. *Hukum Bisnis : Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Edisi Revisi), Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Burton, Richard Simatupang. *Aspek Huku dalam Bisnis*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003. Center, The Ary Suta. *Strategis Management*, Jakarta : The Ary Suta Center, 2013. Chazawi, Adam. *Hukum Pidana Materil dan Formil Korupsi di Indonesia*. Malang : Bayumedia Publishing, 2011.
- Daryanto, *Eksistensi BUMD dalam Otonomi Daerah*, Majalah BUMN Link, Volume I, No.1, Tahun 2012.
- Dimiyati, Khudzaifah dan Kelik Wardiono, *Paradigma Rasional dalam Ilmu Hukum*, Yogyakarta : GENTA Publishing, 2014. Harold Arthur John Ford, *Principles of Company Law*, 5th Edition, Butterworths Pty. Limited, 1990
- Hery, *Controllershship*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014
- Hidayat, Syarif. *Too Much Too Soon*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2007.
- Imam, Sentot Wahyono. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Kumaat, Valery G. *Internal Audit*. Jakarta : Erlangga, 2011
- Kusumadilaga, Rimba, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan sebagai Variabel Moderating*, Skripsi S1 FE Universitas Diponegoro, 2010.
- Nasution, Bismar. *Hukum Kegiatan Ekonomi I*. Bandung: Books Terrace & Library, 2009.
- Purwanto, Iwan. *Manajemen Strategi*, Bandung : CV. Yrama Widya, 2012.
- Ridwan, Juniorso& Acmad Sodik Sudrajat. *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, Bandung : Nuansa, 2009.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina, Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari, *Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Denpasar, 2013
- Setiyono, *Teori-teori& Alur Pikir Penerapan Pertanggungjawaban Pidana Korporasi*. Malang : Bayu Media Publishing, 2012.\
- Sidhu, Inder. *Cisco Doing Both*, Yogyakarta : CV. ANDI Offset, 2012.
- Suharto, Edy, *Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik*, Alfabeta, 2008.
- Taufiq, Muchamad, *Eksistensi Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Daerah* Jurnal Relasi Volume XI, No.2 Tahun 2015.
- Widjaja, Gunawan. *Seri Aspek Hukum dalam Bisnis*. Jakarta Timur : Prenada Media, 2004.
- Widjaya, IG.Rai. *Hukum Perusahaan Perseroan Terbatas*. Jakarta: Keasint Blanc, 2000.
- <http://bersamadaddy.blogspot.co.id/2009/11/pengertian-dan-macam-macam-perusahaan.html>
- <http://www.hariansumutpos.com/2016/11/10>
- <http://www.slideshare.net/budi22/kajian-bumnd>

E-ISSN :2622-304X , P-ISSN : 2622-3031

Available online at:

<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>

<http://lib.law.ugm.ac.id/ojs/index.php/pl/article/view/4766>

<https://hukumdankeadilan.wordpress.com/tag/uu-no-40-tahun-2007>



Menentukan Keputusan Yang Tepat Dengan Menggunakan Analisis Biaya Diferensial Memilih Produk Sendiri Atau Membeli Produk Pada Ud. Pisang Agung

Istichomah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: isistiqomah4828@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan biaya diferensial dalam pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis tentang biaya diferensial sebagai alat pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk. Penelitian ini melakukan analisis pada perusahaan manufaktur usaha berskala kecil menengah dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui hasilnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli produk. Hal ini dikarenakan bahwa nilai *margin kontribusi* dari memproduksi sendiri lebih besar daripada membeli produk. Hal ini menunjukkan bahwa lebih baik memproduksi sendiri, karena semakin besar *margin kontribusi* yang dihasilkan, maka perusahaan akan lebih mudah untuk merencanakan dan mengendalikan produksi secara tepat. Dan dengan melihat *margin kontribusi* maka perusahaan bisa mengukur seberapa banyak produk yang akan dihasilkan. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti biaya diferensial dan pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk. Sedangkan untuk variabel lain diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: Biaya diferensial, menentukan keputusan tepat memproduksi sendiri atau membeli produk

Abstract

The purpose of this study to determine how the application of differential cost in the decision to produce its own or purchase a product. This study intends to analyze about the cost differential as decision – making tools to produce its own or purchase a product. This study conducted an analysis on companies manufacturing small and medium – scale enterprises using interview techniques and documentation to determine the outcome. The result showed that the company produces its own better than buying the product. This is because that the value of the margin contribution of its own to produce greater than buying the product. This shows that it is better to produce its own, because the greater the margin contribution generated, then the company will be easier to plan and control production appropriately. And by looking at the margin contribution, the company can measure how much product to be produced. Limitations of this study were only examined differential cost and decision making to produce its own or purchase a product. As for the other variable is expected to be further investigated by researchers.

Keywords: Differential expense, decision to produce its own or purchase products

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, situasi dan kondisi perekonomian saat ini, pihak-pihak manajemen mendapatkan tantangan yang berat khususnya untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan dalam tujuan perusahaan umumnya, yaitu ingin memperoleh laba yang semaksimal mungkin. Dalam hal ini pihak manajemen haruslah jeli dalam memilih berbagai alternatif keputusan khususnya dalam penjualan. Tentu saja dalam mengambil keputusan bukan hal yang mudah, karena menyangkut masa mendatang yang akan dihadapi oleh perusahaan yang sering dilanda ketidakpastian.

Dalam mengurangi ketidakpastian tersebut haruslah dibutuhkan informasi yang akurat. Informasi dalam perusahaan datang dalam bentuk berlainan, sehingga sering kali mengalami kesulitan. Informasi mana yang paling relevan dalam mengambil suatu keputusan. Salah satu informasi untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yaitu mengenai informasi biaya diferensial. Menurut Supriyono (2011 : 399), menyebutkan bahwa biaya diferensial adalah biaya yang berbeda pada berbagai alternatif pengambilan keputusan yang mungkin untuk dipilih.

Dalam mengambil keputusan diantaranya ada beberapa alternatif pilihan. Salah satunya alternatif keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk. Seperti halnya UD. PISANG AGUNG ini, lebih cenderung untuk memilih memproduksi sendiri. Karena mengingat lebih memperoleh keuntungan dalam memproduksi sendiri, serta menghemat biaya. UD. PISANG AGUNG sebagai perusahaan yang memproduksi barang mebel juga berorientasi pada laba. Sehingga tidak terlepas dari masalah pencapaian laba, dan pengembalian modal.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan untuk menganalisis biaya diferensial. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Putu Lisa Swandewi, Anjuman Zuhri, Wayan Cipta (2014), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Toga Pada Penjahit Mulia Singaraja Tahun 2013". Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa dalam pembuatan baju toga tersebut perusahaan lebih tepatnya membeli kepihak lain, namun karena pertimbangan – pertimbangan tertentu Penjahit Mulia tetap memproduksi sendiri karena tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi baju toga mendapat pekerjaan tambahan dan kualitas yang dihasilkan membuat sendiri dapat dipertanggungjawabkan ke pelanggan. Indah Hariawan (2014), dalam penelitiannya yang berjudul " Analisis Biaya Diferensial Dan Biaya Peluang Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pondok Teterusan". Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa bila ditinjau dari biaya diferensial sebaiknya RM. Pondok Teterusan ini memilih alternatif memproduksi sendiri daripada membeli dari luar karena dengan memproduksi sendiri terjadi penghematan biaya yang cukup besar sehingga bisa lebih menguntungkan usaha RM. Pondok Teterusan.

Wanda J. N. Tumbol 1, Agus T. Poputra 2, Treesje Runtu 3 (2014), dalam penelitian yang berjudul "Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Membuat Sendiri Bakso Pada Bakso Pasuruan". Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa dengan mengambil keputusan membuat sendiri bakso biaya yang dikeluarkan lebih kecil atau lebih hemat jika dibandingkan dengan membeli dari pemasok, biaya diferensial yang diperoleh pihak Bakso Pasuruan jika membeli bakso dari pemasok lebih besar dibandingkan dengan membuat sendiri. Dewinta Runtung (2014), dalam penelitian yang berjudul "Penerapan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pangsit Tompaso". Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa keputusan yang tepat yang dapat diambil manajemen adalah memproduksi sendiri karena mendapatkan laba diferensial yang lebih tinggi dibandingkan dengan membeli dari luar serta dapat menghemat biaya. Akti Dwi Ayu Bahagia (2014), dalam penelitian yang berjudul "Analisis Biaya Relevan Untuk Pengambilan Keputusan Pesanan Khusus Pada Perusahaan Keripik Pisang UD. Shabrina". Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa berdasarkan hal tersebut perusahaan seharusnya menerima pesanan – pesanan khusus tersebut, sehingga dapat menambah laba perusahaan dan mengatasi masalah mengenai adanya kapasitas produksi perusahaan yang menganggur. Sedangkan, penelitian yang dilakukan ini adalah pada UD. PISANG AGUNG.

Berangkat dari pemikiran tersebut diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Biaya Diferensial Sebagai Alat Pengambilan Keputusan Memproduksi Sendiri Atau Membeli Produk Pada UD. PISANG AGUNG ".

KAJIAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2010 : 7), "Akuntansi Biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Analisis Biaya Diferensial

a. Analisis Biaya Diferensial

Analisis biaya diferensial merupakan analisis mengenai perbedaan biaya untuk membuat suatu produk dalam berbagai alternatif dan perbedaan pendapatan yang diterima dalam berbagai alternatif tindakan. Biaya-biaya yang dipertimbangkan di dalam analisis biaya diferensial adalah biaya-biaya yang relevan di masa yang akan datang. Analisis biaya diferensial akan mencakup perbandingan pendapatan diferensial dengan biaya diferensial dari berbagai alternatif yang ada.

b. Biaya Diferensial

Menurut Supriyono (2011 : 399), menyebutkan bahwa biaya diferensial adalah biaya yang berbeda pada berbagai alternatif pengambilan keputusan yang mungkin untuk dipilih.

Pengambilan Keputusan Memproduksi Sendiri Atau Membeli Produk

a. Pengambilan Keputusan

Menurut Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen (2013 : 64), menyatakan bahwa pengambilan keputusan taktis atas pemilihan diantara berbagai alternatif dengan hasil yang langsung atau terbatas. Jadi, pengambilan keputusan taktis yang tepat berarti keputusan yang dibuat tidak hanya mencapai tujuan terbatas, tetapi juga berguna untuk jangka panjang. Sesungguhnya, tidak ada keputusan taktis yang harus dibuat jika keputusan tersebut tidak mendukung sasaran strategis perusahaan secara keseluruhan.

b. Keputusan Memproduksi Sendiri atau Membeli Produk

Keputusan jangka pendek lainnya yang melibatkan analisis biaya diferensial adalah dalam memutuskan apakah akan membuat atau membeli komponen untuk barang jadi. Pentingnya keputusan beli atau buat ini dibuktikan dengan fakta bahwa hampir semua perusahaan manufaktur pada waktu tertentu dalam masa operasinya harus membuat keputusan semacam itu. Pilihan apakah akan memproduksi suatu barang secara internal atau membelinya dari luar perusahaan dapat diterapkan ke berbagai jenis pengambilan keputusan yang sering kali merupakan penentu utama profitabilitas dan dapat sangat mempengaruhi kesehatan keuangan perusahaan.

Tujuan dari keputusan membuat atau membeli sebaiknya adalah penggunaan optimal atas sumber daya produksi dan keuangan perusahaan. Pengambilan keputusan sering kali harus dilakukan dalam hubungannya dengan penggunaan yang mungkin dari peralatan yang menganggur, ruang yang menganggur, dan bahkan tenaga kerja yang menganggur.

Job Order Costing

Dalam sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing atau job costing*), biaya produksi diakumulasikan untuk setiap pesanan (*job*) yang terpisah. Suatu pesanan adalah output yang diidentifikasi untuk memenuhi pesanan pelanggan tertentu atau untuk menganalisis kembali suatu item persediaan. Hal ini berbeda dengan sistem perhitungan biaya berdasarkan proses dimana biaya diakumulasikan untuk suatu operasi atau subdivisi dari suatu perusahaan, seperti departemen.

Margin Kontribusi

Menurut Rudianto (2013 : 27), menyatakan bahwa *margin kontribusi* adalah selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba periode tersebut.

Semakin besar *margin kontribusi* yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, semakin cepat perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencari laba yang diinginkan. Semakin kecil *margin kontribusi* yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkan, semakin lama perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencari laba yang diinginkan.

Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian yang menjadi referensi dari penelitian ini, diantaranya ialah yang dilakukan oleh Putu Lisa Swandewi, Anjuman Zukhri¹, Wayan Cipta² (2014), yang meneliti tentang Analisis Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Toga Pada Penjahit Mulia Singaraja Tahun 2013” dalam penelitian ini bahwa, Dalam pembuatan baju toga Undiksha Strata 2 perusahaan lebih tepatnya membeli kepihak lain namun karena pertimbangan-pertimbangan tertentu Penjahit Mulia sebaiknya tetap memproduksi sendiri karena tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi baju toga mendapat pekerjaan tambahan dan kualitas yang dihasilkan membuat sendiri dapat dipertanggungjawabkan kepelanggan.

Indah Hariawan (2014), yang meneliti tentang “Analisis Biaya Diferensial Dan Biaya Peluang Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pondok Teterusan”, dalam penelitian ini bahwa, Berdasarkan penelitian di atas bila ditinjau dari biaya diferensial adalah sebaiknya RM.Pondok Teterusan memilih alternatif memproduksi ikan sendiri dari pada membeli dari luar karena dengan memproduksi ikan sendiri terjadi penghematan biaya yang cukup besar sehingga bisa lebih menguntungkan usaha RM.Pondok Teterusan. Sedangkan, bila ditinjau dari laba diferensial adalah sebaiknya RM.Pondok Teterusan memproduksi sendiri ikan karena mendapatkan selisih laba yang tinggi dibandingkan membeli dari luar ikan agar supaya menguntungkan perusahaan. Terdapat

pengaruh biaya peluang yang muncul jika RM.Pondok Teterusan menyewakan lahan telaga mereka. Jika RM.Pondok Teterusan menyewakan telaga mereka maka memproduksi sendiri menduduki posisi lebih mahal sehingga pada posisi ini keputusan akan beralih menjadi membeli dari luar.

Wanda J.N. Tumbol1 Agus T. Poputra2 Treesje Runtu3 (2014), yang meneliti tentang “Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Membuat Sendiri Bakso Pada Bakso Pasuruan”, dalam penelitian ini bahwa Perbandingan analisis akuntansi diferensial menggunakan biaya diferensial dapat diputuskan Perusahaan lebih baik memilih membuat sendiri bakso dibandingkan dengan membeli dari pemasok. Total biaya yang akan dikeluarkan oleh pihak perusahaan jika membuat sendiri lebih kecil daripada dengan membeli dari pemasok. Karena dengan mengambil keputusan membuat sendiri bakso biaya yang dikeluarkan lebih kecil atau lebih hemat jika dibandingkan dengan membeli dari pemasok. Biaya diferensial yang diperoleh pihak Bakso Pasuruan jika membeli bakso dari pemasok lebih besar dibandingkan dengan membuat sendiri

Dewinta Rantung (2014), yang meneliti tentang “ Penerapan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pangsit Tompasso”, dalam penelitian ini bahwa Berdasarkan penelitian diatas, dari hasil perbandingan pengeluaran mie membeli atau memproduksi sendiri keputusan memproduksi sendiri lebih tepat diambil karena dapat menghemat biaya dibandingkan membeli dari luar. Laporan laba/rugi membeli atau memproduksi sendiri menunjukkan perusahaan lebih baik memproduksi sendiri karena akan mendapatkan laba diferensial yang lebih tinggi dibandingkan membeli dari luar. Dengan demikian maka, keputusan yang tepat yang dapat diambil manajemen adalah memproduksi sendiri karena mendapatkan laba diferensial yang lebih tinggi dibandingkan membeli dari luar serta dapat menghemat biaya.

Akti Dwi Ayu Bahagia (2014), yang meneliti tentang “Analisis Biaya Relevan Untuk Pengambilan Keputusan Pesanan Khusus Pada Perusahaan Keripik Pisang UD. Shabrina”, dalam penelitian ini bahwa Berdasarkan hal tersebut perusahaan seharusnya menerima pesanan-pesanan khusus tersebut , sehingga dapat menambah laba perusahaan dan mengatasi masalah mengenai adanya kapasitas produksi perusahaan yang mengganggu.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan dalam membuat rencana penelitian ialah menentukan metode penelitian yang akan dilakukan oleh penelitian. Setelah melakukan penentuan metode penelitian, maka langkah selanjutnya ialah melakukan analisis. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis tentang biaya diferensial sebagai alat pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk. Penelitian ini melakukan analisis pada perusahaan manufaktur usaha berskala kecil menengah dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui hasilnya.

Obyek Penelitian

- a. Obyek penelitian ini adalah perusahaan meubel yang beralamatkan di Jalan Klampokarum Desa Pasinan-Tukum Kecamatan Tekung-Lumajang
- b. Adapun pertimbangan pemilihan obyek penelitian ini adalah:
 - Tersedianya data-data yang dibutuhkan untuk penelitian pada perusahaan UD. PisangAgung.
 - Layaknya perusahaan untuk dijadikan obyek penelitian

Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data Internal

Menurut Mudrajad Kuncoro (2009:148) data internal (berasal dari dalam organisasi tersebut). Menurut Anwar Sanusi (2012:104) data Internal adalah data yang tersedia dilokasi penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data Internal yaitu data UD. MEUBEL JAMHARI yang diperoleh dengan cara mengambil data yang sudah diolah perusahaan selama 3 tahun, seperti sejarah singkat Perusahaan, struktur organisasi perusahaan, laporan keuangan UD. MEUBEL JAMHARI dan dokumen – dokumen lainnya yang terkait.

b. Jenis Data Primer

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2009 : 147), Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Karena data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah sejarah singkat perusahaan UD.PISANG AGUNG, dan laporan keuangan UD. PISANG AGUNG.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Teknik wawancara dilakukan jika peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden.

Dalam penelitian ini wawancara atau interview dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada obyek penelitian.

2. Dokumentasi

Menurut Anwar Sanusi (2012 : 114), Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti: laporan keuangan, rekapitulasi personalia, struktur organisasi, peraturan-peraturan, data produksi, surat wasiat, riwayat hidup, riwayat perusahaan, dan sebagainya, biasanya telah tersedia di lokasi penelitian. Peneliti tinggal menyalin sesuai kebutuhan.

Variabel Penelitian

a. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel , yaitu:

1. Biaya diferensial
2. Pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk

b. Definisi Konseptual Variabel

1. Biaya Diferensial

Menurut Rudianto (2013: 39), pengertian biaya diferensial adalah bahwa biaya diferensial adalah berbagai perbedaan biaya diantara sejumlah alternatif pilihan yang dapat digunakan perusahaan. Merupakan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi dan dapat digunakan perusahaan dalam menghitung biaya yang akan dikeluarkan perusahaan.

2. Pengambilan Keputusan Memproduksi Sendiri atau Membeli Produk

Tujuan dari keputusan membuat atau membeli sebaiknya adalah penggunaan optimal atas sumber daya produksi dan keuangan perusahaan. Pengambilan keputusan sering kali harus dilakukan dalam hubungannya dengan penggunaan yang mungkin dari peralatan yang menganggur, ruang yang menganggur, dan bahkan tenaga kerja yang menganggur. Dalam situasi semacam itu, seorang manajer cenderung akan mempertimbangkan untuk membuat barang tersebut dan bukan membelinnya dari luar guna menggunakan fasilitas yang ada dan menghindari pengurangan karyawan. Komitmen dari sumber daya baru mungkin saja terlibat. (William K. Carter, 2011 : 330).

c. Definisi Operasional Variabel

1. Biaya Diferensial

biaya diferensial hanya berupa bagian tertentu dari biaya total, yang muncul secara khusus pada suatu alternatif. Biaya demikian itu adalah relevan jika menunjukkan perbedaan dengan alternatif – alternatif yang sedang ditinjau. Pada waktu menganalisa suatu keputusan tertentu, kuncinnya yang penting adalah efek diferensial dari setiap pilihan itu terhadap keuntungan perusahaan.

Biaya Diferensial Memiliki 3 Karakteristik Utama, yaitu:

- (1) biaya diferensial merupakan biaya masa yang akan datang,
- (2) biaya diferensial adalah biaya yang akan dikeluarkan untuk suatu aktivitas tertentu,
- (3) biaya diferensial akan diperkirakan berbeda yang akan terpengaruh oleh pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif.

b. Pengambilan Keputusan Memproduksi Sendiri atau Membeli Produk

Ada beberapa langkah yang mendeskripsikan proses pengambilan keputusan yang direkomendasikan sebagai berikut:

1. Kenali dan definisikan masalah
2. Identifikasikan setiap alternatif sebagai solusi yang layak atas masalah tersebut, eliminasi alternatif yang secara nyata tidak layak.
3. Identifikasikan biaya dan manfaat yang berkaitan dengan setiap alternatif yang layak. Klasifikasikan biaya dan manfaat sebagai relevan atau tidak relevan, serta eliminasi biaya dan manfaat yang tidak relevan dari pertimbangan.

4. Hitung total biaya dan manfaat yang relevan dari setiap alternatif.
5. Nilai faktor – faktor kualitatif.
6. Pilih alternatif yang menawarkan manfaat terbesar secara keseluruhan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif (diukur dengan angka).

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Peneliti mencari data
- b. Merekap data
- c. Menghitung harga pokok produksi
- d. Menghitung laporan laba rugi
- e. Untuk mengetahui pesanan tersebut memproduksi sendiri atau membeli produk dengan menggunakan perhitungan *margin kontribusi*:

Penjualan	xxx	
Biaya Variabel	(xxx)	
<i>Margin Kontribusi</i>		xxx

- f. Untuk mengetahui pesanan dengan melakukan perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*), dapat diketahui dengan mengidentifikasi setiap pesanan yang dihasilkan dan untuk membebaskan paling tidak beberapa elemen dari pesanan itu sendiri ke masing – masing pesanan. Catatan terinci dapat juga menunjukkan biaya dari setiap pesanan yang merupakan akun buku pembantu yang mendukung akun besar barang dalam proses.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.9
 UD. Jamhari
Margin Kontribusi “Sofa Gajah”
 Per 31 Desember 2012

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Gajah 78 x Rp 1.450.000	Rp 113.100.000	Rp 113.100.000
2. Biaya- Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 88.140.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Gajah 78 x Rp 1.475.000	Rp 12.090.000 Rp 2.957.000	
<i>Margin Kontribusi</i>	Rp 9.913.000	Rp 115.050.000 (Rp 1.950.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.9), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 9.913.000 dan perolehan dari membeli produk dari luar yaitu sebesar (Rp 1.950.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.10
 UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Maribet”
 Per 31 Desember 2012

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Maribet 52 x Rp 1.150.000	Rp 59.800.000	Rp 59.800.000

2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 39.520.000 Rp 5.200.000 Rp 2.957.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar - Sofa Maribet 52 x Rp 1.200.000 <i>Margin Kontribusi</i>		Rp 62.400.000
	Rp 12.123.000	(Rp 2.600.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.10), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 12.123.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 2.600.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.11
UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Hongkong”
Per 31 Desember 2015

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Hongkong 39 x Rp 1.150.000	Rp 44.850.000	Rp 44.850.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 31.200.000 Rp 3.900.000 Rp 2.957.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar - Sofa Hongkong 39 x Rp 1.200.000 <i>Margin Kontribusi</i>		Rp 46.800.000
	Rp 6.793.000	(Rp 1.950.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.11), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 6.793.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 1.950.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.12
UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Gajah”
Per 31 Desember 2016

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Gajah 132 x Rp 1.500.000	Rp 198.000.000	Rp 198.000.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 161.700.000 Rp 21.120.000 Rp 2.959.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar:		

- Sofa Gajah 132 x Rp 1.575.000 <i>Margin Kontribusi</i>	Rp 12.221.000	Rp 207.900.000 (Rp 9.900.000)
---	---------------	--------------------------------------

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.12), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 12.221.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 9.900.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.13
 UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Maribet”
 Per 31 Desember 2016

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Maribet 85 x Rp 1.200.000	Rp 102.000.000	Rp 102.000.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 69.700.000 Rp 10.625.000 Rp 2.959.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Maribet 85 x Rp 1.250.000 <i>Margin Kontribusi</i>		Rp 106.250.000
	Rp 18.716.000	(Rp 4.250.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.13), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 18.716.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 4.250.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.14
 UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Hongkong”
 Per 31 Desember 2016

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Hongkong 51 x Rp 1.200.000	Rp 61.200.000	Rp 61.200.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 43.350.000 Rp 5.865.000	

3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Hongkong 51 x Rp 1.225.000 <i>Margin Kontribusi</i>	Rp 2.959.000	Rp 62.475.000 (Rp 1.275.000)
	Rp 9.026.000	

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.14), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 9.026.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 1.275.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.15
UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Gajah”
Per 31 Desember 2017

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Gajah 200 x Rp 1.550.000	Rp 310.000.000	Rp 310.000.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 257.000.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Gajah 200 x Rp 1.600.000 <i>Margin Kontribusi</i>	Rp 33.000.000 Rp 2.961.000	
	Rp 17.039.000	Rp 320.000.000 (Rp 10.000.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.15), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 17.039.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 10.000.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa gajah” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.16
UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Maribet”
Per 31 Desember 2017

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Maribet 140 x Rp 1.250.000	Rp 175.000.000	Rp 175.000.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung	Rp 122.500.000 Rp 19.600.000	

- Overhead Pabrik 3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Maribet 140 x Rp 1.300.000 <i>Margin Kontribusi</i>	Rp 2.961.000	
		Rp 182.000.000
	Rp 29.939.000	
		(Rp 7.000.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.16), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 29.939.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 7.000.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa maribet” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Tabel 4.17
 UD. PisangAgung
Margin Kontribusi “Sofa Hongkong”
 Per 31 Desember 2017

Keterangan	Produksi Sendiri	Membeli Dari Pihak Lain
1. Penjualan: - Sofa Hongkong 26 x Rp 1.250.000	Rp 32.500.000	Rp 32.500.000
2. Biaya – Biaya: - Bahan Baku - Tenaga Kerja Langsung - Overhead Pabrik	Rp 22.880.000 Rp 3.250.000 Rp 2.961.000	
3. Harga yang ditawarkan pihak luar: - Sofa Hongkong 26 x Rp 1.275.000 <i>Margin Kontribusi</i>		Rp 33.150.000
	Rp 3.409.000	
		(Rp 650.000)

Sumber data: diolah.

Dari tabel diatas (tabel 4.17), dapat dilihat bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” dari memproduksi sendiri yaitu sebesar Rp 3.409.000 dan perolehan produk dari luar yaitu sebesar (Rp 650.000). Hal ini menunjukkan bahwa perolehan *margin kontribusi* “sofa hongkong” memproduksi sendiri lebih besar dari pada membeli produk dari luar, maka perusahaan tersebut lebih baik memproduksi sendiri daripada membeli dari produk dari luar.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Biaya Diferensial

Pada umumnya biaya diferensial tersebut merupakan biaya masa yang akan datang yang akan dikeluarkan untuk berbagai aktivitas tertentu dan diperkirakan akan berbeda yang nantinya akan terpengaruh oleh pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif yang ada.

b. Pengambilan Keputusan Memproduksi Sendiri Atau Membeli Produk

Pada umumnya ada beberapa macam dalam pengambilan keputusan jangka pendek biaya diferensial, salah satunya adalah memproduksi sendiri atau membeli produk. Tujuan dari pengambilan keputusan membuat atau membeli adalah untuk penggunaan optimal atas sumber daya produksi dan keuangan perusahaan. Dalam hal ini, berdasarkan hasil yang diperoleh sejalan dengan teori yang melandasi sama halnya dengan penelitian terdahulu (Putu Lisa Swandewi,dkk , 2014). Dimana perusahaan tersebut memilih untuk memproduksi sendiri dari pada membeli produk dari luar. Hal ini juga yang dialami oleh meubel UD. PISANG AGUNG dalam pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli produk dari luar. UD. PisangAgung lebih memilih pengambilan keputusan

memproduksi sendiri daripada membeli produk dari luar, hal ini ditujukan karena memproduksi sendiri lebih menekan biaya pembuatan produk utama dan juga dapat menghemat biaya daripada membeli produk dari luar.

c. *Margin Kontribusi*

Pada setiap tingkat kegiatan, perusahaan akan memiliki kemampuan menghasilkan *margin kontribusi* yang berbeda. Dimana besarnya margin kontribusi per unit yang dapat diperoleh perusahaan akan menentukan kecepatan perusahaan tersebut menutup biaya tetapnya dan kemampuannya menghasilkan laba. Dalam *margin kontribusi* ini semakin besar *margin kontribusi* yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, maka semakin cepat perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencari laba yang diinginkan. Dan sebaliknya, apabila semakin kecil *margin kontribusi* yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkannya, maka akan semakin kecil pula perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencari laba yang diinginkan.

Apabila dilihat dalam tabel sebelumnya dapat diketahui bahwa perusahaan meubel UD. PISANG AGUNG lebih baik memilih pengambilan keputusan memproduksi sendiri, hal ini dikarenakan *margin kontribusi* dari masing - masing item menunjukkan bahwa, harga memproduksi sendiri lebih besar dibanding harga membeli dari luar. Ini menunjukkan lebih baik memproduksi sendiri. Hal ini dikarenakan semakin besar *margin kontribusi* yang dihasilkan, maka perusahaan akan lebih mudah untuk merencanakan dan mengendalikan produksi secara tepat. Dan dengan melihat *margin kontribusi* maka perusahaan bisa mengukur seberapa banyak produk yang akan dihasilkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan penelitian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Biaya diferensial tersebut merupakan biaya masa yang akan datang yang akan diperkirakan akan berbeda yang nantinya akan terpengaruh oleh pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif yang ada.
- Ada Beberapa macam dalam pengambilan keputusan jangka pendek biaya diferensial adalah memproduksi sendiri atau membeli produk dari luar.
- Margin Kontribusi* digunakan untuk mengukur seberapa banyak produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan.
- Perusahaan ini meubel UD. PISANG AGUNG ini, bergerak dalam bidang furniture yakni kursi sofa.
- Meubel UD. PISANG AGUNG ini lebih memilih memproduksi sendiri daripada membeli produk, karena semakin besar *margin kontribusi* yang dihasilkan, maka akan lebih mudah untuk merencanakan dan mengendalikan produksi secara tepat, serta dapat mengukur seberapa banyak produk yang akan dihasilkan.
- Dengan memproduksi sendiri perusahaan lebih berhemat dan lebih menekan biaya yang akan dikeluarkan untuk membeli produk.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini terdapat saran-saran untuk perusahaan sebagai proyeksi kedepan diantaranya:

- Sebaiknya perusahaan harus lebih teliti terutama dalam pengambilan keputusan memproduksi sendiri atau membeli dari pihak lain, karena apabila perusahaan salah dalam mengambil keputusan yang tepat akan berakibat fatal.
- Dalam meubel UD. PISANG AGUNG ini pengambilan keputusan untuk memproduksi sendiri adalah alternatif yang sangat tepat.
- Mengingat harga *margin kontribusi* lebih besar daripada membeli dari pihak lain, hal ini sangat menguntungkan perusahaan untuk lebih mudah dalam merencanakan dan mengendalikan produksi secara tepat.
- Apabila dengan melihat *margin kontribusi*, maka perusahaan bisa mengukur seberapa banyak produk yang akan dihasilkan.
- Selain itu dalam hal memproduksi sendiri perusahaan akan lebih mudah untuk menjamin kualitas bahan baku dari kursi sofa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Bahagia, Akti Dwi Ayu. 2014. *Analisis Biaya Relevan untuk pengambilan Keputusan Pesanan Khusus pada Perusahaan Kripik Pisang UD. SHABRINA*. Skripsi. STIE WIDYAGAMA: Lumajang.

- Carter, William K. 2011. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat: Jakarta.
- Hariawan, Indah. 2014. Analisis Biaya Diferensial dan Biaya Peluang Dalam Pengambilan Keputusan membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pondok Teterusan. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 4 Desember 2014. Hal 762-770.
- Indriantoro, Nur & Supono, Bambang. 2009. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 1*. BPFE: Yogyakarta.
- Kuncoro. Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga: Yogyakarta.
- Mulyadi. 2011. *Akuntansi Biaya*. UPP-STIM YKPN: Yogyakarta.
- _____. 2010. *Akuntansi Biaya*. UPP-STIMYKPN: Yogyakarta.
- Rantung, Dewinta. 2014. Penerapan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan membeli Atau Memproduksi Sendiri pada RM. Pangsit Tompaso. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 3 September 2014. Hal 030-037.
- Rudianto. 2013. *Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Erlangga: Jakarta.
- Supriyono. 2012. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan penentuan Harga Pokok*. BPFE: Yogyakarta.
- _____. 2011. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan penentuan Harga Pokok*. BPFE: Yogyakarta.
- Swandewi, Putu Lisa, Dkk. 2014. Analisis Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan membeli atau memproduksi Sendiri Toga Pada Penjahit Mulia Singaraja Tahun 2013. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 24 No. 1 Tahun 2014.
- Tumbol, Wanda J.N, Dkk. 2014. Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Membeli atau Membuat sendiri Pada Bakso Pasuruan. *Jurna EMBA*. Vol. 2 No. 2 Juni 2014. Hal 1440-1447.

**Peranan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang Pada
UD. Anugerah Semeru Abadi (ASA) Lumajang**

Zainal

STIE Widya Gama Lumajang
z.zainal94@yahoo.com

Subani

STIE Widya Gama Lumajang

M. Wimbo Wiyono

STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui peranan sistem informasi akuntansi dalam persediaan barang dagang di perusahaan UD.ASA Lumajang guna mencapai pemenuhan permintaan konsumen, dan pengendalian persediaan barang dagang pada UD. ASA Lumajang, supaya tidak terjadi selisih antara persediaan barang dagang digudang dengan data yang ada. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah pembelian barang, penjualan barang dan persediaan barang untuk memperoleh laba yang diharapkan. Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap persediaan barang dagang pada UD.ASA Lumajang dilakukan melalui beberapa tahap, dimana tahap pertama dengan menganalisa sistem informasi akuntansi tentang sistem informasi akuntansi yang sudah dilakukan perusahaan. Tahap kedua adalah melakukan penelitian terhadap keefektifan perangkat sistem informasi akuntansi pada persediaan barang dagang dagang dalam perusahaan. Selanjutnya adalah mencocokkan data persediaan barang dagang pada perusahaan yang ada dalam komputer dengan menggunakan sistem informasi akuntansi, dengan stock persediaan barang dagang yang ada di gudang. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat diketahui bahwa menerapkan suatu sistem informasi akuntansi yang baik harus memperhatikan penerapan unsur – unsur didalamnya. Fokus utama persediaan yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi adalah transaksi yang dilaksanakan oleh perusahaan telah memadai untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Kata Kunci : Sistem Informasi Akuntansi, Persediaan Barang**Abstract**

The purpose of this research is to know the role of accounting information system in merchandise inventory at UD Company ASA Lumajang to achieve the fulfillment of consumer demand, and inventory control of merchandise at UD. ASA Lumajang, so that there is no difference between the inventory of goods in the ware house with the existing data. The analytical method used is descriptive analysis method with qualitative research type. Variables in this research is the purchase of goods, the sale of goods and inventory to get the expected profit. Implementation of accounting information system to merchandise inventory at UD.ASA Lumajang done through several stages, where the first stage by analyzing the accounting information system about accounting information system that have been done company. The second stage is to conduct research on the effectiveness of accounting information system tools on the stock of merchandise within the company. Next is to match the merchandise inventory data on the existing company in the computer by using accounting information system, with stock merchandise inventory in the warehouse. Based on the results of the analysis conducted, it can be seen that applying a good accounting information system should pay attention to the application of elements in it. The main focus of inventory relating to the accounting information system is that transactions carried out by the company are sufficient to achieve the planned objectives

Keywords : Accounting Information System, Inventory**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Perusahaan adalah organisasi atau badan usaha yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna untuk memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Kegiatan produksi dan distribusi dilakukan dengan menggabungkan

berbagai faktor produksi, yaitu manusia, alam dan modal. Perusahaan dagang merupakan perusahaan yang usahanya mengumpulkan dan menyalurkan barang – barang hasil produksi dari produsen (pembuat) untuk disalurkan atau dijual kepada konsumen (pemakai), dan didalam sebuah perusahaan terutama perusahaan dagang, persediaan barang dagang sangatlah berperan penting guna menunjang jalannya perdagangan dalam perusahaan tersebut.

Dalam sebuah perusahaan, membuat perencanaan untuk persediaan barang dagang yang baik sangatlah penting, karena dengan membuat perencanaan persediaan barang dagang yang baik kita dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau para konsumen yang akan menggunakan barang tersebut. Kegiatan perencanaan ini bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, karena dalam proses perencanaan tersebut, perusahaan harus dapat menentukan jumlah barang dagangan secara tepat dan sesuai dengan selera konsumen, yang harus disediakan untuk dijual kepada para konsumen tersebut dan harus disediakan dalam waktu yang tepat sesuai kebutuhan.

Oleh karena itu, peranan sistem informasi akuntansi akan sangat membantu bagi sebuah perusahaan untuk persediaan dagangnya. Karena sistem informasi akuntansi (SIA) menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan untuk manajemen perusahaan sebagai dasar untuk pengambilan sebuah keputusan dalam perusahaan. Sedangkan, bagi pihak lain atau pihak yang berhubungan secara langsung dengan perusahaan, peranan sistem informasi akuntansi juga penting. Sebab, dengan adanya sistem informasi akuntansi, perusahaan dapat menghasilkan informasi yang berbentuk laporan persediaan barang maupun laporan keuangan yang sangat bermanfaat, sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat bagi pihak lain, sehingga dapat bekerjasama dengan perusahaan. Dan laporan tersebut juga dapat digunakan untuk sebuah penilaian maupun untuk menganalisis kondisi perusahaan tersebut.

Peranan sistem informasi akuntansi, sangat berhubungan dengan fungsi yang akan dijalankannya, tidak hanya sekedar mengelola atau memproses data yang ada dalam sebuah perusahaan, tetapi sistem informasi akuntansi juga menjalankan beberapa fungsi, mulai dari fungsi pengumpulan data transaksi pemrosesan atau pengelolaan data, manajemen data, pengendalian serta pengamanan data, dan yang paling penting juga sebagai penyedia informasi.

Dalam penyusunan laporan untuk sebuah perusahaan, sistem informasi akuntansi (SIA) sangat berperan penting, karena dengan adanya sistem informasi akuntansi perusahaan dapat melakukan fungsi pencatatan, dan penilaian persediaan barang dagangnya, dan fungsi tersebut harus dilakukan dengan prosedur yang benar dan baik. Karena, jika mulai dari awal sampai akhir prosedur pencatatan dan penilaian persediaan barang dagang sudah dilakukan dengan benar dan baik, hasil dari penjumlahan dalam laporan keuangan perusahaan akan menjadi benar dan juga baik. Dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang banyak dari hal tersebut, bukan hanya dalam hal laba, tapi juga dengan penilaian yang baik dari pihak lain yang berhubungan secara langsung dengan perusahaan.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana peranan sistem informasi akuntansi persediaan barang dagang pada perusahaan UD. ASA Lumajang”

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Sistem

Kata sistem berasal dari bahasa Latin (*systema*) dan bahasa Yunani (*sustema*) adalah suatu kesatuan yang terdiri dari komponen – komponen atau elemen – elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi, materi atau energi untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Chairul Marom (2002 : 1), Sistem adalah jaringan dari prosedur – prosedur yang disusun dalam rangkaian secara menyeluruh, untuk melaksanakan berbagai kegiatan atau fungsi pokok dalam suatu badan usaha.

Suatu sistem memiliki karakteristik atau sifat – sifat tertentu, yaitu mempunyai komponen, batasan sistem, lingkungan luar sistem, penghubung, masukan, keluaran, pengolah, dan sasaran. Komponen merupakan, suatu sistem yang terdiri dari sejumlah komponen yang saling bekerjasama membentuk suatu kesatuan. Batasan sistem adalah daerah yang dibatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lain. Masukan dapat berupa masukan perawatan dan masukan sinyal.

Pengertian Informasi

Menurut pendapat Jogiyanto (2004 : 8) dalam bukunya yang berjudul Analisis dan Desain Sistem Informasi, berpendapat bahwa informasi adalah data yang diolah menjadibentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya.

Berdasarkan pengertian informasi menurut para ahli yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sekumpulan fakta – faktayang telah diolah menjadi bentuk data, sehingga dapat menjadi lebih bergunadan dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkan data – data tersebut sebagai pengetahuan ataupun dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa “Informasi merupakan data yang telah diolah, dibentuk, ataupun dimanipulasi sesuai dengan keperluan tertentu bagi penggunaannya”.

Pengertian Akuntansi

Definisi Akuntansi Menurut asal kata akuntansi yaitu bersal dari *Accountancy* atau *Accounting* atau *Constituency* yang diserap ke dalam bahasa Indonesia, Akuntansi yang berarti sebuah aktivitas atau proses dalam mengidentifikasi, mencatat, mengklasifikasi, mengolah dan menyajikan data yang berhubungan dengan keuangan atau transaksi agar mudah dimengerti dalam mengambil keputusan yang tepat.

Menurut APB (*Accounting Principle Board*), Akuntansi adalah kegiatan jasa yang berfungsi menyediakan informasi kuantitatif terutamayang bersifat keuangan yang kemudian dapat digunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi.

Menurut Charles T. Horngren, dan Walter T. Harrison (2007:4). Pengertian Akuntansi ialah suatu sistem informasi yang mampu mengukur kegiatan bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan atau manajer.

beberapa tujuan akuntansi sebagai berikut:

1. Sebagai sumber acuan informasi keuangan yang dapat dipercaya kebenarannya mengenai kewajiban, modal dan sumber ekonomi.
2. Sumber informasi terpercaya dalam hal perubahan – perubahan dan perbandingan sumber ekonomi setelah terjadinya kegiatan usaha dari waktu ke waktu.
3. Membantu penggunaanya dalam membaca informasi keuangan yang berguna untuk memperkirakan posisi perusahaan dan potensi perusahaan dalam menambah sumber ekonomi baru maupun laba.

Pengertian Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sistem informasi berbasis komputerisasi yang mengolah data keuangan yang berhubungan dengan data transaksi dalam siklus akuntansi dan menyajikannya dalam bentuk laporan keuangan kepada manajemen perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi menurut Azhar Susanto (2008:72) adalah sebagai berikut : “Sistem Informasi Akuntansi dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari sub sistem atau komponen baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerja satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan”.

Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Dalam memenuhi kebutuhan informasi baik untuk kebutuhan pihak eksternal maupun pihak internal, sistem informasi harus didesain sedemikian rupa sehingga memenuhi fungsinya. Demikian pula suatu sistem informasi akuntansi dalam memenuhi fungsinya harus mempunyai tujuan-tujuan yang dapat memberikan pedoman kepada manajemen dalam melakukan tugasnya sehingga dapat menghasilkan informasi-informasi yang berguna, terutama dalam menunjang perencanaan dan pengendalian.

Pengertian Persediaan

Istilah persediaan (*Inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya – sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. Permintaan akan sumber daya mungkin internal ataupun eksternal. Ini meliputi persediaan bahan mentah, barang dalam proses, barang jadi atau produk akhir, bahan pembantu atau pelengkap, dan komponen lain yang menjadi keluaran produk perusahaan (Handoko, 1997 :333).

Sedangkan menurut Herjanto (1999:219) Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu, misalnya untuk proses produksi atau perakitan, untuk dijual kembali, dan untuk suku cadang dari suatu peralatan atau mesin. Persediaan dapat berupa bahan mentah, bahan pembantu, barang dalam proses, barang jadi, ataupun suku cadang.

Setiap perusahaan perlu mengadakan persediaan untuk menjamin kelangsungan hidup usahanya. Untuk mengadakan persediaan, dibutuhkan sejumlah uang yang diinvestasikan dalam persediaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan haruslah dapat memperthankan suatu jumlah persediaan optimum yang dapat menjamin kebutuhan bagi kelancaran kegiatan perusahaan dalam jumlah dan mutu yang tepat dengan biaya yang serendah – rendahnya. Untuk mengatur tersedianya suatu tingkat persediaan yang optimum, maka diperlukan suatu sistem pengawasan persediaan.

Tujuan Persediaan

Di dalam persediaan tentu terdapat hal – hal yang perlu diketahui termasuk tujuan dari persediaan itu sendiri. Menurut pendapat Anggarini (2007:163) yang berpendapat bahwa tujuan kebijakan persediaan adalah untuk merencanakan tingkat optimal investasi persediaan, dan mempertahankan tingkat optimal tersebut melalui persediaan.

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk menguji Peranan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang pada Perusahaan dagang. Berikut adalah ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu :

Junaedi Abdillah dan Sari Mulianingsih (2014) meneliti tentang “Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang Berbasis Komputer Pada Bagian Gudang di CV. Pustaka Setia Bandung” dengan hasil bahwa Perancangan Sistem baru dapat memberikan informasi persediaan pada perusahaan yang lebih akurat dan cepat. Dan pengendalian terhadap informasi yang tidak dapat dipertanggung jawabkan atas bukti transaksinya dapat diatasi dengan pembuatan dokumen – dokumen penunjang prosedur persediaan. Dalam perusahaan, perbedaan catatan komputer dan gudang dapat diatasi dengan dilakukannya proses *stock opname* per bulan. Dan hasil dari proses *stock opname* dapat dipantau melalui laporan *stock opname*. Aktivitas persediaan yang tidak terkontrol dapat terpantau dengan pembuatan laporan persediaan yang meliputi laporan pengeluaran barang, laporan penerimaan barang, dan laporan persediaan barang.

Khorik Andani (2016) meneliti tentang “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Guna Pengendalian Persediaan Barang pada UD. Java Lumajang” dengan hasil sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh UD. Java dalam pengendalian persediaan masih berjalan dengan baik, karena perusahaan tidak bisa memprediksi pesanan dari pelanggan, sehingga persediaan yang ada dalam gudang bisa saja tidak bisa digunakan lagi. Dalam hal struktur organisasi perusahaan, konveksi UD. Java telah membuat dan menjalankan struktur organisasi dengan cukup baik, yaitu dengan pimpinan menjalankan perintah langsung kepada bawahannya. Dalam hal memasarkan produk yang ingin dipesan oleh konsumen / pelanggan, bagian pemasaran sering melakukan kesalahan dengan perincian harga yang salah, jika hal tersebut sering dilakukan tentunya tidak akan baik bagi kelangsungan keuangan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Saryono (2010:1) Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kualitatif. Pada metode ini, data – data yang dikumpulkan lebih banyak adalah berupa kata ataupun gambar – gambar daripada angka.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Peranan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Persediaan Barang Dagang pada perusahaan dagang di kota Lumajang. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan dagang “UD. ASA” Lumajang, yang beralamat di Jl. Semeru Bayeman, Lumajang , yang merupakan sebuah agen minyak goreng dalam kemasan , yang bermacam – macam isinya. Penelitian ini dilakukan di UD. ASA Lumajang, dengan beberapa pertimbangan, antara lain :

- >Tempat penelitian yang mudah dijangkau, karena perusahaan tersebut terletak di dalam kota.
- >Tersedianya data yang akurat dan obyektif yang dapat menunjang serta memudahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Sumber Data

Sumber data dari sebuah penelitian merupakan subyek penelitian dimana data tersebut didapatkan. Data dapat didapatkan dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (populasi). Semua data yang ada pada hakikatnya merupakan cerminan suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Menurut sumber data, data dapat dikelompokkan menjadi data internal dan data eksternal

Jenis Data

Jenis data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data – data yang diperoleh oleh peneliti baik secara langsung atau tidak langsung dari obyek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya. Misalnya dapat diperoleh dari angket, hasil wawancara, tes, dokumentasi dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini teknik Dokumentasi

Teknik Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen – dokumen yang ada dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelompok, yang ada kaitannya dengan penelitian. Data tersebut seperti, volume penjualan, volume pembelian, laporan keuangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, riwayat perusahaan, dan sebagainya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah cara untuk mengolah data menjadi informasi agar karakteristik data tersebut mudah dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama hal yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data bisa juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya dapat dipergunakan untuk mengambil kesimpulan. Analisis data merupakan bagian yang amat penting, sebab dengan analisis data dapat memberi makna yang berguna untuk masalah penelitian. Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti tidak akan ada gunanya apabila tidak dianalisis terlebih dahulu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Penelitian

Sistem informasi akuntansi dalam sebuah perusahaan dagang UD. ASA Lumajang merupakan suatu hal yang sangat berperan penting guna untuk kelancaran aktivitas perusahaan. Sistem informasi akuntansi dan pengendalian merupakan suatu kesatuan, karena dalam penerapan suatu sistem informasi akuntansi yang baik harus memperhatikan penerapan unsur-unsur pengendalian yang baik. Pengendalian yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi memiliki fokus yang sangat penting yaitu transaksi yang dilaksanakan oleh perusahaan setiap hari.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan dagang UD. ASA masih terdapat beberapa kekurangan dalam pengaplikasian sistem informasi akuntansi di dalam perusahaan, misalnya kurang telitinya staff pengawas gudang dan bagian administrasi gudang dalam melaporkan hasil *stock* manualnya, dan staff bagian administrasi gudang terkadang masih kurang teliti dalam hal penulisan bukti nota penjualan untuk pelanggan, serta staff bagian administrasi gudang terkadang hanya menginput data sesuai dengan laporan dari pengawas gudang saja ke dalam kartu *stock* barang, tanpa melihat kemudian mencocokkannya dengan bukti nota penjualan yang ada setiap harinya, maupun dengan catatan penjualan harian. Sehingga beberapa kali terjadi selisih pada data persediaan dalam kartu *stock* barang dagang yang di input secara manual dengan jumlah persediaan barang dagang yang ada didalam gudang, dan persediaan barang dagang merupakan kebutuhan primer perusahaan, sehingga sistem informasi disini juga sangat berperan penting, karena dengan adanya sistem informasi akuntansi, kesalahan seperti itu bisa segera diketahui dan segera ditindaklanjuti, agar tidak merugikan perusahaan. Maka dari itu, sistem informasi akuntansi memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, khususnya dalam hal pengendalian persediaan barang dagang maupun keuangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ditinjau dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai peranan Sistem Informasi Akuntansi terhadap persediaan barang dagang serta melakukan analisis sistem informasi akuntansi yang telah dilaksanakan dalam perusahaan dengan dilandasi teori yang relevan dengan masalah yang diteliti pada UD. ASA Lumajang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem Informasi Akuntansi persediaan barang dagang yang telah dilakukan pada UD. ASA Lumajang sangat berperan penting guna untuk memudahkan staff karyawan untuk melaporkan laporan keuangan yang didalamnya terdapat transaksi pembelian dan penjualan barang dagang atas transaksi yang telah terjadi setiap hari untuk dilaporkan setiap bulannya dengan didukung adanya bukti nota pembelian, bukti nota penjualan serta catatan atas persediaan barang dagang yang ada.
2. Pelaksanaan sistem informasi akuntansi ditemukan beberapa kelemahan dalam pelaksanaan sistem informasi akuntansi perusahaan yang menimbulkan kurang efektifnya kegiatan yang wajib dilakukan yang telah ditentukan perusahaan untuk Staff karyawan, kurang telitinya staff pengawas gudang dan bagian administrasi gudang dalam melaporkan hasil *stock* manualnya, dan staff bagian administrasi gudang terkadang masih kurang teliti dalam hal penulisan bukti nota penjualan untuk pelanggan, serta staff bagian administrasi gudang terkadang hanya menginput

data sesuai dengan laporan dari pengawas gudang saja ke dalam kartu *stock* barang, tanpa melihat kemudian mencocokkannya dengan bukti nota penjualan, maupun dengan catatan penjualan harian. Sehingga sering terjadi perbedaan antara jumlah persediaan barang dagang di dalam gudang, dengan laporan persediaan barang dagang yang di input secara manual di dalam kartu *stock*, dan dengan laporan persediaan barang dagang yang diinput dengan cara komputerisasi. Sehingga dapat menyebabkan aktivitas dalam pengadaan persediaan barang dagang menjadi lemah dan dapat memungkinkan adanya kecurangan-kecurangan yang dilakukan. Kecurangan yang mungkin terjadi antara lain : memungkinkan adanya barang dagang yang ditukar atau sampai hilang, yang dilakukan oleh karyawan. Dengan adanya sistem informasi akuntansi sangat membantu untuk proses pengendalian, untuk mengurangi dan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Saran

Berdasarkan beberapa kelemahan yang telah dijelaskan, adapun saran-saran yang akan diberikan peneliti, sebagai berikut :

>Sistem Informasi Akuntansi telah dilakukan oleh perusahaan walaupun masih kurang baik, sehingga jika sistem informasi akuntansi dilakukan dengan lebih baik lagi dengan meningkatkan ketertiban administrasi dan kinerja karyawan, maka sistem informasi akuntansi akan berjalan lebih baik.

>Pihak manajer perusahaan sebaiknya membuat kebijakan yang lebih tegas khususnya untuk staff bagian gudang dalam hal administrasi dan seluruh aktivitas yang terjadi di dalam gudang, sehingga apapun aktivitas yang terjadi di dalam gudang, staff bagian gudang mengetahuinya dengan baik. Sehingga hal tersebut akan mengurangi terjadinya kecurangan-kecurangan ataupun ketidaksesuaian persediaan barang dagang yang ada dalam perusahaan. Dan pihak manajemen perusahaan harus memberikan arahan yang lebih terhadap staff bagian gudang, khususnya dalam hal pencatatan dan pengecekan atas aktivitas persediaan barang dagang, lebih baik lagi jika diberikan arahan dalam pengerjaan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Junaedi dan Sari Mulianingsih. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang Berbasis Komputer Pada Bagian Gudang di CV. Pustaka Setia Bandung*. Jurnal LPKIA, Vol.4 No.2. (Online). Diakses 15 Februari 2018
- Abu, Syathir. 2013. *Pengertian Sistem Informasi Akuntansi*. (Online). Diakses 15 Februari 2018
- Andani, Khorik. 2016. *Analisis Sistem Informasi Akuntansi guna Pengendalian pada UD.Java Lumajang*. STIE Widya Gama Lumajang
- Aziz, Muhammad Andik. 2013. *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Untuk Pengendalian Persediaan Barang Dagang pada KUD. Semboro – Jember*. STIE Widya Gama Lumajang
- Baihaki, Achmad. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi*. (Online). Diakses 15 februari 2018
- Baridwan, Zaki. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*. BPFE – Yogyakarta : Yogyakarta
- Baridwan, Zaki. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. BPFE – Yogyakarta : Yogyakarta
- Berlian, Astrarini. 2010. *Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi pada Persediaan Barang Dagangan Ayu Sekar Cake*. E-Journal Ekonomi.(Online). Diakses 15 Februari 2018
- Chourmain, Imam. 2008. *Acuan Normatif Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Al-Haramain Publishing House
- Jogiyanto.Hartono.2004 : 8. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Andi Offset: Yogyakarta
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi Offset: Yogyakarta
- Krismiaji, Drs. 2005. *Sistem Informasi Akuntansi*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN: Yogyakarta
- Linardi. 2009. *Tugas dan Wewenang Kepala Perusahaan*. (Online). Diakses 1 April 2018
- Marom, Chairul. 2002. *Sistem Informasi Akuntansi*. PT. Grasindo: Jakarta
- Mulyadi. 2006. *Sistem Akuntansi*. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN: Yogyakarta
- Permana, Dhika. 2015. *Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku pada UD. UTAMA JATI YOGYAKARTA*. Jurnal online. Diakses 15 Februari 2018
- Reza, Alvian. 2012. *Flowchart Persediaan Barang*. (Online). Diakses 1 Juni 2018
- Romney, Marshall B, dan Paul Jhon Steinbart. 2005. *Sistem Informasi Akuntansi*. Salemba Empat: Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Andi Offset: Yogyakarta
- Sutabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Andi Offset: Yogyakarta
- Taufiq, Muchammad. *Aspek Hukum Ekonomi (Edisi Revisi)*. Percetakan Adil Lumajang

Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Ukur Terhadap Kinerja Keuangan(Studi Kasus Pada Kud Karya Tani Desa Pulo Kecamatan Tempeh Tahun 2017)

Imam Hasanuddin¹
STIE Widya Gama Lumajang
email :Imamhasanuddin96@yahoo.com

Subani²
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atau mengukur kinerja keuangan pada KUD Karya Tani pada tahun 2017 melihat dari laporan keuangan meliputi laporan neraca dan laba rugi selama periode 3 tahun berturut-turut antara 2015-2017. Penelitian ini melakukan pengujian menggunakan teknik perhitungan rasio –rasio antara lain rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas pada laporan keuangan yang menyatakan berpengaruh terhadap kinerja keuangannya KUD Karya Tani. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian kinerja keuangan KUD Karya Tani jika ditinjau dari rasio likuiditas memperoleh prosentase sebanyak 46,09. Jika ditinjau dari rasio solvabilitas hasil presentase menunjukkan 28,66 . Dari hasil pengukuran menggunakan rasio profitabilitas menunjukkan total hasil presentase sebanyak 6,7. Dari perhitungan menggunakan analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan simpulkan bahwa hasil perhitungan presentase dari analisis laporan keuangan KUD KARYA TANI menurut Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena total hasil daripada prosentase menunjukkan angka 81,45.

Kata Kunci: Likuiditas,Solvabilitas,Profitabilitas, Kinerja Keuangan

Abstrack

The purpose of this study is to know or measure financial performance at KUD Karya Tani in 2017 saw from the financial statements include balance sheet and profit and loss statements for the period of 3 years in a row between 2015-2017. This study conducted a test using the technique of calculation-ratios ratio, among others, the ratio of liquidity, solvency and profitability in the financial statements that state the effect on financial performance KUD Karya Tani. The method used is descriptive method. The results showed that the financial performance of KUD Karya Tani if evaluated from the liquidity ratio obtained percentage sebanyak 46.09. If viewed from the solvency ratio of the results of the percentage shows 28.66. From the measurement result using profitability ratio shows total percentage result as much as 6.7. From the calculation using Liquidity, Solvability and Profitability Ratio analysis, it can be concluded that the result of calculation of percentage of financial report analysis of KUD KARYA TANI according to Measurement of Health Performance Assessment Cooperative according to Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises Letter NO.35.3 / Per / M. KUKM / X / 2007 can be declared HEALTHY. Since the total result of the percentage shows the number 81.45.

Keywords: Liquidity, Solvability, Profitability, Financial Performance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi di negara Indonesia disusun sebagai usaha bersama yang berdasar daripada asas-asas kekeluargaan. Ekonomi di negara Indonesia yang berdasar daripada asas demokrasi ekonomi mempunyai tujuan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Kehadiran KUD serba usaha ditengah krisis ekonomi yang berkepanjangan sebagai salah satu pelaku ekonomi bagi kelangsungan hidup masyarakat ekonomi lemah untuk bersama - sama saling membantu dalam meningkatkan taraf hidup kearah yang lebih baik.

Tujuan KUD yang hendak dicapai diperlukan langkah - langkah manajemen yang benar dalam pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan ini pihak manajemen dapat memanfaatkan laporan keuangan koperasi yang selanjutnya dilakukan evaluasi dan analisa. Dengan adanya analisis keuangan dapat diketahui tingkat kinerja KUD karena tingkat kerjanya merupakan suatu alat untuk mengontrol kelangsungan hidup.

Koperasi Unit Desa (KUD) mempunyai peranan sebagai objek daripada pengembangan pelaksanaan pembangunan perekonomian khususnya di Indonesia. Keberadaan Koperasi Unit Desa di setiap wilayah pedesaan mempunyai peran dan manfaat yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi secara nasional. Dengan adanya KUD diharapkan dapat membantu pengusaha golongan ekonomi lemah atau masyarakat menengah kebawah dalam mendapatkan tambahan modal yang berupa pemberian pinjaman berupa kredit untuk mengembangkan usahanya. Bantuan yang digunakan untuk mengembangkan dan memperlancar usaha untuk meningkatkan produktifitas. Peningkatan produktifitas diharapkan bisa memberikan tingkat keuntungan sehingga dapat menambah pendapatan golongan ekonomi lemah.

Setiap Koperasi Unit Usaha selalu mempunyai laporan keuangan sebagai pengaturan dalam mengalokasikan dana yang dimilikinya. dilihat dari sudut manajemen, laporan keuangan adalah sebagai sarana komunikasi untuk kinerja koperasi yang dikelola oleh pihak yang berkepentingan, sementara jika dilihat dari sudut pandang lain dan informasi akuntansi diharap dapat dipakai untuk membuat keputusan secara rasional dalam praktik bisnis. (Inanda,2007). Untuk menilai kinerja suatu KUD pihak manajemen harus mengetahui kondisi ekonomi KUD tersebut. Oleh karena itu maka yang paling penting adalah media laporan keuangannya. Laporan keuangan ini yang akan dijadikan sebagai analisis dalam pengambilan keputusan. Laporan keuangan dapat menggambarkan posisi keuangan KUD, hasil usaha KUD dalam suatu periode, dan arus dana (kas) KUD dalam periode tertentu. Kinerja daripada koperasi dapat dilihat di besarnya kinerja keuangan selama periode akuntansi tertentu.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Koperasi

Undang- Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Koperasi menunjukkan bahwa koperasi adalah entitas komersial yang terdiri dari orang-orang atau badan hukum koperasi dengan dasar kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi serta pergerakan ekonomi masyarakat berdasarkan prinsip kekeluargaan.

Muchamad taufiq (2015:21) mengemukakan bahwasanya hukum koperasi adalah pasal 33:1 UUD 1945 yang menyatakan perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asaz kekeluargaan. Penjelasan pasal 33 mencantumkan dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh dan untuk semua dibawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Asaz koperasi mnempakan eksistensinya yang memiliki karakteristik tersendiri. Beberapa prinsip dasar yang harus dipatuhi anggota (pasal 5:1) antara lain:

- e. Keanggotaan koperasi bersikap sukarela
- f. Pengelolaan koperasi dilakukan secara demokratis
- g. Pembagian SHU dilakukan adil dan sebanding dengan jasa usaha masing-masing anggota.
- h. Pemberian balas jasanya terbatas terhadap modal

Koperasi Unit Desa (KUD)

Koperasi Unit Desa (KUD) merupakan pengembangan koperasi yang dilakukan dengan pembangunan sektoral, dimana koperasi dikembangkan dari dukungan pemerintah melalui basis sektor primer. KUD sebagai koperasi yang diberikan titipan oleh pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup seperti halnya produksi tanaman pangan, perikanan, perkebunan, sektor industri kecil dan kegiatan lainnya dengan pemberian fasilitas kredit (Lembaga Administrasi Negara, 2007)

Laporan Keuangan

Dalam arti singkat, laporan keuangan ini menunjukkan bagaimana kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode akuntansi tertentu (Kasmir, 2008:7).

Susilo (2009: 10) mengatakan bahwa laporan keuangan ini adalah hasil dari proses akuntansi yang berisi informasi dan memberikan informasi tentang data ekonomi perusahaan, yang terdiri dari daftar yang menunjukkan posisi keuangan dan hasil kegiatan perusahaan untuk periode yang mencakup saldo lembar, laporan laba rugi dan laporan perubahan keuangan

Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Institute of Indonesian Accountants (2009: 3), tujuan dari laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan yang menguntungkan sejumlah besar pengguna diperusahaan dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Karakteristik kualitatif Laporan Keuangan

Menurut munawir "laporan keuangan merupakan salah satu informasi keuangan yang bersumber dari intern perusahaan yang bersangkutan." Bahwa laporan keuangan utama meliputi neraca, laba rugi, laporan aliran kas, serta footnotes (merupakan bagian integral dari laporan keuangan).

Kasmir (2013:12), menyatakan pencatatan yang dilakukan dalam penyusunan laporan keuangan harus dilakukkn dengan kaidah-kaidah yang berlaku demikian pula dengan hal penyusunan laporan keuangan itu sendiri. dalam praktiknya sifat laporan keuangan dibuat secara historis dan bersifat menyeluruh.

Analisis rasio keuangan

Rasio menunjukkan hubungan matematis antara jumlah dan jumlah lainnya. Penggunaan alat analitis dalam bentuk rasio dapat menjelaskan ketentuan yang baik dan buruk dari status keuangan koperasi, terutama ketika membandingkan rasio dengan yang digunakan sebagai pilihan (Meth, 2013) Kasmir (2008: 104) memaparkan analisis rasio keuangan sebagai angka perbandingan dalam laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan yang lain.. Perbandingan dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen keuangan. Analisis laporan keuangan juga bisa didefinisikan dalam proses yang penuh pertimbangan dalam rangka untuk membantu mengevaluasi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu dengan tujuan untuk menentukan pembandingan jumlah dari satu jumlah lainnya itulah yang dilihat daripada perbandingan. Harapan nantinya akan bisa ditemukan jawaban yang akan dijadikan baham pedoman kajian untuk menganalisis dan memutuskan terhadap konsisi keuangan perusahaan.

Hubungan Rasio Keuangan dan Kinerja Keuangan

Rasio keuangan dan kinerja keuangan mempunyai hubungan yang kuat, karena rasio keuangan mempunyai jenis banyak jumlah dan setiap rasio itu mempunyai kegunaanya masing-masing. Bagi investor ia akan melihat rasio dengan penggunaan yang palings esuai dengan analisis yang akan dilakukan. Jika rasio itu tidak mempresentasikan daripada tujuan dari analisis yang akan dilakukan maka rasio tersebut tidak akan dipergunakan, karena dalam konsep keuangan dikenal dengan namanya fleksibilitas, artinya rumus atau berbagai bentuk formula atau rumus-rumus yang dipergunakan sesuai dengan kasus yang diteliti karena tidak bisa senantiasa menganalisa seluruh rumus yang ada adalah cocok pada semua kasus yang di teliti.

Pengukuran rasio menurut Permen No.14 Tahun2009

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap 7 komponen sebagaimana dimaksud pada angka 1 s/d 7, diperoleh skor seera keseluruhan. Skor dimaksud ini dipergunakan untuk menetapkan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP koperasi yang dibagi dalam 5 (lima) golongan yaitu sehat, cukup sehat, kurang sehat, tidak sehat, dan sangat tidak sehat. Penetapan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.0
Penetapan predikat tingkat kesehatan KSP dan USP

Skor	Predikat
$80 < x < 100$	Sehat
$60 < x < 80$	Cukup sehat
$40 < x < 60$	Kurang sehat
$20 < x < 40$	Tidak sehat
< 20	Sangat tidak sehat

Penelitian Terdahulu

4. Bayu Ramadhony (2007) pada Toko Tunas Jaya yang berjudul "Analisis laporan keuangan untuk mengetahui tingkat likuiditas dan rentabilitas pada Toko Tunas Jaya", dengan menggunakan variabel rasio likuiditas dan rasio rentabilitas memperoleh hasil penelitian yang menjelaskan bahwa Toko Tunas Jaya memiliki tingkat Likuiditas bahwa koperasi dinyatakan dalam posisi

aman sehingga perlu untuk dipertahankan jika memungkinkan terus ditingkatkan dengan syarat tidak melebihi 200%, karena apabila melebihi maka koperasi dianggap tidak mampu mengelola asetnya secara optimal. Tingkat rentabilitas dapat dikatakan mengalami peningkatan rentabilitas meski tahun 2005 sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan tetapi koperasi mampu meningkatkan rentabilitasnya pada tahun 2006.

5. Ferris Manuar Anugerah (2011) pada CV. Bumi Tani Sejahtera Jatim dengan judul “Analisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio sebagai alat untuk mengukur kinerja koperasi (study kasus pada CV “Bumi Tani Sejahtera Jatim” kec. Lumajang kab Lumajang)”, dengan menggunakan variabel rasio likuiditas, rentabilitas dan solvabilitas, memperoleh hasil penelitian yang menjelaskan bahwa CV. Bumi Tani Sejahtera jika ditinjau dari rasio lancar selama 4 periode dalam keadaan yang baik. Rasio Solvabilitas ditinjau dari debt ratio selama 4 periode bahwa debt ratio dalam kondisi yang baik. Rasio Rentabilitas CV Bumi Tani Sejahtera Jatim ditinjau dari profit margin selama 4 periode dalam kondisi yang baik.
6. Fachruz Rizal (2012) pada CV. Alamanda Lumajang dengan judul “Analisis pengendalian perputaran piutang terhadap Rentabilitas pada CV. Alamanda Lumajang” dengan menggunakan variabel rasio rentabilitas memperoleh hasil yang menjelaskan bahwa Akibat dari penurunan perputaran piutang menyebabkan menurunnya pula tingkat Rentabilitas koperasi, hal ini terbukti dari penurunan perputaran piutang yang terjadi pada tahun 2010 yang sebesar 2.84 kali diikuti penurunan pada tingkat Rentabilitas pada tahun 2010 yang sebesar 2.03% dari 7.4% pada tahun 2009 menjadi 5.37% pada tahun 2010. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat perputaran piutang adalah merupakan salah satu dampak yang menyebabkan suatu perubahan pada tingkat Rentabilitas koperasi, baik itu penurunan maupun peningkatan Rentabilitas.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif dimana metode ini menggambarkan sifat sesuatu yang telah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. (umar Husein. 2008:22).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan akurat mengenai masalah yang diteliti dimana data yang diperoleh dikumpulkan kemudian disusun dan diolah serta dianalisis. Setelah semua data laporan keuangan terkumpul dan dianalisis, yang ditinjau dari analisis rasio keuangan. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kinerja keuangan pada KUD Karya Tani. Untuk membandingkannya maka laporan keuanganyang digunakan yaitu laporan keuangan pada periode 2015, 2016, 2017

Obyek Penelitian

Husein Umar (2005:303) menyatakan bahwa “Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan juga bisa ditambahkan hal-hal lain jika perlu. Didalam penelitian yang berjudul Analisis Laporan Keuangan sebagai alat ukur terhadap kinerja keuangan yaitu pada KUD Karya Tani yang bertempat di Desa Pulo Kec. Tempeh Lumajang. Obyek penelitiannya menggunakan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas.

Sumber Data.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara internal, dimana data tersebut diambil langsung dari gambaran keadaan internal perusahaan atau organisasi. Dengan demikian penelitian ini bersumber dari data yang diperoleh dari Koperasi unit desa karya tani di desa pulo kec. tempeh. dimana data tersebut meliputi sejarah singkat koperasi, struktur organisasi, dan laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi selama 3 periode berturut-turut yaitu periode 2015-2017.

Jenis Data

Anwar Sanusi (2011:103) menyatakan bahwa “Jenis data lebih cenderung pada pengertian data macam apa yang harus dikumpulkan oleh peneliti”. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang sudah diolah yang bersumber dari koperasi yang diteliti, misalnya sejarah singkat KUD karya tani, struktur organisasi, dan informasi yang berhubungan dengan laporan keuangan seperti laporan neraca dan laba rugi. Jadi dapat disimpulkan bahwa data sekunder diperoleh dari data secara langsung dari objek yang diteliti, disini data tersebut didapatkan dari KUD Karya Tani. Dalam penelitian ini, data yang didapatkan berupa laporan keuangan yang terdiri dari laba rugi dan neraca, struktur organisasi serta sejarah singkat mengenai KUD Karya Tani.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui langkah – langkah sebagai berikut:

3. Menyajikan laporan keuangan yang diperoleh dari perusahaan yang meliputi neraca, lapotan laba rugi
4. Menghitung rasio keuangan dengan menggunakan rasio keuangan, yang meliputi:
 - d. Rasio Likuiditas yang melakukan perhitungan terhadap rasio lancar dan rasio cepat.
 - e. Rasio solvabilitas yang melakukan perhitungan terhadap jumlah hutang terhadap aktiva.
 - f. Rasio profitabilitas yang melakukan perhitungan terhadap hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri.

Teknik Pengumpulan Data

Sonny Sumarsono (2004:66) menyatakan bahwa “Pengumpulan data merupakan suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu”. Untuk memperoleh data dan bahan penelitan, peneliti mengumpulkan data seperti laporan neraca dan laporan laba rugi dari tahun tahun sebelumnya guna sebagai perbandingan dari data terdahulu dengan data sekarang. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan Dokumentasi yaitu dengan membuat salinan atau penggandaan arsip-arsip dan catatan-catatan perusahaan yang ada mengenai neraca dan laporan laba rugi gambaran umum perusahaan peralatan dan mesin yang digunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1.1
 Laporan keuangan Koperasi Karya Tani

No.	Nama	Tahun		
		2015	2016	2017
1.	Aktiva Lancar	Rp. 521.649.686	Rp. 461.042.872	Rp. 450.736.892
2.	Hutang Lancar	Rp. 201.375.205	Rp. 180.869.994	Rp. 224.028.362
3.	Persediaan	Rp. 53.336.473	Rp. 27.399.239	Rp. 28.938.515
4.	Pendapatan	Rp. 2.819.858.600	Rp. 2.813.806.600	Rp. 2.432.186.950
5.	SHU	Rp. 43.676.755	Rp. 32.625.936	Rp. 32.695.003
6.	Ekuitas	Rp. 509.053.785	Rp. 547.419.023	Rp. 590.439.432
7.	Total Aktiva	Rp. 769.996.728	Rp. 711.126.279	Rp. 835.670.294
8.	Total Hutang	Rp. 222.577.705	Rp. 202.072.494	Rp. 245.230.862

Sumber Data: Koperasi Unit Desa (KUD) “Karya Tani” Desa Pulo

4. Rasio likuiditas

- c. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{aktivaLancar (current asset)}}{\text{utangLancar (current liabilitas)}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 1.2
 Hasil perhitungan Rasio Lancar periode 2015-2017

Periode	Aktiva Lancar	Hutang Lancar	Current rasio
2015	Rp. 521.649.686	Rp. 201.375.205	26,04%
2016	Rp. 461.042.872	Rp. 180.869.994	25,50%
2017	Rp. 450.736.892	Rp. 224.028.362	20,20%

Sumber Data: Koperasi Unit Desa (KUD) “Karya Tani” Desa Pulo

- d. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

$$\text{Rasio Cepat (QuickRatio)} = \frac{\text{aktivalancar} - \text{persediaan}}{\text{hutanglancar}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 1.3
 Hasil Perhitungan Rasio cepat Periode 2015-2017

Periode	Aktiva Lancar	Persediaan	Hutang Lancar	Ras. Cepat
2015	Rp. 521.649.686	Rp. 53.336.473	Rp. 201.375.205	23,3%

2016	Rp. 461.042.872	Rp. 27.399.239	Rp. 180.869.994	24,0%
2017	Rp. 450.736.892	Rp. 28.938.515	Rp. 224.028.362	18,9%

5. Rasio Solvabilitas

b. Debt Ratio

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 1.4

Hasil Perhitungan Debt Ratio Periode 2015-2017

Periode	Total Hutang	Total Aktiva	Debt Ratio
2015	Rp. 222.577.705	Rp. 769.966.728	29%
2016	Rp. 202.072.494	Rp. 711.126.279	28%
2017	Rp. 245.230.862	Rp. 835.670.294	29%

6. Rasio Profitabilitas

b. Return on Equity (ROE).

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\% = \dots \%$$

Tabel 1.5

Hasil Perhitungan ROE 2015-2017

Periode	Laba Bersih (SHU)	Modal Sendiri (ekuitas)	ROE
2015	Rp. 43.676.755	Rp. 509.053.785	8,61%
2016	Rp. 32.625.936	Rp. 547.419.023	5,95%
2017	Rp. 32.695.003	Rp. 590.439.432	5,53%

Tabel 4.6

Rekapitulasi Rasio Keuangan
KUD "Karya Tani" tahun 2015-2017

No	Rasio Keuangan	Tahun			Rata-rata	STANDART
		2015	2016	2017		
1	Liquiditas					SEHAT
	1. Current Rasio	26,4%	25,50%	20,20%	24,03	
	2. Quick Ratio	23,3%	24,0%	18,9%	22,06	
2	Solvabilitas					
	1. Debt Asset	29%	28%	29%	28,66	
3	Profitabilitas					
	1. ROE	8,65%	5,95%	5,53%	6,7	
				TOTAL	81,45	

Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwasanya penilaian kinerja keuangan KUD "Karya Tani" menggunakan rasio likuiditas dengan menggunakan 2 cara metode pengukuran yaitu current ratio dan quick ratio pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 yaitu 24,03 (untuk rasio lancar) dan 22,06% (untuk rasio cepat) sehingga total hasil presentase perolehan yaitu sebanyak 46,09. Demikian juga dalam pengukuran laporan keuangan KUD "Karya Tani" menggunakan rasio solvabilitas dengan metode debt asset pada tahun 2015-2017 memperoleh total hasil presentase sebanyak 28,66. selanjutnya jika menggunakan perhitungan dengan menggunakan rasio profitabilitas total hasil perhitungan ROE mulai tahun 2015-2017 memperoleh hasil 6,7. Dari perhitungan menggunakan analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan simpulan bahwa hasil perhitungan presentase dari analisis laporan keuangan KUD KARYA TANI menurut Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena total hasil daripada prosentase menunjukkan angka 81,45.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada KUD "Karya Tani" dapat disimpulkan diantaranya bahwa:

6. Penelitian pada KUD “Karya Tani” yang bertempat di Desa Pulo Kecamatan Tempeh ini menggunakan penelitian Deskriptif, karena data yang diperoleh langsung dari KUD “Karya Tani”.
7. Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data dengan menggunakan rasio likuiditas dengan metode current ratio dan quick ratio memperoleh total hasil 46,09.
8. Dalam pengukuran laporan keuangan KUD “Karya Tani” menggunakan rasio solvabilitas dengan metode debt asset memperoleh 28,66. KUD “Karya Tani” mampu membayar semua total hutang atau kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjangnya.
9. Untuk pengukuran ketiga dengan menggunakan rasio profitabilitas dengan metode ROE menunjukkan hasil presentase 6,7. Meskipun dari 3 tahun terakhir KUD “Karya Tani” menunjukkan presentase menurun sehingga masih belum maksimal dalam meningkatkan laba. Posisi permodalan daripada KUD “Karya Tani” masih sangat minim, posisi usaha tidak menentu akan tetapi dalam segi sisi perputaran sudah cukup sehingga masih meraih keuntungan dari sisa hasil usaha (SHU) sesuai rencana.
10. Dilihat dari total presentase ketiga rasio tersebut diperoleh hasil presentase daripada kinerja KUD Karya Tani jika dilihat dari Pengukuran Penilaian Kinerja kesehatan Koperasi menurut SK Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah NO.35.3/Per/M.KUKM/X/2007 dapat dinyatakan SEHAT. Karena dari jumlah total pengukuran analisis Rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas menunjukkan total skor 81,45.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah di paparkan diatas, peneliti mencoba memberikan saran atau masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi KUD “Karya Tani”.

4. Perlu adanya peningkatan SHU atas total aktiva yang dimiliki oleh KUD “Karya Tani”. Dalam hal ini pihak manajemen perlu adanya perencanaan yang matang mengenai pengelolaan terhadap total aktiva yang dimilikinya agar dapat meningkatkan profitabilitas usaha di KUD “Karya Tani”.
5. Agar kondisi kemandirian dan pertumbuhan pada KUD “Karya Tani” menjadi lebih baik, maka perlu adanya penekanan-penekanan daripada biaya yang dikeluarkan agar SHU yang diperoleh dapat meningkat. Hal ini dapat mendorong kesejahteraan anggotanya.
6. Unit-unit usaha yang ada pada KUD “Karya Tani” diharapkan dapat dipertahankan. Terlebih usaha yang mengalami kemunduran hendaknya dapat diusahakan lebih maju, dan diusahakan muncul unit-unit baru yang lebih baik dan berpotensi agar bisa meningkatkan SHU PADA KUD “Karya Tani”.

DAFTAR PUSTAKA

- Chourmain, Imam, 2008. *Acuan Normatif Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Al-Haramain Publising House. Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung, Alfabeta.
- Firdaus, F. (2012). *Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Kinerja Koperasi As-Sakinah Di Sidoarjo Tahun 2009-2012*. No Title. Journal Universitas Negeri Surabaya , 1-22
- Firdaus, M dan Agus Hedi Susanto. 2002. *Perkoperasian Sejarah, Teori, dan Praktek*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Harahap, S. S. 2002. *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Raja Grafindo, Jakarta
- _____. 2009. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- HM. Sonny Sumarsono, 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Jember: Graha Ilmu.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2002, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat: Jakarta.
- _____, 2009, *Standar Akuntansi Keuangan, PSAK No. 1 : Penyajian Laporan keuangan*. Jakarta : Salemba Empat, Jakarta.
- Indriantoro Nur dan Bambang Supomo, 2002, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*, Agung Media, Yogyakarta : BPEE –Yogyakarta
- Jumingan. (2009). *Analisis Laporan Keuangan* : Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kartasapoetra dkk. 2001. *Koperasi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir, 2003, *Pengantar Manajemen keuangan*, Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta.
- _____, 2008, *Analisis Laporan Keuangan*, Rajawali Pers: Jakarta
- _____. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Kesuma, Y. F. 2004. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* , 93-121. *Keuangan*. Andi Offset. Yogyakarta.

- Khoirotunisak. 2011. Analisis kinerja keuangan KUD banyumanik dikota Semarang. *Skripsi Fakultas Pertanian*. 1-104
- Maith, H. A. 2013. *Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada Pt. Hanjaya Mandala Sampurna Tbk*. Jurnal EMBA , 619-628.
- Manuar Anugrah, F. 2011. *Analisis Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Keuangan* .
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Munawir, 2010, *Analisis Laporan Keuangan*.Edisi keempat.Penerbit. Liberty: Yogyakarta.
- _____,2002. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Nugroho, A. S. 2012. Pengaruh Karakteristik Pe Rusahaan Terhadap Tingkat Keluasan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Sektor Industri Makanan Da N Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* , 1-27.
- Nuri.dan Bambang S 2009. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi danManajemen*. Edisi Pertama, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM: Yogyakarta, Persada. Jakarta.
- Prawirosentono, S. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE.Yogyakarta.
- Riyanto, B. 2001.*Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*.BPFE.Yogyakarta.
- Sanusi.Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Selemba Empat. Jakarta
- Standar Akuntansi Keuangan: <http://www.triharyono.com/2017/09/Karakteristik-laporan-keuangan-menurut-standar-akuntansi-keuangan-per-1-Januari.html> diakses tgl 02/02/18
- Sugiyono, 2009.*Metode Penelitian*. Bandung : Alfabetis.
- Suwandi, Ima. 1982. *Koperasi Organisasi Ekonomi yang Berwatak Sosial*. Bharatara Karya Aksara. Jakarta.
- Subani. (2015). *Jurnal STIE Widya Gama Lumajang* , 2088-944.
- Sudarsono dan Edilius. 1996. *Koperasi dalam Teori dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Koperasi Indonesia*.Rineka Cipta.
- Sumarsono.Sonny.HM. 2009.*Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Jakarta
- Susilo, Bambang. 2009. *Analisa Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Koperasi*.Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Taufiq, Muchamad. 2015. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi*, Edisi 1 cetakan 6. STIE Widya Gama Lumajang.Lumajang.
- Tjahjono, A dan Sulastiningsih. 2003. *Akuntansi Pengantar Pendekatan Terpadu*.UUP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Weygandt, Jerry dan kieso, Donald dan Kimmel, Paul D. 2007.*Accounting Principles*, Edisi 7.Penerbit. Salemba Empat.
- Widiyanti, Wiwin. 2005.*Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta.

Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Di Sentra Konter Seluler Pasar Senggol Lumajang

Achmad Badry Hermansyah¹⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email:achmadbadryhermansyah12@gmail.com

Fauzan Muttaqien²⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email: fauzanmuttaqien@gmail.com

Musingah³⁾
STIE Widya Gama Lumajang
email:Musingah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang. Hasil penelitian terhadap #% responden dengan menggunakan analisis regresi linier berganda adalah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan adalah $Y = 6,092 + (0,352)X_1 + (0,194)X_2$, Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 26% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 74% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti citra merek dan harga sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan tempat yang berbeda.

Kata kunci : citramerek, harga, keputusan pembelian.

Abstract

This study is a quantitative research by looking for associative relationships that menyatakan relationship between two or more variables and causality. The study aims to determine the influence of brand image and price to the decision of purchasing cellular card sympathy at cellular market counter of senggol lumajang both partially and simultaneously. This study examined the hypothesis that there was influence of the brand image to the purchase decision, there was influence of price to purchase decision, and there was influence of brand image and price simultaneously to the decision of purchasing cellular card sympathy at cellular market counter of senggol lumajang. The result of the research on #% of respondents by using multiple linear regression analysis is that there is influence of brand image to purchasing decision, there is influence of price to purchase decision, and there is influence of brand image and price simultaneously to decision of purchasing cellular card sympathy at cellular market counter of senggol lumajang. The resulting simple linear regression function is $Y = 6,092 + (0,352) X_1 + (0,194) X_2$, The coefficient of determination shows that 26% of purchasing decisions can be explained by independent variables ie brand image and price, while the remaining 74% of purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study. The limitations of this study are to examine brand image and price as a factor influencing purchasing

decisions, while other variables that can be purchasing decisions are expected to be examined by later researchers in different periods and places.

Keywords: brand image, price, purchase decision.

PENDAHULUAN

Berkembangnya kegiatan perekonomian saat ini menyebabkan banyak produk baru serta layanan jasa bermunculan. Di satu sisi, konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun di sisi lain konsumen tentu akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung inilah para produsen berlomba-lomba merebut perhatian konsumen dengan menginformasikan dan menawarkan produk mereka agar menjadi pemenang dalam pasar persaingan. Disinilah iklan hadir dalam rangka memenangkan persaingan menghadapi dominasi pesaing dalam memperebutkan konsumen.

Dalam meluncurkan sebuah produk, produsen pasti mempunyai harapan agar produknya dapat menarik perhatian konsumen. Untuk itu berarti produk harus memiliki sesuatu yang membuat konsumen melirik, kemudian merasa tertarik dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Sebuah produk yang baik terkadang penjualannya tidak seperti yang dibayangkan, dan juga sebaliknya pada produk yang biasa-biasa malah mempunyai volume penjualan yang baik.

Teknologi saat ini telah mengembangkan produk berupa alat komunikasi yang dinamakan HP atau telpon selular. Pada jaman sekarang tentunya telepon nirkabel bukan merupakan barang yang asing lagi bagi masyarakat Indonesia, hal ini disebabkan karena handphone sekarang menjadi barang kebutuhan pokok dan alat masyarakat yang menginginkan komunikasi dan informasi secara cepat, tepat dan efisien.

Dengan banyaknya perusahaan yang sejenis yang menawarkan produk yang sama, maka akan mengakibatkan persaingan kompetitif di dunia perdagangan. Hal ini akan mendorong perusahaan atau pemasar untuk melakukan berbagai upaya dalam menarik perhatian dan memberikan kepuasan pada konsumen.

Krystia tambunan (2012) "Analisis pengaruh citra merek, persepsi kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian bandng presto (studi kasus pada konsumen di bandeng presto semarang)". Hasil penelitian membuktikan bahwa tiga variabel independen yaitu citra merek, persepsi kualitas, dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian Bandeng Presto. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (citra merek, persepsi kualitas, dan harga) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian Bandeng Presto adalah pada variabel citra merek dengan koefisien 0,478, kemudian diikuti oleh variabel persepsi kualitas dengan koefisien 0,207, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel harga dengan nilai koefisien sebesar 0,198.

Nela evelina (2012) "Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomflexi (studi kasus pada konsumen telkomflexi di kecamatan kota kudu kabupaten kudu)". Tipe Penelitian yang digunakan adalah tipe *explanatory research*. Sampel diambil sebanyak 100 responden yang menggunakan Kartu Perdana Telkom Flexi. Penentuan sampel dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier dan SPSS 16.0. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (a) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkom Flexi, (b) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas produk, (c) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga, (d) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkom Flexi.

Rosvita dua lebang (2010) "Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian the siap minum dalam kemasan merek the botol sosro (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi s1 reguler II universitas diponegoro)". Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap Teh Botol Sosro. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel cuaca berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi, hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Romal amrullah (2016) "Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Beat". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas yang baik dapat mengakibatkan peningkatan

penjualan dan peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu kualitas produk. Dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena apabila merek dengan citra yang baik akan memberikan jaminan kualitas sehingga meskipun harga yang ditetapkan oleh

perusahaan tinggi, tidak menjadi suatu penghalang bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Perusahaan diharapkan tetap menjaga kualitas produk, harga, dan citra merek dengan baik agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen.

Desy irana dewi lubis (2017) " pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan ". (R2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji koefisien determinasi variabel citra merek dan harga mampu menjelaskan keberadaannya terhadap variabel keputusan pembelian, selain itu secara parsial citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sementara harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, secara simultan citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Mochamad ridzky arwiedya (2011) " analisis pengaruh harga, jenis media promosi, resiko kinerja, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via internet pada toko online (studi kasus pada konsumen toko fashion online yang bertindak sebagai reseller yang ada di Indonesia) ". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, jenis media promosi, resiko kinerja, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via internet pada toko fashion online. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau yang sering melakukan transaksi belanja via internet di toko fashion online. Sampel pada penelitian ini sebanyak 95 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik Non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling.

Hasil penelitian sebelumnya masih ada beberapa kesenjangan atau perbedaan hasil, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian tentang harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian, serta perbedaan penelitian ini adalah pada tempat penelitian serta periode penelitian. Dimana pada penelitian terdahulu dilakukan pada tempat yang berbeda sedangkan penelitian ini dilakukan di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Citra Merek

Keller (1993) (dalam Ferrinadewi, 2008:165) menyatakan bahwa, "Citra merek adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut".

Menurut Aaker dalam Simamora (2002:96) "Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Asosiasi-asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang dijanjikan kepada konsumen". Merek merupakan symbol dan indikator dari kualitas sebuah produk.

Sedangkan menurut Simamora (2004) (dalam Mamang dan Sopiah, 2013:327) menyatakan bahwa, "Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar".

Definisi citra merek menurut pendapat beberapa ahli tersebut diatas dapat disimpulkan refleksi memori konsumen akan asosiasinya unik yang akan diciptakan atau dipelihara oleh pemasar.

Harga

Harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (*need*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*)" (Alma, 2016: 169).

Menurut Harman (2017:126) harga adalah "alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber – sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan)".

Definisi lainnya tentang harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa" (Kotler dan Armstrong 2008:345).

Definisi harga menurut pendapat beberapa ahli tersebut diatas dapat disimpulkan nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009), dalam Susanto, (2013:26), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

"Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua factor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, factor kedua adalah factor situasional yang tidak diharapkan" (Kotler dan Armstrong, 2008:181)

Definisi lainnya tentang "Keputusan pembelian merupakan sikap seorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk yang telah diyakini untuk memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan" (Puspita, 2008:11).

Definisi keputusan pembelian menurut pendapat beberapa ahli tersebut diatas dapat disimpulkan proses pemecahan masalah dari hasil pemikiran konsumen dalam pembelian suatu produk yang telah diyakini untuk memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif.

Populasi dan Sampel penelitian

Dalam penelitian ini populasinya adalah agen-agen konter seluler di sekitar pasar senggol lumajang berjumlah 35 konter, Dalam penelitian ini populasinya adalah semua agen-agen konter seluler di sekitar pasar senggol lumajang berjumlah 35 konter.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara.

d. Survey

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konter seluler pasar senggol lumajang.

e. Observasi

observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses dan psikologis.

f. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

g. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono (2013 : 169) " sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian , maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini".

Pengujian hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen citra merek dan harga terhadap dependen (keputusan pembelian).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)" (Mudrajad Kuncoro, 2007:77).

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.092	3.789		1.608	.118		
jml_citramerek	.352	.158	.338	2.223	.033	.999	1.001
jml_harga	.194	.075	.395	2.595	.014	.999	1.001

a. Dependent Variable:
 jml_kptsnpembeli

Sumber Data:

Data diolah dengan SPSS, 2016

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- k. Nilai *constant* sebesar 6,092 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian akan sama dengan 6,092 jika nilai dari variabel citra merek (X_1) dan harga (X_2) sama dengan 0.
- l. Koefisien variabel citra merek (X_1) sebesar 0,352 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel citra merek akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,352 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel citra merek akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,352, dengan asumsi variabel X_2 yaitu harga adalah konstan.
- m. Koefisien variabel harga (X_2) sebesar 0,194 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,194 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel harga akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,194, dengan asumsi variabel X_1 yaitu citra merek adalah konstan.

Uji Parsial (Uji T)

Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu citra merek diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,223$ dengan signifikansi 0,033. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,034$. Ini berarti $t_{hitung} (2,223) > t_{tabel} (2,034)$, Dengan tingkat signifikansi 0,033 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.

Hasil Koefisien Determinan (R²)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,261. Hal ini berarti 26% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 74% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.511 ^a	.261	.215	2.175

a. Predictors: (Constant), jml_harga, jml_citramerek

b. Dependent Variable: jml_kptsnpembeli

Sumber Data: Data diolah dengan SPSS, 2016

Pembahasan

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang. Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian dimana citra merek yang diberikan oleh perusahaan menjadi pertimbangan sorang konsumen apakah barang tersebut dibutuhkan, untuk itu citra merek berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Hal ini bisa dijelaskan terkait citra merek yang baik tidak langsung adalah salah satu yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Karena pelanggan menginginkan produk yang memiliki daya mudah di ingat. Hal tersebut akan menjadi kekuatan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan memproduksi kartu seluler simpati yang mudah diingat dan dimengerti .

Produk yang memiliki citra merek yang baik di dalam suatu pasar akan mampu menyentuh benak konsumen sehingga menimbulkan ketertarikan yang begitu dalam tanpa mepedulikan ketertarikan yang begitu dalam. Seperti halnya yang terjadi pada mayoritas responden yaitu pengguna kartu seluler simpati di pasar senggol lumajang, pengguna kartu seluler simpati cenderung lebih mengenal citra merek dari kartu seluler simpati yang memiliki daya tarik atau daya pikat yang baik di masyarakat, hal tersebut dikarenakan bahwa kartu seluler simpati telah melakukan banyak upaya untuk membangun kepercayaan dan nama yang baik di mata masyarakat yaitu dengan menciptakan produk-produk yang berkualitas dengan spesifikasi yang berbeda dari produk kartu seluler yang lain.

Dari penjelasan maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan rata rata konsumen di sentra konter seluler pasar senggol lumajang yang mudah diingat dan mudah dimengerti.

Atas kondisi ini maka disarankan kepada PT. Telkomsel untuk mempertahankan citra merek yang mudah diingat dan memperbarui kecanggihan dari kartu seluler simpati agar masyarakat Indonesia lebih meminati produk dalam negeri. hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada kartu seluler simpati.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang memberikan tanggapan kurang atau tidak setuju terhadap variabel harga.

Hubungan harga dengan keputusan pembelian sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian dimana harga yang diberikan oleh perusahaan menjadi pertimbangan sorang konsumen apakah barang tersebut dibutuhkan, untuk itu harga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya, sehingga lebih ekonomis, kerena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal. Hal ini bisa dijelaskan harga kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang cenderung sesuai dikalangan pengusaha konter atau masyarakat sekitar pasar senggol lumajang.

Hal ini bisa dijelaskan terkait harga yang baik tidak langsung adalah salah satu yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Karena pelanggan menginginkan produk yang memiliki harga terjangkau dan sesuai kebutuhan. Hal tersebut akan menjadi kekuatan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan memproduksi kartu seluler simpati yang memiliki harga terjangkau dan sesuai kebutuhan.

Produk yang memiliki harga yang terjangkau di dalam suatu pasar akan mampu menyentuh benak konsumen sehingga menimbulkan ketertarikan yang begitu dalam tanpa mepedulikan ketertarikan yang begitu dalam. Seperti halnya yang terjadi pada mayoritas responden yaitu pengguna kartu seluler simpati di pasar senggol lumajang, pengguna kartu seluler simpati cenderung mengenal harga dan spesifikasi dari kartu seluler simpati yang memiliki daya tarik atau daya pikat yang baik di masyarakat, hal tersebut dikarenakan bahwa kartu seluler simpatitelah melakukan banyak upaya untuk spesifikasi yang baik dan harga yang terjangkau di mata masyarakat yaitu dengan menciptakan produk-produk yang berkualitas dengan spesifikasi yang berbeda dari produk kartu seluler yang lain.

Dari penjelasan maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan rata rata konsumen di sentra konter seluler pasar senggol lumajang yang mudah diingat dan mudah dimengerti.

Atas kondisi ini maka disarankan kepada PT. Telkomsel untuk hargatetap sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang sama agar masyarakat kelas menengah kebawah bisa mampu

mengonsumsi produk telkomseldan supaya meningkatkan keputusan pembelian kartu seluler simpati di kalangan masyarakat Indonesia.

Pengaruh Citra Merek dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Hal ini berarti kedua variabel citra merek dan harga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pelanggan memutuskan memakai kartu seluler simpati karena citra merek dan harga yang bersaing dengan usaha yang sejenis. Secara bersama-sama (simultan) kedua variabel independen ini yaitu citra merek dan harga menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 26% dimana sisanya yaitu 74% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam hal citra merek dan harga menjadi hal yang paling sensitif untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Pengaruhnya yang sangat besar sebisa mungkin harus tercipta perasaan puas pelanggan agar dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya keputusan pembelian dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi konter seluler.

Atas kondisi ini disarankan kepada pihak Telkomsel untuk tetap meningkatkan citra merek dan menelaraskan harga sehingga memenuhi harapan pengguna kartu seluler simpati sehingga meningkatkan daya minat beli. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian dimana pelanggan melakukan transaksi ulang secara teratur, membeli produk lain di tempat yang sama, mereferensikan kepada orang lain dan tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pengguna kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- d. Citra Merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.
- e. Harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.
- f. Pengaruh citra merek dan Harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan citra merek dan Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.
- g. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 6,092 + (0,352)X_1 + (0,194)X_2$. Hal ini berarti 26% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 74% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- c. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu disarankan kepada PT. Telkomsel untuk mempertahankan citra merek yang mudah diingat dan memperbarui kecanggihan dari kartu seluler simpati agar masyarakat Indonesia lebih meminati produk dalam negeri. Hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada kartu seluler simpati.
- d. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu disarankan kepada PT. Telkomsel untuk harga tetap sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang sama agar masyarakat kelas menengah kebawah bisa mampu mengonsumsi produk telkomseldan supaya meningkatkan keputusan pembelian kartu seluler simpati di kalangan masyarakat Indonesia.
- e. Sebesar 26% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan harga, sedangkan sisanya yaitu 74% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian seperti kualitas produk, iklan, *word of mouth* dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal.2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Rajagrafindo Persada. Depok
- Alma, Buchari 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta Bandung
- Amrullah, atika romal. 2016. *Pengaruh Kualitas Prodik, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Vol 4, No10, 2015:L3228&-3255. ISSN :2302-8912. Manajemen Unud
- Arie, M., & Ambolau, P. 2015. *The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision (Study On Aqua Consumers In Administrative Science Faculty Brawijaya University Class Of 2013)*, 2(2), 1–8.
- Arumsari, dheany. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua*. Vol 4, No.3 , Agustus 2015. Pp131-140. ISSN 2302-0199. Pascasarjana Universitas Syiah Kuala.
- Arwiedya, mohammad ridzky. 2011. *Analisis pengaruh harga, jenis media promosi, resiko kinerja, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via internet pada toko online*.
- Buchori, A. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Danang, S. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Daniel Reven, A. T. F. 2017. *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)*, 1–15.
- Feriyanto, andi dan endang Shynta Triana . 2015. *Pengantar manajemen (3in1)*. Media tera
- Ferrinadewi, Erna 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*, Graha ilmu. Cetakan pertama ; Yogyakarta
- Ghozali, Imam 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan penerbit univesitas Diponegoro: Semarang
- Kotler. Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran jasa Di Indonesia. Analisis Perencanaan. Implementasi Dan Pengendalian (Edisi Pertama)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, philip and kevin Lane Keller 2007. *Manajemen Pemasaran*, PT INDEKS. Jakarta.
- Kotler , Philip dan Armstrong, GARY. 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran edisi 12*. Penerbitan Erlangga : Jakarta
- Pupitasari, fiki.2008. *apakah Diskon Itu ?*. PT. Macanan Jaya Cemerlang : Sleman
- Rangkuti, Freddy 2009. *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisa Kasus Intergrated Marketing Communication*. Penerbitan PT Gramedia Pustaka Utama Jakarat.
- Ratnasari. Ririn Tri dan Aksa, Mastuti.H. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-1 Penerbitan Ghalia Indonesia :Bogor.
- Rusdiana dan Irfan. 2014 *Sistem Informasi manajemen*. pustaka setia Bandung
- Sangadji, Mamamng dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*. C.V andi Offset Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Adminitrasi*. Alfabeta: Bandung
- Sunyoto, Danang.2015. *Strategi Pemasaran*, Caps: Yogyakarta.
- Surachman. 2008. *Dasar dasar Manajemen*. Edisi pertama. Bayumedia Publishing.
- Terry, R George.2014. *Prinsip –Prinsip Manajemen*. PT. Bumi Aksara ; Jakarta.

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA: ANALISIS
STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA
(STUDI KASUS PADA WISATA HUTAN BAMBU, DESA SUMBERMUJUR,
KECAMATAN CANDIPURO, KABUPATEN LUMAJANG)**

Ninik Lukiana
Program Studi Manajemen, STIE WidyaGama Lumajang
email:ibundaninik@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis implementasi strategi promosi destinasi wisata dan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat promosi destinasi wisata. Metode penelitian adalah penelitian kualitatif, metode pengumpulan data menggunakan: *in-depth interview*, observasi dan dokumentasi, teknik *purposive sampling* yaitu kriteria tertentu sampel sebagai informan penelitian, yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, POKDARWIS dan masyarakat lokal Desa Sumbermujur. Hasil penelitian menunjukkan: 1) implementasi strategi promosi destinasi wisata dilakukan dengan menggunakan media *offline (facebook, instagram)*, spanduk, brosur, majalah dan liputan dari harian lokal, liputan dan media sosial lainnya, 2). faktor pendukung keberhasilan promosi destinasi wisata adalah otensi utama hutan bambu yang layak dijadikan destinasi wisata dan dipromosikan secara lebih luas kepada wisatawan pada saat event budaya, tumbuhan utama di hutan bambu adalah beraneka jenis tanaman bambu yang memiliki fungsi penting untuk kegiatan konservasi lahan menjadi nilai lebih destinasi tersebut dibandingkan yang lain, dan faktor pengahambat kegiatan promosi destinasi wisata adalah keterbatasan sarana dan prasarana penunjang, yaitu terbatasnya pusat informasi di lokasi, *rest area*, kantin atau *food court*, sarana ibadah, dan *kegiatan personal selling, sales marketing dan direct selling* perlu ditingkatkan guna mendukung keberhasilan kegiatan promosi yang dilakukan.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Strategi Promosi, Destinasi Wisata.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the implementation of tourism destination promotion strategies and identify the supporting factors and inhibiting the promotion of tourist destinations. The research method is qualitative research, data collecting method using: in depth interview, observation and documentation, purposive sampling technique with the certain criteria of sample as informant research, namely Department of Culture and Tourism, POKDARWIS and local community Sumbermujur Country. The results showed: 1) the implementation of tourism destination promotion strategy is done by using offline media (facebook, instagram), banners, brochures, magazines and coverage of local daily, coverage and other social media, 2). the factors supporting the success of the promotion of tourist destinations is the main authenticity of bamboo forests that deserve to be tourist destinations and promoted more widely to tourists at cultural events, the main plant in the bamboo forest is the various types of bamboo plants that have an important function for the conservation of the land to be the value of more destinations than others, and the factors of promoting the promotion of tourist destinations is the limited facilities and supporting infrastructure, namely the limited information center on site, rest area, canteen or food court, means of worship, and activities of personal selling, sales marketing and direct selling need to be improved in order to support the success of promotional activities undertaken.

Keyword: Communication Tourism Marketing, Promotion Strategy, Travel Destinations.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan sumbangsih besar dalam membantu kegiatan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Semakin banyak potensi wisata

yang memungkinkan untuk di eksploitasi dengan keunikan dan ciri khas masing-masing yang dimiliki, akan memberikan peluang yang lebih besar dalam menciptakan ide kreatif dengan memanfaatkan potensi tersebut salah satunya. Potensi pariwisata yang diminati wisatawan salah satunya adalah hutan bambu yang terletak di Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang, dimana destinasi wisata tersebut memiliki beberapa nilai keunikan yang berbeda dibandingkan destinasi yang lain, yaitu sebagai daerah konservasi terutama budidaya bambu, keunikan hewan endemik serta keindahan alamnya. Berlakunya UU No.32 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Pemerintah dalam hal ini para stakeholders kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerah berusaha menggali, mengembangkan serta membangun aset obyek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata. Keputusan ini harus ditindak lanjuti dengan memikirkan dan mengusahakan serta membenahi potensi obyek dan daya tarik wisata (Yusuf, 2000) dalam Tahwin, (2003). Potensi sumber daya yang dimiliki menjadi nilai lebih destinasi wisata di daerah tersebut terutama dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Keberhasilan kegiatan komunikasi pemasaran sebuah destinasi wisataterletakpadasebuah pesan "posisi" tentang sebuah destinasi pariwisata tersebut kepada calon konsumen yang tepat, dan dengan cara yang benar. Implementasi kegiatan komunikasi pemasaran yang tepat akan membantu wisatawan ketika berkunjung ke sebuah destinasi wisata agar dapat merasakan manfaat sesuai dengan yang diharapkan. Pemasaran pariwisata menekankan lebih jauh terkait segeman pasar dan perilaku wisatawan terkait cara mengkomunikasikan kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan (destinasi) adalah unggul dan berbeda dengan produk lain. Salah satu elemen kunci keberhasilan kegiatan komunikasi pemasaran pariwisata daerah adalah melalui promosi. Promosi merupakan tahapan dalam kegiatan pemasaran yang memiliki peran penting dalam usaha untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Desa Sumbermujur Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang mempunyai potensi destinasi wisata yang sudah dikenal masyarakat baik wisatawan domestik maupun mancanegara memiliki kawasan wisata hutan bambu yang berwawasan edukasi dan konservasi, yang memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Akan tetapi masih rendahnya tingkat kunjungan wisatawan serta belum maksimal sarana dan prasarana pendukung yang dimiliki berdampak terhadap belum maksimal tercapainya target kunjungan wisatawan sesuai dengan yang diharapkan di lokasi tersebut. Sehingga diperlukan evaluasi terkait strategi promosi yang digunakan terutama melalui program bauran promosi yang dijalankan serta faktor pendukung dan faktor penghambat apa saja yang dialami dalam kegiatan promosi hutan bambu sebagai destinasi wisata.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan kegiatan penelitian ini tentang strategi komunikasi pemasaran objek wisata antara lain penelitian dari: Janri D. Manafe, dkk (2016), Junaidi Pranata Sembiring (2016), Chintiya Betari Avinda (2016), dan Mubaddilah Rafa'al. (2017), dengan hasil penelitian masih ada perbedaan atau kesenjangan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam peneliti ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata hutan bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi destinasi wisatawisata hutan bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang?

Tujuan penelitian ini, adalah untuk menganalisis implementasi strategi promosi destinasi wisata, dan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat promosi destinasi wisatahutan bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Komunikasi pemasaran menurut Shimp (2014) adalah proses pengembangan dan implementasi berbagai bentuk program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan dengan tujuan untuk mempengaruhi atau memberikan efek langsung kepada perilaku khalayak sasaran yang dimilikinya. Lebih lanjut Shimp (2014), menyatakan Ciri utama komunikasi pemasaran, antara lain: (1) mempengaruhi perilaku. tujuan kegiatan komunikasi pemasaran adalah untuk mempengaruhi khalayak sasarnya, (2) berawal dari pelanggan dan calon pelanggan (*prospect*), proses utama diawali oleh pelanggan untuk menentukan metode yang paling tepat dan efektif dalam mengembangkan program komunikasi persuasif, (3) menggunakan satu atau segala

cara untuk melakukan 'kontak', komunikasi pemasaran menggunakan seluruh bentuk komunikasi untuk menghubungkan merek atau perusahaan dengan pelanggan mereka, sebagai jalur penyampai pesan yang potensial, (4) berusaha menciptakan sinergi, kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan di dalamnya terkandung kebutuhan akan sinergi (kesinambungan), (5) menjalin hubungan, karakteristik komunikasi pemasaran adalah kepercayaan bahwa komunikasi pemasaran yang sukses membutuhkan terjalinnya hubungan antara merek dengan pelanggannya.

Strategi Promosi

Promosi menurut Alma (2007), adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kotler (2001) membagi kegiatan promosi terdiri dari: 1) periklanan (*advertising*), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian; 2) penjualan tatap muka (*personal selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian; 3) publisitas (*publiscity*), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentang produk; 4) promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya; 5) pemasaran langsung (*direct marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Strategi promosi mempunyai tujuan menurut Tjiptono (1998:221) tujuan promosi yaitu: 1) menginformasikan produk yang dihasilkan; 2) membujuk pelanggan sasaran; 3) mengingatkan para pembeli. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkat pengetahuan dan sikap pembeli agar bersedia membeli. Dan perusahaan juga dapat mengadakan promosi lanjutan untuk meningkatkan pembeli tentang pengalamannya yang baik sehingga dapat membantu dalam mengkonfirmasi keputusannya.

Destinasi Wisata

Definisi pariwisata ada dua, dipandang secara umum dan teknis menurut Karyono (1997:15): secara umum, definisi pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan; dan definisi secara teknis, bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah ataupun masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan. Yoeti (2009) menyatakan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Seseorang melakukan berwisata mempunyai tujuan menurut Kesrul (2003:6) antara lain: 1) ingin bersantai, bersuka ria, rileks (lepas dari rutinitas); 2) ingin mencari suasana baru atau suasana lain; 3) memenuhi rasa ingin tahu untuk menambah wawasan; 4) ingin berpetualang dan mencari pengalaman baru; 5) mencari kepuasan dari yang sudah didapatkan. Damanik dan Weber (2007), ada empat unsur pokok yang merupakan subsistem pariwisata, dimana antara yang satu dengan yang lain saling mempengaruhi yaitu : 1) permintaan pariwisata, unsur pokoknya yakni wisatawan dan masyarakat sebagai pelaku pariwisata; 2) penawaran pariwisata, yaitu produk wisata yang berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan; 3) pasar dan kelembagaan pariwisata yang memfasilitasi berlangsungnya/terlaksananya kegiatan pariwisata; 4) pelaku pariwisata yang menggerakkan ketiga unsur tadi, yakni wisatawan, industri pariwisata, pemerintah, dan lembaga swasta yang mendukung terjadinya kegiatan pariwisata.

Beberapa penelitian dengan topik yang sama telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Junaidi Pranata Sembiring (2016), dengan judul penelitian "Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung", hasil penelitian bahwa Pemerintah Daerah Kabupaten Karo melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan strategi komunikasi pemasaran yang dirancang oleh internal tanpa melibatkan para pelaku wisata dalam perencanaan. Penelitian dari Chintiya Betari Avinda, I Nyoman Sudiarta dan Ni Made Oka Karini (2016), judul penelitian "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)", menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui bauran promosi sudah memberikan dampak positif terhadap kunjungan wisatawan namun belum cukup efektif untuk

memeratakan kunjungan wisatawan dan meningkatkan lama tinggal wisatawan. Janri D. Manafe, Tuty Setyorini dan Yermias A Alang, 2016, dengan judul penelitian "Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote Nusa Tenggara Timur)", hasil penelitian menunjukkan perlu adanya strategi yang tepat yaitu menggunakan periklanan (*advertising*), promosi, penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan pribadi (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*). Mubaddilah Rafa'al (2017) judul penelitian "Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: *Promotion Mix* Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat", hasil menunjukkan bahwa terkait pencapaian keberhasilan pada proses *promotion mix* diantaranya *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *personal selling*, *direct marketing*, dan *internet marketing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif menurut Moleong (2007) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek 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 berbagai metode alamiah.

Kegiatan penelitian yang dilakukan dengan pendekatan studi kasus terkait dengan obyek penelitian yang dilakukan. Penelitian studi kasus menurut Herdiansyah (2009) adalah : suatu model yang menekankan pada eksplorasi dari suatu system yang terbatas (*bounded system*) pada satu kasus atau beberapa kasus yang secara mendetail, disertai dengan penggalian data secara mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya akan konteks.

Unit Analisis

Tempat penelitian berada di kawasan destinasi wisata hutan bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Penelitian menggunakan informan menurut Moleong (2000) Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, jadi ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian dan harus sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Informan yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi ditetapkan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang memiliki kriteria tersendiri yakni mengetahui dengan jelas dan memahami tentang hal-hal yang berkaitan dengan promosi, antara lain: 1) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, 2) POKDARWIS Desa Sumbermujur, dan 3) Masyarakat lokal Desa Sumbermujur

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi partisipasi untuk memaksimalkan data yang akan diperoleh, *indepth interview* yaitu wawancara mendalam merupakan kegiatan tanya jawab antara peneliti dan narasumber, semi terstruktur yang bersifat bebas dan fleksibel dibandingkan dengan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2012), serta dokumentasi.

Sumber Data

Sumber data penelitian dari data primer diperoleh melalui kegiatan *indepth interview* dengan informan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Dan data sekunder diperoleh melalui beberapa sumber informasi antara lain: 1) Dokumen antara lain terkait dengan bentuk promosi yang dilakukan baik melalui *online* maupun *offline*, 2) buku-buku ilmiah yang relevan dengan penelitian, majalah, artikel dan jurnal sebagai rujukan penelitian.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yang mencakup tiga langkah, yaitu data *reduction* (reduksi data) yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. *Data display* (penyajian data) yaitu data dirangkai menjadi kalimat yang tersusun secara sistematis dan logis. *Conclusion drawing/verification* (simpulan atau verifikasi) yaitu pengulangan dan penelusuran data kembali dengan tujuan untuk pemantapan simpulan yang didapat (Sugiyono, 2005). Peranan kunci penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, menurut Ahmadi (2014) dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian adalah manusia. Peneliti terjun langsung ke lapangan guna mengumpulkan data dari informan penelitian sesuai dengan data yang diperlukan untuk mendukung keakuratan dan validitas hasil penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan peneliti ini menggunakan pendekatan studi kasus tentang "Komunikasi Pemasaran Pariwisata : Analisis Strategi Promosi Destinasi Wisata".

Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan secara cermat pada saat kegiatan penelitian dilakukan di lapangan, dengan berpedoman pada teknik dan prosedur dari penelitian kualitatif agar bisa dipertanggungjawabkan keabsahannya. Berdasarkan beberapa kriteria menurut Gunawan (2014) antara lain: derajad

kepercayaan/*credibility*, keteralihan/*transferability*, kebergantungan/*dependability* dan kepastian/*confirmability*.

Desain Penelitian

Prosedur penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi menurut Herdiansyah (2009) memiliki beberapa tahapan prosedur sebagai berikut: 1) Peneliti memahami perspektif latar belakang menggunakan pendekatan studi kasus yaitu terkait kegiatan komunikasi pemasaran pariwisata terutama strategi promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan destinasi wisata hutan bambu kepada wisatawan, untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan; 2) Peneliti membuat pertanyaan penelitian untuk mengeksplorasi, serta menggali arti penting pengalaman yang dimiliki subjek dan meminta subjek penelitian untuk menjelaskan secara detail pengalamannya tersebut. Pada kegiatan penelitian ini daftar pertanyaan yang diajukan antara lain berkaitan dengan Implementasi strategi promosi destinasi wisata dan faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi destinasi wisata; 3) Peneliti melakukan kegiatan pencarian data, pengumpulan data dari subjek yang terlibat secara langsung dengan menggunakan metode *in depth interview*, observasi dan studi dokumen untuk melakukan penggalian informasi berkaitan dengan tema yang dibahas, guna mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel serta mampu dipertanggungjawabkan hasil kegiatan penelitian yang dilakukan; 4) Data hasil penelitian yang telah diperoleh, selanjutnya dianalisa berdasarkan tahapan penelitian kualitatif. Kegiatan analisa data dimulai dari tahapan pengumpulan data, reduksi data hasil penelitian, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, grafik atau gambar dan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan; 5) Prosedur terakhir yang dilakukan adalah membuat laporan penelitian dengan menggunakan pendekatan studi kasus diakhiri dengan diperolehnya pemahaman secara esensial/mendasar dari pemahaman dan pengalaman individu, mengenai setiap unit terkecil dari arti yang diperoleh berdasarkan pengalaman individu tersebut serta solusi yang diberikan untuk kasus tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara Penelitian

Hasil penelitian di peroleh di lapangan dari hasil wawancara dengan lima (5) informan, yaitu dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, POKDARWIS Desa Sumbermujur dan Masyarakat Lokal.

Hasil wawancaratentang Implementasi Strategi Promosi yang Digunakan untuk Mempromosikan Destinasi Wisata:

Perkembangan terakhir situasi dan kondisi pariwisata khususnya di hutan bambu adalah beragamnya varian bambu yang dibudidayakan, memiliki keunikan dan daya tarik wisata alam yang memiliki unsur edukasi serta konservasi sehingga berbeda dengan destinasi wisata lainnya, membuat banyak wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Daya tarik utama hutan bambu sebagai destinasi wisata unggulan daerah adalah adanya hewan endemik yang asli di hutan bambu serta keindahan alamnya dengan pemandangan lahan pertanian dan pegunungan menjadi nilai lebih destinasi wisata yang gencar dipromosikan oleh pemerintah Kabupaten Lumajang.

Strategi promosi yang sudah dilakukan sebagai daya tarik wisata antara lain menggunakan media *online* seperti di *web* dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, sosial media seperti *facebook*, *instagram*, menggunakan media cetak majalah mahameru, majalah kirana dan radar Lumajang, radio lokal Lumajang serta menyelenggarakan even bazar dengan melibatkan pelaku usaha kreatif, kegiatan sepeda santai dan event wisata lainnya yang dilakukan secara rutin, untuk kegiatan fotografi dengan background pemandangan alam sekitar. Pada saat malam 1 suro disini ada ritual seremonial untuk pemanggilan kepala sapi sebagai wujud ucapan terima kasih atas berlimpahnya sumber mata air di hutan bambu, sehingga menjadi tradisi nilai kearifan lokal yang dilestarikan masyarakat secara turun temurun, sebagai kebudayaan dan kearifan lokal, karena itu hutan bambu layak untuk dijadikan destinasi wisata alternatif jika ke Kabupaten Lumajang.

Destinasi wisata hutan bambu turut meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan berdampak pada meningkatnya pendapatan masyarakat sekitarnya terutama pada hari libur, masyarakat sekitar mengetahui tentang hutan bambu dari informasi mulut ke mulut/*worm of mouth*.

Hasil wawancara tentang Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Promosi Destinasi Wisata

Faktor Pendukung Kegiatan Promosi Destinasi Wisata

Pemerintah berperan serta menyediakan atau membuat web khusus tentang informasi lengkap seputar destinasi wisata tersebut, sehingga akan membantu sekali bagi wisatawan di luar Lumajang

untuk yang belum pernah berkunjung ke sana, dan sudah dibangun pemandian yang berada di depan.

Promosi destinasi wisata hutan bambu, selama ini memiliki dampak yang besar ketika ada even budaya dengan beragam tradisi lokal dari masyarakat sebagai wujud kegiatan sapta pesona, serta kegiatan promosi produk dan barang kerajinan lokal masyarakat dengan maksud terciptanya peluang industri kreatif lokal di lokasi.

Kegiatan wisata budaya dan agrowisata juga bisa dijadikan daya tarik lain untuk mendukung nilai lebih dari kegiatan promosi hutan bambu karena banyak agenda wisata budaya yang tersinspirasi dari tradisi masyarakat secara turun menurun dan agrowisata pertanian organik yang dilaksanakan petani dengan memanfaatkan sumber mata air alam yang sangat jernih dari hutan bambu.

Hutan bambu mempunyai beraneka jenis tanaman bambu yang memiliki fungsi penting untuk kegiatan konservasi lahan, antara lain: tanaman bambu lebih menyerap air, sehingga mampu menjadi pelindung terbaik untuk mengatasi banjir dan tanah longsor sehingga ini menjadi keunggulan strategi promosi hutan bambu.

Menjadi sarana edukasi ilmu pengetahuan terkait dengan bambu, seperti penelitian tentang bambu, pelatihan tentang teknik budidaya bambu dan juga membuat produk kreatif dan inovatif dengan menggunakan bambu sebagai bahan dasar utama.

Faktor Penghambat Kegiatan Promosi Destinasi Wisata

Masyarakat Desa Sumbermujur mata pencaharian utama adalah petani, mereka bisa bekerja di hutan bambu setelah selesai dari sawah, bahkan saat panen, hutan bambu sepi, yang berjualan juga tutup, karena usaha di hutan bambu hanya sebagai sampingan.

Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung di hutan bambu antara lain: tempat ibadah, sarana toilet, tempat pembuangan sampah, pusat informasi, sarana keamanan, penitipan barang dan sepeda serta mobil wisatawan serta tempat kantin atau *food court*, sarana *rest area*, *spot* khusus bagi wisatawan yang ingin berswafoto dengan tulisan menarik agar hutan bambu layak dijadikan destinasi wisata, sehingga untuk saat ini masih diupayakan pembangunan secara bertahap dibantu oleh pemerintah dan swadaya masyarakat.

Kurangnya pusat informasi untuk agar konsumen tidak merasa khawatir jika berkunjung ke lokasi dan mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas. Keberadaan kera liar yang dibiarkan begitu saja membuat wisatawan merasa khawatir, apalagi mereka bisa bersikap ganas jika tidak diberi makanan. Sumber mata air harus selalu dijaga, karena juga untuk pengairan dan irigasi lahan pertanian, kebutuhan masyarakat serta untuk daerah resapan air ketika musim penghujan, sehingga upaya budidaya bambu disekitar lokasi mutlak harus dilakukan, agar keberadaan hutan bambu dengan keanekaragaman jenis yang dimiliki tetap bisa dilestarikan.

Sebagian masyarakat masih menjadikan lokasi pemandian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga mengganggu daya tarik dari lokasi, sebaiknya diberikan lokasi khusus yang terpisah sehingga daya tarik hutan bambu tetap kelihatan bagus dan tidak terganggu. Sangat terbatas tempat sampah, sehingga akan kelihatan kotor jika terus dibiarkan, pusat kerajinan kreatif dan oleh-oleh juga perlu diperbanyak, sehingga wisatawan bisa memiliki banyak pilihan jika akan membelinya sebagai oleh-oleh ketika kembali.

Kegiatan promosi hasil industri kreatif dari masyarakat setempat salah satu potensi wisata yang ada masih sangat terbatas, sehingga perlu ditingkatkan antara lain dengan *personal selling*, *sales marketing* dan *direct selling*.

**Hasil Observasi/Pengamatan Penelitian
Observasi Destinasi Wisata Hutan Bambu**



Keindahan panorama alam hutan bambu



Situasi dan kondisi hutan bambu



Hewan endemik kalong



Hewan endemik monyet

Observasi/ Kegiatan Promosi Wisata Hutan Bambu



Gerakan bersih-bersih



Sosialisasi gerakan sadar wisata dan aksi sapta pesona

Trianggulasi Data

Hasil trianggulasi data yang dilakukan menunjukkan bahwa: implementasi strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata ditunjukkan melalui beberapa, yaitu:

Keunikan hutan bambu menjadi daya tarik utama kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tersebut.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, dilakukan melalui media iklan baik melalui *online* maupun *offline*.

Membuat event wisata atau agenda wisata, melalui kegiatan sepeda, pagelaran kesenian dan pameran produk industri kreatif.

Hasil trianggulasi data yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor pendukung kegiatan promosi adalah:

Potensi utama hutan bambu sehingga layak untuk dijadikan destinasi wisata dan dipromosikan secara lebih luas kepada wisatawan pada saat even budaya dengan beragam tradisi lokal dari masyarakat sebagai wujud kegiatan sapta pesona, serta kegiatan promosi produk dan barang kerajinan lokal masyarakat dengan maksud agar terciptanya peluang industri kreatif lokal di lokasi tersebut.

Strategi promosi yang dilakukan selama ini banyak ya..misalnya kita menggunakan media online seperti di web dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, sosial media seperti fb, instagram dan lain-lain, menggunakan media cetak seperti majalah mahameru, majalah kirana dan radar lumajang, radio lokal lumajang serta yang sering juga dilakukan adalah menyelenggarakan event bazar, kegiatan sepeda santai dan event wisata lainnya yang dilakukan secara rutin untuk promosi.

Tumbuhan utama di hutan bambu adalah beraneka jenis tanaman bambu yang memiliki fungsi penting untuk kegiatan konservasi lahan, antara lain : tanaman bambu lebih menyerap air, sehingga mampu menjadi pelindung terbaik untuk mengatasi, banjir dan tanah longsor, dan memiliki sumber mata air alami yang sangat jernih sehingga ini menjadi keunggulan strategi promosi hutan bambu.

Media promosi hutan bambu lainnya yang digunakan antara lain melalui kegiatan *publicity*, melalui serangkaian event yang diselenggarakan di lokasi tersebut, di masa sekarang yang banyak di eksplere adalah untuk kegiatan fotografi dengan *background* pemandangan alam sekitar

Hasil trianggulasi data yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor penghambat keberhasilan kegiatan promosi sebagai berikut:

Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung di hutan bambu sedang dalam tahap pembangunan dan berproses, misalnya terkait sarana dan prasarana fisik dan penunjang lainnya agar hutan bambu layak dijadikan destinasi wisata, sehingga untuk saat ini masih diupayakan pembangunan secara bertahap dibantu oleh pemerintah dan swadaya masyarakat.

Di hutan bambu masih banyak sarana pendukung lain yang juga harus dilengkapi misalnya pusat informasi salah satunya, sehingga konsumen tidak merasa khawatir jika berkunjung ke lokasi dan mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas.

Sarana ibadah perlu disediakan di lokasi, sarana *rest area* dan juga seperti di obyek wisata lain disediakan spot khusus bagi wisatawan yang ingin berswa foto dengan tulisan menarik, sehingga wisatawan akan lebih tertarik untuk berkunjung.

Debit air di mata air "sumber deling" di hutan bambu perlu dijaga, bukan hanya untuk kepentingan wisata, melainkan juga untuk pengairan dan irigasi lahan pertanian, kebutuhan masyarakat serta untuk daerah resapan air ketika musim penghujan, sehingga upaya budidaya bambu disekitar lokasi mutlak harus dilakukan, agar keberadaan hutan bambu dengan keanekaragaman jenis yang dimiliki tetap bisa dilestarikan.

Kegiatan promosi perlu ditingkatkan adalah terkait dengan *personal selling*, *sales marketing* dan *direct selling*, ketiga hal tersebut perlu untuk ditingkatkan karena industri kreatif yang ada masih sangat terbatas, sehingga yang lebih diutamakan adalah potensi wisata, padahal potensi wisata akan lebih maksimal hasilnya jika didukung dengan industri kreatif lokal yang dihasilkan dari masyarakat setempat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Implementasi Strategi Promosi yang Digunakan untuk Mempromosikan Destinasi Wisata

Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa implementasi kegiatan strategi promosi yang dilakukan di destinasi wisata hutan bambu, sudah dilakukan melalui dengan menggunakan berbagai cara, yaitu:

Keunikan hutan bambu menjadi daya tarik utama kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di daerah tersebut, beberapa kegiatan promosi yang dilakukan lebih banyak mengedepankan keunggulan dari sisi keunikan, karena keberadaan hutan bambu tidak semua daerah memilikinya, sehingga strategi promosi semacam ini akan sangat membantu menempatkan sisi keunggulan dari hutan bambu

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, dilakukan melalui media iklan baik melalui online maupun offline. Penggunaan media online yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, antara lain adalah menggunakan web dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, terkait dengan potensi wisata di Kabupaten Lumajang, menggunakan media facebook dan instagram yang dilakukan oleh POKDARWIS Desa Sumbermujur, menggunakan media cetak melalui media lokal, misalnya radar Lumajang dan dan majalah pariwisata misalnya kirana yang diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang. Kegiatan promosi lainnya dilakukan menggunakan media cetak seperti: brosur, spanduk dan pamflet kegiatan promosi wisata di hutan bambu dengan mengambil tema tentang upaya kepedulian dan pelestarian terhadap lingkungan sekitar, pariwisata dan pengembangan industri kreatif lokal.

Membuat event wisata atau agenda wisata yang dilakukan secara berkala, agar membantu mempromosikan destinasi wisata hutan bambu, misalnya: melalui kegiatan sepeda dan bentuk kegiatan kepedulian dengan cinta lingkungan melalui kegiatan bersih-bersih hutan bambu, pagelaran kesenian tradisional sebagai daya tarik wisata lainnya yang sudah dilaksanakan secara turun menurun, misalnya agenda 1 suro sebagai bentuk tradisi lokal yang tetap dilestariakan di Desa Sumbermujur dan pameran produk industri kreatif lokal dengan maksud agar potensi produk lokal daerah baik itu kuliner, makanan tradisional, kerajinan, minuman tradisional dan lain-lain akan mendapatkan peluang untuk dipromosikan melalui event tersebut.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Promosi Destinasi Wisata

Hasil kegiatan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa beberapa faktor pendukung keberhasilan kegiatan promosi destinasi wisata hutan bambu, disebabkan beberapa hal berikut ini :

Potensi utama hutan bambu sehingga layak untuk dijadikan destinasi wisata dan dipromosikan secara lebih luas kepada wisatawan pada saat event budaya, misalnya : pagelaran seni tari lokal yaitu Tari Candi Putri yang merupakan tarian tradisional di Desa Sumbermujur, tarian tradisional yang dilakukan melalui event karnaval budaya daerah dengan beragam tradisi lokal dari masyarakat sebagai wujud kegiatan sapta pesona, serta kegiatan promosi produk dan barang kerajinan lokal masyarakat dengan maksud agar terciptanya peluang industri kreatif lokal di lokasi tersebut.

Strategi promosi yang telah dilakukan menggunakan media *online* seperti di *website* dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang, sosial media seperti *facebook*, *instagram* dan lain-lain, menggunakan media cetak seperti majalah mahameru, majalah kirana dan radar lumajang, radio lokal lumajang serta yang sering juga dilakukan adalah menyelenggarakan event bazar, kegiatan sepeda santai dan event wisata lainnya yang dilakukan secara rutin untuk promosi.

Tumbuhan utama di hutan bambu adalah beraneka jenis tanaman bambu yang memiliki fungsi penting untuk kegiatan konservasi lahan, antara lain : tanaman bambu lebih menyerap air, sehingga mampu menjadi pelindung terbaik untuk mengatasi, banjir dan tanah longsor, dan memiliki sumber mata air alami yang sangat jernih sehingga ini menjadi keunggulan strategi promosi hutan bambu, kegiatan promosi dengan tematik menumbuhkan rasa cinta lingkungan sekaligus sebagai bahan edukasi dan kegiatan penelitian terkait dengan budidaya bambu secara lebih lengkap.

Media promosi hutan bambu lainnya yang digunakan dilakukan melalui kegiatan *publicity*, melalui serangkaian event yang diselenggarakan di lokasi tersebut, di masa sekarang yang banyak di eksplor adalah untuk kegiatan *fotografi* dengan *background* pemandangan alam sekitar yang menarik dengan menggabungkan beberapa unsur alam, flora dan fauna serta wisata edukasi yang berbeda dengan yang ada di daerah lain.

Sedangkan beberapa hasil kegiatan penelitian di lapangan lainnya menunjukkan beberapa kondisi berbeda yang bisa jadi penghambat kegiatan promosi yang dilakukan, antara lain :

Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung di hutan bambu sedang dalam tahap berproses pembangunan sarana dan prasarana fisik dan penunjang lainnya agar hutan bambu layak dijadikan destinasi wisata, sehingga untuk saat ini masih diupayakan pembangunan secara bertahap dibantu

oleh pemerintah dan swadaya masyarakat. Diperlukan usaha yang lebih keras dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk bisa bersinergi untuk mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan untuk layak tidaknya sebuah lokasi dijadikan destinasi wisata, karena kelengkapan sarana dan prasarana menjadi salah satu pertimbangan penting bagi wisatawan ketika berkunjung ke suatu daerah.

Faktor sarana pendukung lain yang juga harus dilengkapi di destinasi wisata hutan bambu adalah tersedianya pusat informasi di berbagai lokasi yang strategis, mengingat hutan bambu wilayahnya sangat luas dengan hutan dan juga pegunungan, dengan ketersediaan pusat informasi di beberapa lokasi akan memberikan rasa nyaman dan aman sehingga konsumen tidak merasa khawatir jika berkunjung ke lokasi dan mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas

Kelengkapan sarana lain yang dibutuhkan adalah adanya fasilitas sarana ibadah di lokasi, selama ini sarana ibadah yang disediakan masih terlalu kecil dan gabung dengan lingkungan pemukiman penduduk, sehingga tidak perlu harus jauh-jauh ke lokasi pemukiman penduduk. Adanya fasilitas *rest area* seperti yang ada di obyek wisata lain dengan menyediakan spot khusus bagi wisatawan yang ingin berswafoto dengan kreatifitas melalui bentuk tulisan atau kata-kata yang menarik, sehingga wisatawan akan lebih tertarik untuk berkunjung, karena justru aktifitas wisatawan ketika berkunjung dan melakukan swafoto ini secara tidak langsung juga bermanfaat sebagai media promosi bagi destinasi wisata yang bersangkutan.

Ketersediaan suplai air dimana konsistensi debit air di mata air "sumber deling" di hutan bambu perlu dijaga, bukan hanya untuk kepentingan wisata, melainkan juga untuk pengairan dan irigasi lahan pertanian, kebutuhan masyarakat serta untuk daerah resapan air ketika musim penghujan, sehingga upaya budidaya bambu disekitar lokasi mutlak harus dilakukan, agar keberadaan hutan bambu dengan keanekaragaman jenis yang dimiliki tetap bisa dilestarikan. Sumber mata air di destinasi wisata menjadi salah satu indikator penting kelestarian bambu sebagai salah satu tanaman yang multi fungsi dan multi guna, sehingga ketika terjadi pengurangan debit air, maka harus ada tindakan preventif lainnya yang wajib dikembalikan agar fungsi utama hutan bambu sebagai daerah resapan air bisa kembali sesuai dengan perannya

Perlu dilakukan perbaikan dan penyempurnaan adalah terkait dengan kegiatan promosi perlu adalah atau penjualan *personal/personal selling*, bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian, yang dimaksudkan disini adalah produk yang dijual oleh pedagang di lokasi tersebut sangat sederhana, dengan pengemasan dan pelayanan yang masih terkesan tradisional, sehingga diperlukan lebih banyak inovasi dan kreatifitas baru lagi agar produk dan pelayanan yang diberikan bisa lebih menarik. Adanya pengetahuan dan pelatihan baru agar pelayanan yang diberikan terutama melalui kegiatan *personal selling* bisa berhasil. Kegiatan promosi yang lain yaitu kegiatan penjualan menggunakan *pramuniaga/sales marketing*, yaitu suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya, yang dimaksudkan disini kegiatan atau event yang diselenggarakan di hutan bambu untuk kegiatan promosi tidak dilakukan secara kontinyu atau hanya saat tertentu saja, dan ketika ada event tersebut baru melibatkan *sales marketing*, sebagai salah satu sponsor yang ikut serta membantu di dalamnya, sehingga ketika tidak ada event atau kegiatan besar, maka peran dari *sales marketing* tidak bisa berjalan dengan baik bahkan konstan, padahal keberadaan mereka akan ikut mendukung ramainya dan kesuksesan acara yang dilakukan, serta *direct selling*, yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen, dimana kegiatan penjualan secara langsung yang dilakukan oleh pelaku usaha di lokasi destinasi wisata sangat sederhana, karena produk yang diperjualbelikan juga produk yang biasa dikonsumsi sehari-hari, sehingga tidak terlalu istimewa bagi pengunjung, akan berbeda hasilnya apabila produk yang ditawarkan adalah produk ekonomi kreatif yang dibuat oleh masyarakat lokal setempat, sehingga *direct marketing* yang dilakukan tidak hanya terbatas sampai ke bagaimana barang yang dijual bisa laku di pasar, melainkan juga ada unsur edukasi di dalamnya terkait dengan kondisi dan potensi daerah, untuk produk edukatif semacam ini masih perlu ditingkatkan lagi, karena hal yang semacam ini yang paling dicari oleh wisatawan ketika berkunjung ke sebuah destinasi wisata. ketiga media promosi pendukung tersebut perlu untuk ditingkatkan karena industri kreatif yang ada masih sangat terbatas, sehingga yang lebih diutamakan adalah potensi wisata, padahal potensi wisata akan lebih maksimal hasilnya jika didukung dengan industri kreatif lokal yang dihasilkan dari masyarakat setempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Implementasi strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata, telah dilakukan dengan menggunakan berbagai media baik *online* maupun *offline*, serta didukung dengan

serangkaian kegiatan melalui even bazar, pameran produk wisata dan industri kreatif untuk menunjang kegiatan promosi yang dilakukan.

Faktor pendukung pendukung kegiatan promosi destinasi wisata hutan bambu antara lain: keunikan hutan bambu, keberadaan hewan endemik kalong dan monyet, sebagai tempat wisata edukasi dan konservasi, pemandangan alam yang indah, pertanian organik, keberadaan sumber mata air "sumber *delling*" dan juga kolam renang yang luas sebagai daya tarik utama ketika berkunjung ke hutan bambu

Faktor pengambat kegiatan promosi yang dilakukan di destinasi wisata hutan bambu, antara lain: keterbatasan sarana prasana wisata yang dapat menunjang kenyamanan wisatawan di lokasi, keterbatasan sarana ibadah, tempat pembuangan sampah, pusat informasi, rest area, serta ada beberapa kegiatan promosi yang tidak berjalan dengan maksimal untuk kegiatan promosi yang dilakukan, yaitu : *personal selling*, *sales marketing* dan *direct selling* yang harus segera dikaji ulang dan dilakukan upaya kreatif dan preventif agar kegiatan promosi yang dilakukan bisa dikemas secara lebih menarik dan efektif dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi tersebut.

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut:

Bagi pihak pemerintah: implementasi kegiatan promosi destinasi wisata dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan dalam perumusan strategi promosi yang tepat bagi suatu destinasi wisata agar dikenal masyarakat luas.

Bagi masyarakat: keberadaan destinasi wisata dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha ekonomi kreatif dengan mengeksplorasi potensi lokal daerah untuk dijadikan produk unggulan yang layak dijadikan bahan oleh-oleh ketika wisatawan berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Bagi pelaku usaha: banyak produk industri kreatif yang bisa dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya alam dan potensi lokal lainnya untuk dikembangkan menjadi peluang usaha.

Bagi wisatawan: saran, masukan dan kritikan terhadap sebuah obyek wisata menjadi bahan evaluasi sekaligus masukan positif untuk meningkatkan pelayanan dan perkembangan destinasi wisata yang bersangkutan.

Bagi pihak swasta: pemanfaatan media promosi yang masih kurang dioptimalkan seperti pada kegiatan *personal selling*, *sales marketing* dan *direct marketing* perlu juga untuk mempertimbangkan dengan memanfaatkan *stakeholder* terutama dari pihak swasta untuk lebih memaksimalkan dukungan dengan memberikan kesempatan agar ke tiga hal tersebut dapat lebih maksimal hasilnya dan berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. 2007. Strategi Promosi. *Bandung. Remaja Risda Karya.*
- Ahmadi. 2014. Acehnologi. *Banda Aceh. Bandar Publishing.*
- Avinda, Chintiya Betari, I Nyoman Sudiarta dan Ni Made Oka Karini. 2016. Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*. Volume 4. Nomer 1. ISSN : 2338-8633.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. 2007. Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi. *Yogyakarta. PUSPAR UGM dan Andi.*
- Herdiansyah, Haris. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. *Salemba Humanika. Jakarta*
- Gunawan (2014). Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. *Bumi Aksara. Jakarta.*
- Jun Sembiring, Juaidi Pranata. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika*. Volume 2. Nomer 1.
- Kesrul. 2003. Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata. *Jakarta. Garasindo.*
- Mubaddilah, Rafa'al. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah : Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi*. Volume 1. Edisi 1 Maret. Page 46-61.
- Manafe, Janri D., Tuty Setyorini dan Yermias A Alang. 2016. Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote Nusa Tenggara Timur). *Bisnis*. Volume 4. Nomer 1. Juni
- Moleong. 2000. Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung. Remaja Rosdakarya*
- .2007. Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung. Remaja Rosdakarya.*
- Shimp. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu: dalam Periklanan dan Promosi. *Jakarta. Cengage Learning dan Salemba Empat.*
- Suwantoro, Gamal. 1997. Dasar-dasar Pariwisata. *Yogyakarta. Andi.*
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, versus Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke enam. *Bandung. Alfabeta.*
- . 2012. Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung. Alfabeta.*
- Tahwin, Muhammad. 2003. Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri Studi Kasus Kabupaten Rembang. *Jurnal Gemawisata*, Vol. 1, No.3/November. hal 236-249.
- Tjiptono, Fandy. 1998. Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Andi.*
- UU No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.
- Yoeti, Oka A. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. *Angkasa, Bandung.*

Analisis Sistem Dan Prosedur Simpan Pinjam Khusus Perempuan Pada Upk Dharma Agung Kecamatan Kunir

Erma Widayanti¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:ermawidayanti89@gmail.com

Ratna Wijayanti DP²
STIE Widya Gama Lumajang

Agus Salim ³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sistem dan prosedur simpan pinjam yang diterapkan pada UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir. Penelitian ini bersifat analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian sistem dan prosedur simpan pinjam. UPK merupakan wadah masyarakat bekerjasama secara sukarela berdasarkan kesamaan tujuan, kebutuhan, kesamaan aktifitas dan dibentuk oleh masyarakat untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. UPK merupakan salah satu lembaga lokal yang dapat dijadikan sebagai wadah untuk pemberdayaan masyarakat, karena dapat terlihat adanya proses pemberdayaan yang dilakukan secara kolektif. Pada tahun 2017 unit usaha yang terdapat pada UPK hanya 1, yaitu toko. Masalah-masalah yang dihadapi UPK ini lebih banyak terhadap masalah intern yaitu kredit macet/tunggakan, kelembagaan, tidak ada jaminan sehingga perlu sosialisasi. Permasalahan ini dapat diatasi melalui perbaikan terhadap fungsi badan pengurus dengan cara pembinaan dan pelatihan atau dengan dibentuknya kepengurusan baru dengan merekrut karyawan baru. Keberhasilan dari UPK adalah UPK sudah bisa berbadan hokum dan memiliki gedung sendiri, dan kegagalannya adalah unit-unit usaha UPK terasa minim. Identifikasi pinjaman bermasalah berawal dari data pinjaman yang ada di UPK, laporan perkembangan pinjaman dan laporan kolektibilitas. Hasil identifikasi sebagai instrument validasi kondisi sebenarnya pada kelompok yang dilakukan oleh UPK dan Tim verifikasi.

Kata Kunci : Sistem, Prosedur, Simpan Pinjam.

Abstract

The purpose of this research is to know and analyze system and procedure of saving and loan applied at UPK Dharma Agung District Kunir. This research is qualitative descriptive analysis that is research system and procedure of saving and loan. UPK is a community forum to cooperate voluntarily based on common goals, needs, similarities of activities and formed by the community for the benefit of the community itself. UPK is one of the local institutions that can be used as a forum for community empowerment, because it can be seen the process of empowerment is done collectively. In the year 2017 business units contained in the UPK only 1, ie stores. The problems faced by the UPK are more on the internal problems of bad credit / arrears, institutions, no guarantees so need socialization. This problem can be solved through the improvement of the functioning of the governing body by way of coaching and training or with the establishment of new management by recruiting new employees. The success of the UPK is that the UPK has legal status and has its own building, and its failure is that the units of UPK are minimal. The identification of problem loans starts from the existing loan data in UPK, loan progress reports and collectibility reports. Result of identification as instrument validation of actual condition in group conducted by UPK and Team verification.

Keywords: System, Procedures, Savings and Loans.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya organisasi dan usaha UPK terdapat disemua wilayah di negara Indonesia, sistem-sistem ekonomi yang diterapkan satu sama lainnya berbeda-beda. Bagi UPK yang berada di daerah pedesaan khususnya wilayah yang sedang berkembang, dan industrinya belum maju, bisa menyamakan sendirinya dan lingkungan yang selalu berkembang dan hal ini bukan merupakan

pekerjaan mudah, mengingat daerah yang sedang berkembang, pada umumnya dalam bidang ekonominya tertinggal beberapa tahun bandingkan dengan wilayah industri. Situasi dan kondisi yang demikian ini dengan sendirinya akan menekan kehidupan dan perkembangan gerakan UPK, terutama bagi gerakan UPK di wilayah yang sedang berkembang dan ini merupakan target sekaligus bahaya untuk dunia UPK. Dalam hal ini seperti perkembangan dalam bidang UPK di berbagai wilayah akhir-akhir yang bukan terlepas untuk peranan UPK sebagai penggerak ekonomi rakyat.

Kemiskinan memperlambat berkembangnya sebuah bangsa, hal bisa menjadi di Negara kita untuk keadaan yang sangat krisis bagi masyarakat Indonesia dan semakin sulit dalam membangkit. Peristiwa ini banyak terjadi pada masyarakat pedesaan sehingga masyarakat pedesaan tidak mempunyai kemampuan untuk membangun potensi dirinya dan wilayah pedesaannya meskipun mendukung dan sumber daya dan bercukup melimpah.

Penanggulangan kemiskinan ialah jadi agenda pada prioritas utama pembangunan Nasional yang dulu sampai saat ini. Dalam berbagai strategi, kebijakan dan memprogram untuk kegiatan penanggulangan masyarakat miskin sudah merancang untuk dilaksanakan. Dalam pelaksanaan fungsi pemerintah di bidang pembangunan, maka tugas pemerintah antara lain adalah melayani, mengayomi, dan tumbuh ialah berkembang, prakarsa masyarakat.

Indonesia mempunyai permasalahan masyarakat miskin untuk pengangguran. Masyarakat miskin di Indonesia bisa melihat untuk 3 pendekatan yaitu miskin alami, miskin struktural yang berkesenjangan sekitar daerah. Masalah kengangguran bisa memicu dan merendahnya kesempatannya yang berpeluang bekerja untuk angkatan bekerja di desa upaya untuk menanganulangnya harus digunakan mendekati ekstra sopan dan dimensi sumber daya. Pemberdayaan dan telah bisa memadukan aspek aspek untuk menyadarkan, meningkatkan kualitas, yang mendayagunakan.

Kemiskinan adalah permasalahan yang membangun dan menandai untuk kengangguran ialah keterbelakangan, selanjutnya ditingkat jadi tertimpangan. Masyarakat kemiskinan untuk khususnya melemah untuk kemampuan berusaha dan keterbatasan aksesnya kepada kegiatan ekonomi, sehingga ketinggalan menjauh kepada masyarakat lain yang memiliki potensial lebih tinggi. (Kartasasmita, 1997: 234). Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd) ialah program yang mempercepat menaggulangi miskin secara terpadu yang berkelanjutan. Yaitu kegiatan dan menyelenggarakan PNPM Mandiri ialah kegiatan SPP (Simpan Pinjam khusus Perempuan). Seperti simpan pinjam yang dikelola oleh Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Dharma Agung di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. SPP (Simpan Pinjam khusus Perempuan) yang dapat digunakan alat membantu konvensional adalah masih menggunakan buku besar, sehingga timbul seberapa persoalan ialah lamanya diproses mencatat pendataan, yang bisa menjadi salah mencatat dan bisa menghasilkan yang bukan sama dan ialah harusnya, terkadang bisa ada sedikit angka sehingga membuat pelaporan dibutuhkan waktu dan bisa cukup lama yang tidak terselesaikan tepat waktu. Selain itu juga tidak sedikit data yang hilang dikarenakan banyaknya data dan sulit dalam memantau perkembangan angsuran. Sehingga penulis merancang dan membangun Sistem Mengolah Data Simpan Pinjam yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah dan pada sekarang ini.

Berdasarkan latar belakang dan bisa menguraikan diatas, peneliti hendak untuk mengerjakan penelitian sehubungan formalitas simpan pinjam khusus wanita pada UPK Dharma Agung oleh karena tersebut penulis tertarik guna mengusung masalah ini sebagai bahan penulisan ilmiah dengan judul "Analisis Sistem dan Prosedur Simpan Pinjam Khusus Perempuan pada UPK Dharma Agung".

TINAJUAN PUSTAKA

Kelembagaan UPK

- a. UPK ialah pengelola dana bergulir yang berasal dari program (PPK,PNPM-PPK dan PNPM-Mandiri Pedesaan) dengan mekanisme sesuai dengan ketentuan BKAD atau MAD yang mengacu pada tujuan dan prinsip program.
- b. Pengurus UPK ialah masyarakat dan sudah terpilih dan melibatkan secara langsung bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasional sehari-hari. Paling tidak pengurus UPK satu orang. Struktur organisasi dan kebutuhan jumlah pengurus dapat disesuaikan dengan kebutuhan cakupan wilayah tugas dan kebutuhan beban tugas.
- c. Dalam pengelolaan dana bergulir UPK, mendukung dari lembaga pendukung paling dapat oleh Tim Verifikasi dari badan pengawas UPK dengan ketentuan kelembagaan dan operasional di atur dalam AD/RT BKAD. Pendanaan operasional bersifat pendanaan dukungan tugas bukan bersifat insentif yang tetap setiap bulan.
- d. UPK setiap tahun anggaran mewajibkan disampaikan perencanaan kerja yang bertanggungjawab atas BKAD dan MAD. Untuk perencanaan berkerja wajib disampaikan. Perencanaan keuangan termasuk perencanaan pendapatan dan biaya.

- e. Merencanakan penghasilan tidak merencanakan alokasi(pembagian porsi pendapatan)tetapi memperhitungkan memperkirakan penghasilan untuk satu tahun dan dapat diperbolehkan dilakukan pembagian alokasi pendapatan sebelum di perhitungkan seluruh biaya dan resiko.
- f. Ketentuan pendanaan operasional UPK
- g. Penggunaan surplus operasional UPK tahunan setelah mempertimbangkan risiko pinjaman (sesuai dengan laporan kolektibilitas) dan alokasi operasional
- h. Ketentuan pendanaan kelembagaan pendukung UPK
- i. Ketentuan penghapusan pinjaman Pengelolaan hadiah bank dengan ketentuan .
- j. Pengendalian

Pengertian Sistem

Berdasarkan keterangan dari Mardi (2011:5) mengaku bahwa sistem adalah satu kesatuan yang mempunyai tujuan bareng dan mempunyai bagian-bagian yang saling berinteraksi satu sama beda dan suatu sistem mesti mempunyai dua kegiatan, kesatu adanya masukan (input) yang adalah sebagai sumber tenaga guna dapat beroperasinya suatu sistem, kedua adanya pekerjaan operasional (proses) yang mengolah masukan menjadi keluaran (output) berupa hasil operasi (tujuan/sasaran/target pengoperasian sebuah sistem).

Berdasarkan keterangan dari Anastasia Diana (2010:3): sistem adalah serangkaian unsur yang saling tergantung dan berkolaborasi untuk menjangkau tujuan tertentu. Maksud dari definisi tersebut, sistem adalah suatu serangkaian formalitas yang berurutan, dimana formalitas yang berurutan itu mempunyai kebersangkutan an antara formalitas yang satu dengan selanjutnya, sampai-sampai jika dilaksanakan secara berurutan, maka destinasi usahanya bakal tercapai.

Berdasarkan keterangan dari Marshal B. Romney,Paul John Steinbart dalam kitab Sistem Informasi Akuntansi Edisi 13 (2016) Sistem ialah serangkaian dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk menjangkau tujuan. Sebagian besar sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil yang menyokong sistem yang lebih besar.

Pengertian Sistem Akuntansi

Sistem Akuntansi suatu perangkat yang paling penting untuk manajemen dalam merencanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan organisasi perusahaan yang akan dipakai sebagai perangkat komunikasi untuk kebutuhan manajemen, baik kebutuhan intern maupun kebutuhan ekstern perusahaan. Adapun definisi sistem akuntansi tersebut menurut sejumlah ahli. Diantaranya sebagai berikut:

Berdasarkan keterangan dari Mulyadi dalam kitab Sistem Akuntansi Edisi 4 (2016) Sistem akuntansi ialah organisasi eksemplar isian ,catatan, dan laporan yang di koordinasi sedemikian rupa untuk meluangkan informasi finansial yang diperlukan oleh manajemen guna mempermudah pengelolaan perusahaan.

Pengertian Prosedur

Berdasarkan keterangan dari Azhar Susanto (2013:264) yang dimaksud dengan formalitas adalah: "Prosedur ialah serangkaian kegiatan atau pekerjaan yang dilaksanakan secara berulang-ulang dengan teknik yang sama".

Sedangkan menurut keterangan dari Sujana (2010:457) mengaku bahwa:

Prosedur ialah suatu unsur sistem yang adalah rangkaian perbuatan yang menyangkut sejumlah orang dalam satu atau sejumlah bagian yang diputuskan untuk menjamin supaya suatu pekerjaan usaha atau transaksi bisa terjadi berulang kali dan dilaksanakan secara seragam.

Berdasarkan keterangan dari Mulyadi (2008:5) mengaku bahwa Prosedur ialah suatu pekerjaan yang melibatkan sejumlah orang dalam satu departemen atau lebih, yang diciptakan untuk memastikan penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang. Departemen adalah bagian dari sebuah organisasi atau perusahaan yang di pimpin oleh seorang ketua dari unsur tersebut.

Pengertian formalitas menurut keterangan dari Nafarin (2009:9) menyatakan bahwa prosedur ialah urutan-urutan seri tugas yang saling sehubungan dan disusun guna memastikan pelaksanaan kerja yang seragam. Maksud dari urutan-urutan yang saling sehubungan berarti suatu pekerjaan yang tidak akan menjangkau tujuannya andai kegiatan sebelumnya terlewat dan haru dilaksanakan secara bersamaan.

Perbedaan Pengertian Sistem Dan Prosedur

Sistem ialah suatu jaringan formalitas yang diciptakan menurut keterangan dari pola yang terpadu guna melaksanakan pekerjaan pokok perusahaan.

Prosedur ialah suatu urutan pekerjaan klerikal, seringkali melibatkan sejumlah orang dalam satu departemen atau lebih, yang diciptakan untuk memastikan penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.

Dari pengertian tersebut dapat dipungut kesimpulan bahwa sebuah system terdiri dari jaringan prosedur, sedangkan formalitas adalah urutan pekerjaan klerikal.

Kegiatan klerikal(clerical operation) terdiri dari kegiatan sebagai berikut yang dilaksanakan untuk menulis informasi dalam formulir, kitab jurnal, dan kitab besar:

- a. Menulis
- b. Menggandakan
- c. Menghitung
- d. Memberi kode
- e. Mendaftar
- f. Memilih (menyortasi)
- g. Memindah
- h. Membandingkan.

Pengertian Sistem Pengendalian Internal

Sistem pengendalian internal mencakup struktur organisasi organisasi, cara dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk mengawal asset organisasi, mengecek kecermatan dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kepandaian manajemen. Definisi sistem pengendalian internal itu menekankan destinasi yang berkeinginan dicapai, dan bukan pada unsur-unsur yang menyusun sistem tersebut. Dengan demikian, pengertian pengendalian internal itu diatas berlaku baik dalam perusahaan yang mengolah kabarnya secara manual, dengan mesin pembukuan, maupun dengan komputer.

Mulyadi (2001:180) mengaku bahwa pengendalian intern sebagai sebuah proses yang dijadikan oleh dewan komisaris, manajemen dan personil beda yang didesain guna memberikan kepercayaan memadai mengenai pencapaian tiga kelompok tujuan berikut:

- a. Keandalan pelaporan finansial
- b. Kepatuhan terhadap hokum dan ketentuan yang berlaku
- c. Efektifitas dan efisiensi operasi

Prinsip – Prinsip Pengendalian Internal

Berdasarkan keterangan dari Drs. I Cenik Ardana dan Hendro Lukman (2016:80) Tujuan pengendalian internal disaksikan dari persepektif Sistem informasi akuntansi, lebih ditujukan untuk menolong manajemen mengerjakan pengamanan asset perusahaan dan membangun system informasi akuntansi yang andal dan dapat diandalkan, untuk menjangkau tujuan; Weygrant, Kieso, Kimmel (2007) menyampaikan prinsip-prinsip pengendalian internal sebagai berikut:

1. Menetapkan tanggung jawab
2. Pemisahan tugas
3. Prosedur dokumentasi
4. Kendali secara fisik, elektronik, dan mekanik
5. Verifikasi internal yang mempunyai sifat independen
6. Alat control lainnya

Pengertian Simpan Pinjam

Simpan pinjam ialah simpanan yang dikumpulkan bareng dan pinjamkan untuk anggota kumpulan yang membutuhkan pinjaman dalam sekian banyak usaha dimana anggota mengemukakan permohonan tertulis untuk pengurus dengan menyematkan jumlah dana yang diperlukan, lantas pengurus mempertimbangkan dan menyimpulkan pemberian pinjaman cocok dengan keterampilan UPK, pada saat tersebut dimana pengurus berhak menilai besarnya jumlah pinjaman, kriteria-syarat pengembalian, dan format nilai.

Berdasarkan Bahan Bacaan Penjelasan Petunjuk Teknis operasional Program Nasional Pemeberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan (dalam Nurkolis, Skripsi 2014) diterangkan bahwa Kegiatan Simpan Pinjam guna Kelompok Perempuan (SPP) merupakan pekerjaan pemberian permodalan untuk kumpulan perempuan yang mempunyai pekerjaan simpan pinjam. menurut keterangan dari Bayu Tri Syahputri dalam skripsi(2016).

Hubungan Antara Sistem dan prosedur Simpan Pinjam

Sistem simpan pinjam dilaksanakan ketika calon anggota meregistrasi anggota kelompok. Setiap transaksi simpan pinjam yang berupa transaksi simpan, transaksi pinjam dan cicilan dapat

dilaksanakan pendataan secara runtut sampai-sampai dapat terus diperhatikan pelaksanaan pekerjaan simpan pinjam tersebut. Selanjutnya hasil pengumpulan tersebut diadukan dalam format laporan-laporan yang nantinya bisa dipertanggungjawabkan untuk Rapat Anggota Tahunan (RAT). Sistem pengusulan pinjaman di UPK yaitu:

1. Menjadi anggota kumpulan
2. Mengajukan proposal
3. Pengajuan bakal dipertimbangkan oleh pihak UPK terlebih dahulu.
4. Jika dana pinjaman telah diamin oleh pihak UPK, maka dana bakal dicairkan dan ada kesepakatan antara pihak peminjam dan pihak UPK tentang lama pengembalian dana.

Pada dasarnya, sistem dari UPK ini ialah untuk menghimpun dan mengalirkan dana dalam format suatu pinjaman untuk anggota kelompok yang memerlukan dengan formalitas atau mekanisme yang sudah ditentukan dan disepakati bersama.

Bagan Alir (Flowcharts)

Menurut krismiaji dalam buku Sistem Informasi Akuntansi edisi keempat (2015:69) Bagan alir merupakan teknik analitis yang digunakan untuk menjelaskan aspek-aspek system informasi secara jelas, tepat, dan logis. Bagan alir menggunakan serangkaian simbol standar untuk menguraikan prosedur pengolahan transaksi yang digunakan oleh sebuah perusahaan, sekaligus menguraikan aliran data dalam sebuah sistem.

Jenis – Jenis Bagan Alir

Menurut krismiaji dalam buku Sistem Informasi Akuntansi edisi keempat (2015:73)

1. Bagan Alir Dokumen (dokumen flowcharts).
Bagan alir dokumen menggambarkan aliran dokumen dan informasi antar area pertanggungjawaban di dalam sebuah organisasi. Bagan alir ini menelusur sebuah dokumen dari asalnya sampai dengan tujuannya.
2. Bagan Alir Sistem (system flowcharts)
Bagan alir sistem menggambarkan hubungan antara input, pemrosesan, dan output sebuah sistem informasi akuntansi. an alir sistem ini dimulai dengan identifikasi input (yang masuk kedalam sistem dan sumbernya).
3. Bagan Alir Program (program flowcharts)
Bagan alir program menjelaskan urutan logika pemrosesan data oleh komputer dalam menjalankan sebuah program. Bagan alir ini menggunakan simbol-simbol yang secara khusus dirancang untuk bagan alir ini. Anak panah menghubungkan simbol-simbol sekaligus menunjukkan urutan kegiatan.
4. Bagan konfigurasi komputer (computer configuration charts)
Simbol bagan alir dapat juga digunakan untuk membuat bagan konfigurasi komputer. Bagan ini digunakan untuk menggambarkan konfigurasi perangkat keras sistem komputer.

Perbedaan antara diagram arus data dan bagan alir

Menurut krismiaji dalam buku Sistem Informasi Akuntansi edisi keempat (2015:78)

1. Diagram arus data menekankan pada aliran data (logical view), sedangkan bagan alir atau flowchart lebih menekankan pada aliran dokumen (physical view) atau pencatatan transaksi.
2. Flowchart digunakan terutama untuk mendokumentasikan sistem yang sudah ada, karena menjelaskan tentang bagaimana data diolah dan disimpan, sementara bagan arus data digunakan mendesain sistem baru.
3. Bagan arus data hanya menggunakan empat simbol saja, sedangkan flowchart menggunakan lebih banyak simbol
4. Flowchart menunjukkan urutan proses, dokumen yang terlibat, piha-pihak yang terkait, dan aliran data, sedangkan bagan arus data hanya menggambarkan aliran saja.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini yang harus menggunakan untuk penelitian ini ialah deskriptif. Penelitian ini meneliti sistem dan prosedur simpan pinjam khusus perempuan pada UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir.

Obyek Penelitian

Dalam peneitian ini yang dijadikan obyek penelitian ini adalah sistem dan prosedur simpan pinjam khusus perempuan. Penelitian ini dilaksanakan pada UPK Dharma Agung kecamatan kunir ini di dasarkan pada pertimbangan bahwa UPK Dharma Agung memiliki data yang diperlukan dalam penyusunan tugas akhir.

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini ialah obyek dimana data diperoleh oleh peneliti. Data dibagi jadi dua macam yaitu data eksternal dan internal.

a. Internal

Data dapat memperoleh secara langsung untuk obyek penelitian yaitu bentuk data yang berupa dokumentasi, observasi dan wawancara dalam hal ini tentang prosedur dan simpan pinjam itu sendiri.

b. Eksternal

Data yang dihasilkan dari luar perusahaan obyek penelitian. Data eksternal menggunakan untuk meneliti ini karena menggambarkan keadaan UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir yang berasal dari luar. Jadi semua data yang berasal dari luar UPK Dharma Agung tersebut, baik data dan memperoleh agar lingkungan sekitar UPK maupu dari literatur.

Jenis Data

Sekunder

Data yang diperoleh tidak dengan secara langsung oleh sumber. Meneliti ini sumber data sekunder dan telah dipakai adalah data dokumen.

Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data-data dan membutuhkan untuk kerangka penyusunan tugas akhir, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dimana teknik-teknik tersebut saling melengkapi sehingga peneliti dapat memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik yang digunakan antara lain:

- Data Dokumentasi yaitu tehnik mengumpulkan data untuk melihat dan mempelajari yang ada pada lokasi penelitian, dokumen biasa berbentuk tulisan, gambar, yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.
- Kepustakaan adalah untuk didatangi keperpustakaan kemudian dicari buku-buku, literature, artikel dan sama dalam permasalahan dan mengangkat, yang menginformasikan dan mendapat menggunakan dalam pemecahkan permasalahan dan berkaitan dalam sistem dan prosedur simpan pinjam khusus perempuan.
- Observasi yaitu tehnik mengumpulkan data untuk dilakukan dan mengamati langsung pada objek atau sistem yang akan diteliti sehingga memperoleh data dalam efisien dan efektif dalam membandingkan untuk data yang didapatkan oleh narasumber.

variabel Penelitian

identifikai variabel

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian teori yang diajukan, maka variable-variabel dalam menggunakan untuk meneliti ini yaitu sistem dan prosedur simpan pinjam khusus perempuan.

Definisi Konseptual

Agar diperoleh pemahaman mengenai variabel-variabel pada penelitian ini, maka diberikan penjelasan suatu konsep secara singkat, jelas tegas, sebagai berikut:

- Sistem yaitu mengumpulkan dari komponen-komponen agar saling berbincang untuk menghasilkan informasi agar tercapai tujuan tersebut secara efektif dan efisien. Menurut Anastasia Diana (2010:3) sistem adalah merangkaian bagian dan tetap bergantung yang kerjasama agar tercapai suatu tujuan tersebut. Maksud dari pengertian tersebut, sistem merupakan suatu serangkaian prosedur yang berurutan, dimana prosedur yang berurutan tersebut memiliki keterkaitan antara prosedur yang satu dengan selanjutnya, sehingga jika dilakukan secara berurutan, maka tujuan usahanya akan tercapai.
- Prosedur adalah tata cara atau aturan yang dilaksanakan secara runtut agar terselesaikan suatu mempekerjakan agar mendapatkan hasil yang maksimal Sedangkan menurut Mulyadi (2008:5) dinyatakan bahwa Prosedur merupakan suatu kegiatan bisa melibatkan beberapa orang untuk satu departemen atau lebih, dan membuat agar terjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan dan menjadi secara berulang-ulang. Departemen adalah bagian dalam suatu organisasi dan perusahaan dalam pimpinan dari seorang ketua oleh pembagian tersebut.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini yang menjadi variabelnya adalah sistem dan prosedur simpan pinjam khusus perempuan pada UPK Dharma Agung kecamatan kunir. Adapun langkah-langkah dalam analisa data dalam menggunakan untuk penelitian ini yaitu suatu system yang dijalankan oleh UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir mulai proses pencarian kelompok sampai proses penyaluran atau pendanaan.

Teknik analisis Data

Untuk teknik analisis data maka peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yaitu data yang informasi lainnya dalam memperoleh dalam meneliti melakukan dalam memproses serta menganalisis agar bisa melanjutkan dan digunakan dasar ddalam teori-teori yang telah dipelajari, sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai obyek yang diteliti.

Berdasarkan obyek penelitian diatas, pengumpulan data dilakukan secara dokumentasi, kepustakaan, observasi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Mencari dan menghimpun data prosedur simpan pinjam
Yaitu mencari data dari petunjuk operasional (PTO) program PNPM, mencari data PTO 9 spp perguliran PNPM, mencari data dari Anggaran Rumah Tangga (ART) anggaran Dasar, dan SOP UPK Dharma Agung. Menghimpun data-data dan kalimat dalam menyesuaikan untuk proposal ini.
- b. Mengolah data agar memperoleh untuk UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir. Yaitu mengolah data yang dalam berbagai sumber yang petunjuk yang berasal dari UPK Dharma Agung
- c. Membuat prosedur simpan pinjam dari UPK Dharma Agung
- d. Menyusun sistem prosedur simpan pinjam dan digunakan flowchart

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum

Letak Geografis

UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir yang berlokasi di jalan Diponegoro 01 Kunir Lor Kabupaten Lumajang, Kode Pos 67383.

Sejarah singkat UPK

Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM Mandiri Perdesaan) adalah salah satu mekanisme program pemberdayaan masyarakat dalam menggunakan PNPM Mandiri untuk mengupayakan dipercepatnya pengupayaan pengentasan miskin dalam memperluas kesempatan bekerja di desa. Program ini melakukan dan selebihnya untuk didorong untuk mengupayakan dan meningkatkan kualitas dan kehidupan, sejahtera kemudian mandiri untuk masyarakat perdesaan. PNPM Mandiri Perdesaan sendiri adalah menyelaraskan nama kepada mekanisme dalam prosedur Program Pengembangan Kecamatan (PPK) dan dapat melaksanakan dari sejak tahun 1998. Program berdayaan kemasyarakatan yang membesar di bangsa ini dipusatkan kegiatan untuk kemasyarakatan Bangsa Indonesia yang termiskin di desa dalam menyediakan fasilitas pemberdayaan kemasyarakatan/lembaga sekitar, mendampingi dan melatih, kemudian pendanaan untuk bantuan langsung kepada Masyarakatan (BLM) untuk masyarakat, senilai Rp. 1 miliar sampai Rp. 3 miliar per-kecamatan. PPK atau PNPM-PPK, untuk PNPM Mandiri Pedesaa semua keanggotaan masyarakat mengajak melibatkan untuk tahap program seperti partisipasi, dimulai yang dari proses merencanakan, mengambil putusan untuk menggunakan dalam mengelola modal yang sama membutuhkan dengan prioritasif di pedesaan, harus kepada melaksanakan program yang pelestariannya. Pelaksanaan PNPM Mandiri Pedesaan selama dalam aturan pembinaan Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD), Departemen untuk Negeri, dalam membiayai kepada alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), dana hibah dari sejumlah lembaga pemberi bantuan, dan pinjaman dari Bank Dunia Pelaksanaan Program Pengembangan Kecamatan (PPK) di daerah Sumenep dimulai sejak tahun 1998/1999 (PPK Sikuls 1) di 5 kecamatan dengan alokasi dana Rp. 3 Milyar. Sampai dengan tahun 2011 lokasi PNPM di daerah Sumenep telah menjadi 25 kecamatan dengan alokasi dana Rp. 184,720 Milyar dana APBN dan Rp. 41,930 Milyar dari DDUB APBD. Dari PNPM kemasyarakatan melibatkan melalui aktifis untuk disetiap tahap program pembangunan di desanya. Setiap pentahapan merencanakan, mengambil putusan, melaksanakan dalam mengupayakan peliharaannya.

Visi dan Misi Upk

Visi : Lembaga UPK jadi kelembagaan dan sanggup bersaing dengan dunia perbankan yang berbasis pemberdayaan.

Misi :

1. Menjadikan UPK bersih dan yang bermartabat
2. Lembaga UPK yang berdaya dimasyarakat
3. Lembaga UPK yang mandiri
4. Lembaga UPK yang kreatif dan bijaksana
5. Lembaga yang bisa mengorganisasikan dalam merencanakan, melaksanakan, pengawasan, dan pelestarian.

Tujuan UPK

Tujuan Umum PNPM-Mandiri Perdesaan Peningkatan sejahtera dalam kesempatan bekerja kemasyarakatan kemiskinan di desanya dalam didorong mandiri untuk mengambil keputusannya dalam mengelola pentahapan.

Hasil Pengumpulan Data

Bidang Usaha Simpan Pinjam UPK

UPK Dharma Agung adalah mekanis kegiatan memberdayakan kemasyarakatan dalam menggunakan PNPM dalam mengupayakan dipercepat mengentas miskin untuk memperluas kerja dipedesaan.. untuk tahun 2017 UPK Dharma Agung hanya bisa menangan 1 unit usaha yaitu; Toko sembako pinjaman

Hasil Analisis Data

Sistem dan Prosedur Yang sedang berjalan

Berdasarkan hasil survey dari sistem dan prosedur simpan pinjam dalam dilakukan, berikut ini adalah gambaran prosedur dari proses-proses untuk saat ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Prosedur Pendaftaran Anggota

Setiap anggota yang bergabung menjadi anggota kelompok UPK terlebih dahulu mengajukan dan mengisi proposal yang diajukan ke UPK. Anggotanya adalah masyarakat umum. Setelah membuat proposal kemudian diserahkan ke kantor UPK untuk di verifikasi, selanjutnya aka nada rapat MKP (musyawarah khusus perguliran).setelah itu aka nada penyaluran dana atau pencairan.

Pembahasan

Masalah – masalah yang dihadapi UPK Dharma Agung

1. Kredit macet/tunggakan
2. Kelembagaan
3. Menganggap remeh, tidak ada jaminan
4. Sehingga perlu sosialisas

Evaluasi UPK Dharma Agung

1. Evaluasi bulanan

Evaluasi bulanan adalah menyelesaikan masalah yang sifatnya ringan.

Misalnya tunggakan, rapat kelembagaan untuk menyelesaikan konflik internal dan kelembagaan.

2. Evaluasi tahunan

Evaluasi tahunan adalah evaluasi yang dilakukan setiap tahun, contohnya MAD (musyawarah antar desa)yaitu untuk memutuskan rencana dalam keuangan satu tahun pergantian pengurus jika ada masalah.

Masalah Kepengurusan Yang Tidak Profesional

Yang terjadi biasanya untuk mengerti tugasnya pokoknya dan fungsinya

Kualitas sumber daya

Terbatas kurangnya tenaga secara kuantitas dan secara kualitas.

Kurangnya Perhatian Pemerintah

Dalam bentuk paska program pemerintah menganggap UPK sudah mandiri, sehingga secara pendampingan yang internsif terasa kurang akibatnya banya UPK yang bingung dalam rangka memilih subyek buku dan badan hokum bagi UPK.

Keberhasilan dan kegagalan

Keberhasilannya adalah UPK sudah bisa berbadan hukum, UPK sudah memiliki gedung sendiri.Kegagalannya adalah pengembangan unit-unit usaha UPK terasa minim.

Prosedurnya yang sedang berjalan

Untuk mengurangi terjadinya pinjaman bermasalah perlu dilakukan pola penagihan kelompok sedini mungkin

Dalam lembaga keuangan dan bank. Tingkat kolektibilitas tersebut mencakup permasalahan : jaminan.

Penilaian tingkat kolektibilitas PNPM MANDIRI PERDESAAN permodalan sulit dinilai, jaminan tidak ada, tidak ada "negative list" sector usaha

Untuk menjembatani kebutuhan tentang definisi pinjaman bermasalah yang sesuai dengan penjelasan PTO adalah:

1. Telat mengangsur atas 3 bulan dari yang telah ditentukan yang diangsur tiap bulan.
2. Tunggakan angsuran diatas 4 dari yang telah ditentukan per triwulan
3. Tunggakan angsuran diatas 7 dari yang telah ditentukan per 6 bulan.

Ketiga hal tersebut dalam diperhatikan hal-hal yang bersifat kondisi usaha baik kelompok atau pun individu pemanfaat.

Kategori permasalahan kelompok

1. Permasalahan micro-finance yaitu masalah menyebabkan dari karakter/itikad dan kemampuan usaha dengan kondisi sebagai berikut
 - a. Kondisi usaha Kelompok Usaha Bersama tidak mampu mengembalikan
 - b. Pemanfaat dari kelompok Simpan Pinjam atau Aneka Usaha mempunyai itikad untuk tidak mengembalikan
 - c. Kesalahan pada penentuan jadwal pembalian tidak sama
2. Permasalahan penyelewengan yaitu masalah mengakibatkan adanya selewengan pendanaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

UPK Dharma Agung Kecamatan Kunir merupakan unit pengelola kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkannya sejahtera yang berkesempatan berkerja kemasyarakatan kemiskinan di desa yang didorong oleh mandiri untuk mengambil kesimpulan dengan mengelola dan membangun. UPK adalah. Anggota kelompok merupakan bagian paling benar untuk dalam organisime UPK, hal ini dikarenakan anggota kelompok merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa UPK. Berdasar hasilnya penelitian dengan hasil survey dari UPK Dharma Agung masih terdapat kekurangannya diantaranya dalam pendapatan pinjaman yang secara manual yang dapat berakibat hilangnya dokumen dan ada kegagalan pengembangan unit-unit usaha UPK terasa minim. Disisi lain UPK Dharma Agung cukup baik mengelola untuk menangani 1 unit usaha diantaranya toko usaha. Dalam pelaksanaan unit toko sangat memenuhi target dan membantu anggota kelompok dalam pinjaman sembako. Tetapi jika semua kegiatan UPK bisa lebih menjalankan yang sebaik baiknya dengan kelompoknya yang mau mengambil bagian didalam kegiatan UPK, serta memberikan motivasi yang baik, UPK dan bisa berjalan dengan lancar dan baik .

Saran

1. UPK Dharma Agung perlu memelihara dan mempertahankan, serta meningkatkan hubungan baik dengan para anggota serta masyarakat melalui peningkatan service, pembinaan/penertiban administrasi dan sebagainya.
2. Pembinaan akuntansi harus segera dilakukan agar pelaksanaan kebijaksanaan simpan pinjam terutama pinjaman/kredit kepada anggota dapat berjalan dengan efektif. Disini dimaksudkan adanya bagian yang langsung menangani masalah pinjaman sehingga keterlambatan pengembalian dana dapat segera diatasi dengan baik.

Agar lebih memperhatikan masalah intern didalam kepengurusan agar UPK dapat kembali berkembang sebab perkembangan usaha akan sulit dilakukan jika masalah-masalah yang ada belum diselesaikan. Dikarenakan sama hanya tetap berlanjut terus menerus tanpa adanya solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia Diana. 2010. *Pengertian Sistem Informasi Akuntansi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ardana, I Cenik dan Lukman, Hendro. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Aini, Nurul. Analisis Sistem dan Prosedur Simpan Pinjam Pada KUD Tempeh tengah. Proposal Widya Gama Lumajang. 2016.

- Atikah, Hayyu Ratna.dkk. Sistem Informasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Wanita Putri Harapan Desa Jatigunung Kecamatan Tulakan. *Jurnal Teknik Informatika*. 2013.
- Atikah, Hayyu Ratna dan Sukadi. 2014. Sistem Informasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Dwija Karya Kecamatan Tulakan. *Journal Speed*. Vol 6 No 1. 2014.
- Azhar Susanto. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Kartasasmita, Ginanjar. (1997). *Pemberdayaan Masyarakat : Konsep Pembangunan Yang Berakar Pada Masyarakat*. Yogyakarta : UGM.
- Krismiaji. 2015. Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Empat. Yogyakarta.
- Mardi. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bogor: Ghalia.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- .2016. *Sistem Akuntansi*.Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- .2001. *Sistem Akuntansi* Edisi Tiga. Jakarta : Salemba Empat.
- Nafarin M. 2009. *Penganggaran Perusahaan* .Penerbit Salemba 4. Jakarta
- Nurhanafi, Anis. Sistem Informasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Sari Mulyo Kecamatan Ngadirojo. *Indonesia Journal On Networking And Security*. Vol. 3 No. 3. 2014.
- Romney, Marshall B dan Steinbart, Paul John. 2016. Sistem Informasi Akuntansi. Salemba Empat. Jakarta.
- Sandi, Putra Ari.dkk. Analisis Sistem Dan Prosedur Pemberian Kredit Konsumtif Dalam Upaya Mendukung Pengendalian Manajemen Kredit. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 21 No. 2. 2015.
- Susanti, Nanik. Sistem Informasi Simpan Pinjam Badan Keswadayaan Masyarakat Studi Kasus BKM Sarjana Makmur. *journal Simetris*.2014.
- Syahputri, Bayu Trei. Evaluasi Pelaksanaan Program Simpan Pinjam Kelompok Perempuan Di Desa Toapaya Selatan Kecamatan Toapaya Kabupaten Bintan Tahun 2013. Skripsi. 2016.
- Suharli, Michell. 2006. *Akuntansi Untuk Bisnis Jasa Dan Dagang*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Widjaja, Amin Tunggal. 2003. Pengukuran Kinerja Dengan Balanced Scorecard. Harvarindo : Jakarta.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEIFaridatul Ula¹

STIE Widya Gama Lumajang

email:Faridatululla1@gmail.com

Sochib²

STIE Widya Gama Lumajang

email:Sochib.ak@gmail.com

Emmy Ermawati³

STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan publik baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 22 perusahaan. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel dengan pertimbangan tertentu (Purposive Sampling). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maka ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan, dan struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Secara simultan ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan publik sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode yang berbeda.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Publik, dan Kinerja Keuangan (ROA).

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of firm size and structure of public ownership either partially or simultaneously to the financial performance of the company manufacture goods industry sector consumption listed on the Stock Exchange. This research is a quantitative research looking associative relationship is causal or research that is to question the relationship between two or more variables and cause-effect relations. The samples taken were 22 companies. Sampling technique used is sampled with a certain consideration (purposive sampling). The results showed that the size of the company's partial effect on the financial performance, and structure of public ownership affect the financial performance. Simultaneously the company size and structure of public ownership affect the financial performance of the companies manufacturing consumer goods industry sectors listed on the Stock Exchange. Limitation of this study is only examined the size of the company and structural public ownership as factors affecting financial performance, while there are many other variables may affect the financial performance of companies manufacturing consumer goods industry sectors listed on the Stock Exchange and is expected to be further investigated by researchers at different periods.

Keywords: Firm Size, Structure of Public Ownership and Financial Performance (ROA).

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, perusahaan diharuskan untuk terus berkembang atau menyesuaikan diri dengan semua perkembangan yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Perusahaan yang awalnya dikelola secara langsung oleh pemiliknya, suatu saat akan menghadapi kendala di mana pemilik tidak lagi mampu menjalankan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menunjukkan sinyal yang positif dan dikelola dengan baik sehingga mampu untuk selalu berkembang. Pada tahap ini, pemilik mempunyai wewenang untuk mendelegasikan kepada manajer atau agent agar melakukan

tindakan untuk memajukan perusahaan dan mempunyai wewenang dalam mengambil keputusan-keputusan penting yang sebelumnya masih dipegang oleh pemilik.

Firm size mencerminkan besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditetapkan dengan total aktiva. Semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran sebuah perusahaan, semakin besar total aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara tersebut semakin tidak sedikit penjualan maka semakin tidak sedikit juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dipunyai oleh perusahaan.

Kepemilikan publik ialah saham biasa yang dipunyai oleh publik, kepemilikan publik dapat oleh suatu grup yang besar yang belum terdapat kaitannya dengan pribadi atau sebuah lembaga investasi dengan adanya publik maka perusahaan mendapatkan pemantauan yang lebih dari masyarakat, sebab masyarakat merasa mempunyai hak dalam perusahaan tersebut sampai-sampai setiap kepandaian serta pekerjaan perusahaan itu menjadi perhatian utama (Ridwan & Berlian, 2003 : 9).

Kinerja keuangan perusahaan dapat saksikan dari rasio keuangan yaitu rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio yang diperhatikan oleh calon investor. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas yang digunakan ialah Return on Asset (ROA). ROA dipakai sebagai indikator kinerja finansial perusahaan sebab variabel ini dalam riset sebelumnya mengindikasikan pengukuran kinerja yang lebih baik (Dodd dan Chen dalam Nirmalasari, 2010). ROA juga dirasakan lebih merepresentasikan kepentingan pemegang saham. Nilai ROA yang besar mengindikasikan kinerja perusahaan yang baik. Para investor menyenangi perusahaan yang profitable disebabkan tingkat pengembaliannya yang tinggi.

Penelitian ini termotivasi dari penelitian Didik Indra Cahyono yang berjudul Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan dan penelitian dari Hamdani Arifulyah dengan Pengaruh Proporsi Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Terdapat perbedaan dalam penelitian – penelitian tersebut yaitu : struktur kepemilikan saham, dimana dalam penelitian tersebut mencakup kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional dan kepemilikan saham publik. Dan Sedangkan penelitian ini lebih mencakup pada struktur kepemilikan publik dimana masih banyak penelitian yang menunjukkan struktur kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.”

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Perspektif hubungan keagenan adalah dasar yang dipakai untuk mengetahui corporate governance. Manajer mempunyai keharusan dalam memaksimalkan kesejahteraan semua pemegang saham. Namun, manajer pun mempunyai kepentingan guna memaksimalkan kesejahteraan mereka. Penyatuan kepentingan laksana ini, tidak jarang kali memunculkan konflik yang disebut konflik keagenan (Dessy, 2008).

Jensen dan Meckling (1976) mengaku hubungan agency sebagai sebuah kontrak di bawah satu atau lebih (principal) yang melibatkan orang beda (agent) guna melaksanakan sejumlah layanan untuk mereka dengan melibatkan pendelegasian wewenang pemungutan keputusan untuk agen.

Teori agensi yang mempunyai saham sepenuhnya ialah pemilik (pemegang saham), dan manajer diminta guna memaksimalkan tingkat pengembalian pemegang saham. Baik principal maupun agent dianggap sebagai orang ekonomi yang rasional dan semata-mata termotivasi oleh kepentingan individu (Berle dan Means , 1932).

Beberapa teori yang melandasi teori agensi. Teori-teori tersebut dipisahkan menjadi tiga jenis asumsi yakni asumsi mengenai sifat manusia, asumsi keorganisasian, dan asumsi informasi. Asumsi sifat insan menekankan bahwa insan mempunyai sifat guna mementingkan dirinya sendiri (self-interest), mempunyai keterbatasan rasionalitas (bounded rationality) dan tidak menyenangi resiko (risk aversion). Asumsi keorganisasian menekankan bahwa adanya konflik antar anggota organisasi dan adanya asimetri informasi antara principal dan agent. Sedangkan asumsi informasi menekankan bahwa informasi sebagai barang komoditi yang dapat diperjual belikan. Jadi yang dimaksud dengan teori keagenan yaitu membicarakan tentang hubungan keagenan antara principal dan agent. Eisendhart (1989).

Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang mempunyai ukuran besar mempunyai akses lebih banyak dan luas guna mendapatkan pendanaan dari luar, sampai-sampai untuk mendapat pinjaman bakal menjadi lebih

gampang karena disebutkan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki peluang lebih besar guna memenangkan kompetisi atau bertahan dalam industri (Lisa, 2013 : 23).

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel urgen dalam pengelolaan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar penjualan yang didapatkan perusahaan. Penjualan (sales) merupakan pekerjaan utama sebuah perusahaan yang memiliki pengaruh strategis terhadap perusahaan dan berkaitan dengan kompetisi dalam industri. Agar dapat melakukan penjualan perusahaan membutuhkan aktiva perusahaan. Peningkatan penjualan harus diikuti dengan peningkatan aktiva perusahaan (Weston dan Brigham, 1998).

Ukuran perusahaan ialah suatu skala dimana bisa di klasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan menurut sekian banyak cara, antara beda : log total aktiva, log total penjualan, dan kapitalisasi pasar. Pada dasarnya menurut keterangan dari Suwito dan Herawaty (2005) ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kelompok yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan sedang (medium size), dan perusahaan kecil (small firm).

Ukuran perusahaan menurut keterangan dari Sujoko dan Soebiantoro (2007) merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka total aktiva pun semakin besar, sampai-sampai dalam urusan ini arus kas perusahaan telah positif dan dirasakan mempunyai prospek yang baik dalam jangka masa-masa relatif lama. Selain tersebut perusahaan dengan total aktiva yang besar akan ingin lebih tidak sedikit investor yang membubuhkan perhatian pada perusahaan dan tertarik untuk mengerjakan investasi dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian, urusan ini dapat menambah nilai perusahaan.

Indikator Ukuran Perusahaan

Perusahaan diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapaun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005): “adalah total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan, dan lain – lain.”

Werner R. Murhadi (2013) mengatakan Firm Size diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam format logaritma natural. Ukuran perusahaan diprosikan dengan memakai Log Natural Asset dengan tujuan supaya mengurangi ketidaktetapan data yang berlebih. Dengan memakai log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun bakal disederhanakan, tanpa mengolah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva menggunakan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

Struktur Kepemilikan Publik

Ndaruningputri (2005) mengemukakan bahwa struktur kepemilikan perusahaan publik di Indonesia paling terkonsentrasi pada intuisi. Intuisi yang dimaksud ialah pemilik perusahaan publik berbentuk lembaga, bukan empunya atas nama perorangan maupun pribadi.

Wijayanti (2009), kepemilikan perusahaan oleh pihak luar memiliki kekuatan yang besar dalam perusahaan, sebab dapat memprovokasi perusahaan melewati media masa baik berupa kritikan maupun komentar yang semuanya dirasakan sebagai suara publik atau masyarakat. Kepemilikan publik adalah prosentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak luar (outsider ownership). Tujuan perusahaan perusahaan yaitu menambah nilai perusahaan maka dibutuhkan pendanaan internal dan eksternal. Pendanaan eksternal didapatkan dari saham masyarakat.

Febriantina (2010), kepemilikan publik ialah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh masyarakat umum atau oleh pihak luar. Berdasarkan keterangan dari Rosma (2007) kepemilikan publik mengindikasikan besarnya Private information yang mesti diberikan manajer untuk publik. Private information itu adalah informasi internal yang semula diketahui oleh manajer, laksana standar yang digunakan dalam pengukuran kinerja perusahaan, eksistensi perencanaan bonus dan sebagainya.

Kepemilikan publik ialah saham biasa yang telah dimiliki oleh publik, kepemilikannya dapat oleh suatu grup yang besar yang tidak terdapat hubungannya antara pribadi dan atau sebuah lembaga investasi. Dengan adanya publik maka perusahaan mendapat pemantauan yang lebih dari masyarakat, sebab masyarakat merasa mempunyai hak dalam perusahaan tersebut sampai-sampai setiap kepandaian serta pekerjaan perusahaan itu menjadi perhatian utama (Ridwan dan Berlian, 2003).

Kepemilikan saham oleh publik maksudnya jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini ialah pihak pribadi di luar manajemen dan tidak mempunyai hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin tidak

sedikit pihak yang memerlukan informasi mengenai perusahaan, sehingga tidak sedikit pula butir - butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Selain tersebut juga semakin besar saham yang dipunyai oleh publik, bakal semakin tidak sedikit informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor hendak memperoleh informasi seluas - luasnya mengenai tempat mengerjakan investasi serta bisa mengawasi pekerjaan manajemen, sampai-sampai kepentingan dalam perusahaan terpenuhi, A'inun Na'im dan Fuad Rakhman (Sriayu dan Mimba, 2013).

Kinerja Keuangan

Menurut Hastuti (2005) kinerja perusahaan ialah hasil banyak keputusan individual yang diciptakan secara terus menerus oleh manajemen. Oleh karena tersebut untuk menilai kinerja perusahaan butuh melibatkan analisis akibat keuangan kumulatif dan ekonomi dari keputusan dan mempertimbangkannya dengan memakai ukuran komparatif. Kinerja finansial adalah salah satu hal yang mengindikasikan efektifitas dan tepat guna suatu organisasi dalam rangka menjangkau tujuannya.

Kinerja keuangan ialah suatu analisis yang dilaksanakan untuk menyaksikan sejauh mana sebuah perusahaan telah mengemban dengan memakai aturan – aturan pelaksanaan finansial secara baik dan benar. Kinerja perusahaan adalah suatu cerminan tentang kondisi finansial suatu perusahaan yang diteliti dengan perangkat – perangkat analisis keuangan, sampai-sampai dapat diketahui tentang baik buruknya suasana keuangan sebuah perusahaan yang menggambarkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini paling penting supaya sumber daya dipakai secara optimal dalam menghadapi evolusi lingkungan (Fahmi, 2012:2).

Kinerja perusahaan adalah suatu usaha formal yang dilakukan perusahaan untuk mengevaluasi tepat guna dan efektifitas dari kegiatan perusahaan yang telah dilakukan pada periode tertentu. Berdasarkan keterangan dari Sucipto (2003), kinerja keuangan ialah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang bisa mengukur keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Sedangkan menurut keterangan dari IAI (2007) kinerja keuangan ialah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya.

Kinerja keuangan ialah prestasi kerja dibidang finansial yang telah dijangkau perusahaan yang tertuang dalam laporan finansial perusahaan. Kinerja keuangan dapat diukur dengan return on assets (ROA), sebab ROA adalah rasio yang bisa mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan deviden dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Pada analisis laporan keuangan, rasio ini sangat sering dilihat, sebab dapat mengindikasikan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. ROA dapat mengukur keterampilan perusahaan saat menghasilkan deviden pada masa lampau untuk lantas diproyeksikan dimasa yang bakal datang. Aset yang dimaksud ialah keseluruhan harta perusahaan, yang didapatkan dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diolah perusahaan menjadi aktiva – aktiva perusahaan yang dipakai untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Rumus dari ROA adalah :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{total asset}} \times 100\%$$

PENGAJUAN HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Diduga terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H2 : Diduga terdapat pengaruh antara struktur kepemilikan publik terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis riset yang dipakai dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif. Berdasarkan keterangan dari Paramita (2015: 8) "Penelitian deskriptif yaitu pendataan data guna menguji hipotesis atau membalas pertanyaan tentang status terakhir dari subyek penelitian. Hipotesis dari riset ini menurut persoalan dan destinasi yang bakal dicapai, dan dipaparkan seperti sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.
- b. Terdapat pengaruh antara struktur kepemilikan publik terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Objek Penelitian

Obyek penelitian ialah variabel - variabel yang menjadi titik perhatian sebuah penelitian. Obyek dari riset ini antara lain, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan publik, dan kinerja keuangan. Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016.

Sumber Dan Jenis Data

Sumber Data

Pada penelitian ini sumber datanya adalah sumber data sekunder dan eksternal karena sumber yang diteliti adalah laporan keuangan tahunan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sudah dipublikasikan.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder (data tidak langsung). data sekunder adalah data yang diperoleh/ dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data yang diambil pada penelitian ini adalah data pada daftar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Dalam penelitian ini data yang akan dianalisis pengaruhnya adalah laporan keuangan perusahaan yang sudah di publikasikan oleh Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang memiliki kualitas dan ciri khas tertentu yang diputuskan oleh peneliti guna dipelajari dan lantas ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipakai dalam riset ini ialah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam riset ini ialah metode purposive sampling, yakni penentuan sampel menurut kriteria tertentu cocok dengan yang dikehendaki oleh peneliti (Eko Prasetyo 2015 : 02). Pemilihan sampel dilaksanakan secara purposive dengan destinasi untuk mendapat sampel yang representatif menurut kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel dibutuhkan untuk menghindari timbulnya kekeliruan dalam penentuan sampel penelitian, yang selanjutnya akan dominan terhadap hasil analisis.

Dengan pemilihan kriteria – kriteria yang ditentukan oleh peneliti pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI maka diperoleh 22 sampel perusahaan pada periode 2014 – 2016.

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diberi simbol Y. Sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Perubahan yang terjadi pada variabel dependen disebabkan oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X1) dan Struktur kepemilikan Publik (X2).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pendataan data dalam riset ini yakni dokumentasi, dengan teknik pencatatan sistematis terhadap perilaku subjek tanpa adanya komunikasi dengan subjek yang bersangkutan.

Berdasarkan keterangan dari Paul Otlet, dokumentasi ialah suatu pekerjaan berupa pengumpulan, pengelolaan, penyimpanan, penemuan kembali, dan penyebaran sebuah dokumen. Dalam pendataan data ini peneliti memungut data berupa laporan finansial dari perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia melewati website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Teknik Analisis Data

Hipotesis dalam riset ini memakai model regresi linier berganda. Berdasarkan keterangan dari Algifari (2016: 250) "Analisis regresi berganda yakni model regresi untuk meneliti pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen".

Adapun model regresinya adalah sebagai berikut:

$$(Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e)$$

Keterangan:

Y = Kinerja keuangan

a = konstanta

b1 = koefisien regresi X1

b2 = koefisien regresi X2

X1 = rasio likuiditas

X2 = rasio profitabilitas

e = kesalahan pengganggu (*error terms*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitiannya adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 - 2016. Alasan pemilihan perusahaan ini karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang menjual produk – produk konsumsi sehari – hari kepada konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria – kriteria yang telah ditentukan peneliti. Dari kriteria – kriteria tersebut data perusahaan yang diperoleh adalah 22 perusahaan dengan periode penelitian selama 3 tahun sehingga diperoleh data 66 laopran keuangan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari www.idx.co.id yang dijadikan fokus oleh peneliti adalah laporan keuangan tahunan. Data yang diambil dalam laporan keuangan tersebut adalah total asset, laba/rugi, dan presentase kepemilikan publik / masyarakat.

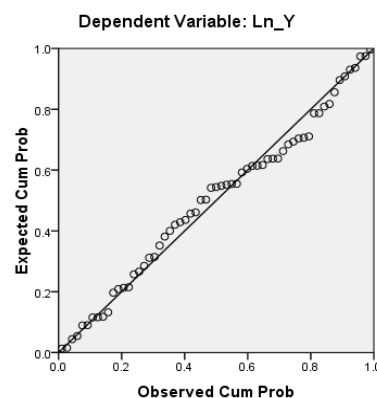
Perusahaan yang mempunyai total asset tertinggi adalah oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. pada tahun 2014 sebesar 86.077.000, tahun 2015 sebesar 91.832.000, dan tahun 2016 sebesar 82.175.000. sedangkan total asset terendah dimiliki oleh PT. Pyridam Farma Tbk pada tahun 2014 sebesar 172.557, tahun 2015 sebesar 159.951, dan tahun 2016 sebesar 167.063.

Sedangkan perusahaan yang mempunyai saham kepemilikan publik tertinggi adalah PT. Mandom Indonesia Tbk pada tahun 2014 sebesar 41%. Sedangkan prosentase saham terendah dimiliki oleh PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk d.h Cahaya Kalbar Tbk dengan saham tahun 2014 sebesar 20%.

HASIL ANALISIS DATA

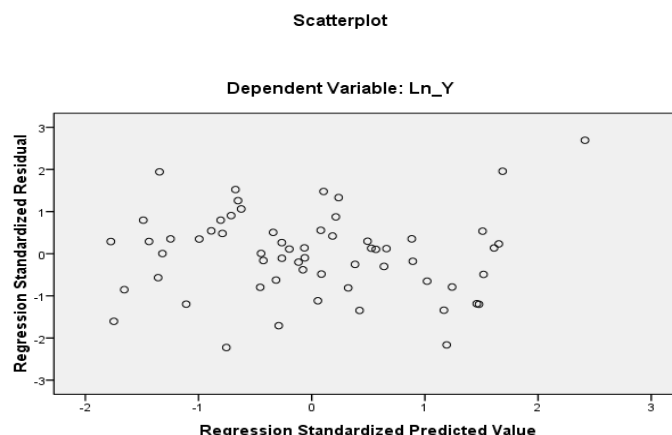
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Jika dilihat dari gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot yang diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar diatas maka disimpulkan bahwa sebaran titik – titik tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan artinya dengan kata lain terjadi homoskedastisitas. Asumsi klasik tentang heteroskedastisitas dalam model ini terpenuhi yang berarti terbebas dari heteroskedastisitas. Dalam uji ini rentan terjadi kesalahan dalam penarikan kesimpulan. Karena penentuan ada tidaknya pola / alur titik – titik yang ada pada gambar sangat bersifat obyektif. Bisa saja sebagian orang mengatakan tidak terjadi pola ataupun malah sebaliknya sebagian orang mengatakan gambar tersebut membentuk pola. Keputusan hanya mengandalkan pengamatan / penglihatan peneliti.

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Ukuran Perusahaan	.985	1.015
Struktur Kepemilikan Publik	.985	1.015

a. Dependent Variable: ROA

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF ukuran perusahaan adalah 1.015 yang menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10, maka ukuran perusahaan tidak terdapat multikolinearitas. Sedangkan nilai VIF struktur kepemilikan publik sebesar 1.015 yang artinya nilai VIF juga kurang dari 10, maka struktur kepemilikan publik tidak dapat multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.537 ^a	.288	.264	.85767	2.231

a. Predictors: (Constant), struktur kepemilikan publik, Ukuran Perusahaan

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.537 ^a	.288	.264	.85767	2.231

b. Dependent Variable: ROA

Dari tabel diatas terlihat bahwa angka Durbin-Waston sebesar 2,231. Nilai tersebut berada pada kondisi $du < d < 4 - du$, dengan melihat tabel durbin-waston $\alpha = 5\%$ atau sig 0,05 diperoleh nilai $du = 1,664$. Sehingga dalam uji autokorelasi diperoleh kondisi $1,664 < 2,231 < 4 - 1,664$ atau $1,664 < 2,231 < 2,336$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-13.643	3.106		-4.392	.000
Ukuran Perusahaan	3.244	1.097	.330	2.956	.005
Struktur Kepemilikan Publik	-2.122	.508	-.466	-4.179	.000

a. Dependent Variable: ROA

Dari tabel diatas, hasil uji t untuk ukuran perusahaan diperoleh nilai signifikansi 0,005 dan struktur kepemilikan publik diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dari kedua nilai tersebut nilai p – value 0.005 sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dan struktur kepemilikan publik juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Uji f (simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.295	2	8.647	11.756	.000 ^a
	Residual	42.665	58	.736		
	Total	59.960	60			

a. Predictors: (Constant), struktur kepemilikan publik, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: ROA

Dari data tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi adalah 0.000 yang berarti semua variabel independennya berpengaruh terhadap variabel dependen.

Model regresi linear berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-13.643	3.106		-4.392	.000		
Ukuran perusahaan	3.244	1.097	.330	2.956	.005	.985	1.015
Struktur Kepemilikan Publik	-2.122	.508	-.466	-4.179	.000	.985	1.015

a. Dependent Variable:
ROA

Berdasarkan hasil uji model regresi pada tabel coefficients persamaan regresi yang dihasilkan :

$$Y = -13.643 + 3.224 X_1 - 2.122 X_2 + 3.106$$
 yaitu hasil regresi linear diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diuji dengan total asset membuktikan bahwa pengaruhnya besar buat kinerja keuangan perusahaan karena di dukung dengan pengelolaan kinerja pegawai perusahaan yang bagus.

Total asset yang besar dapat menarik perhatian masyarakat dan mendapatkan akses yang besar untuk mendapatkan pendanaan dari luar. Dan kinerja keuangan yang bagus juga dapat membuat perusahaan menarik investor untuk berinvestasi terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian MG. Kentris Indarti dan Lusi Extaliyus (2013) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini disebabkan perusahaan memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja tetapi disisi lain, perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar.

Pengaruh struktur Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji Regresi linear berganda menunjukkan bahwa struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil pengujian menunjukkan untuk menggerakkan ekonomi secara riil tidak hanya melalui konsumsi, melainkan juga investasi. Suatu perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang baik maka akan lebih mudah untuk menarik investor dalam menanamkan modal pada perusahaan yang dari pendanaan internal dan eksternal. Pendanaan eksternal yaitu melalui saham dari masyarakat (publik).

Suatu perusahaan yang kepemilikan sahamnya lebih banyak dari pihak luar atau masyarakat akan lebih memperhatikan kinerja perusahaannya. Karena masyarakat dapat memprovokasikan perusahaan melalui media masa yang berupa kritikan atau yang disebut dengan suara masyarakat. Dengan adanya kepemilikan publik maka masyarakat memiliki hak atas perusahaan sehingga setiap pekerjaan perusahaan menjadi perhatian utamamasyarakat (publik).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Gabriella Cyntia Windalu dan Fidelis Arastyo Andono 2013 yang menyatakan bahwa struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian Dini Nur Aini (2010) yang menunjukkan bahwa struktur kepemilikan publik tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hal ini karena masih rendahnya komposisi kepemilikan publik dalam perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI yang diukur dengan menggunakan total asset.

2. Pengaruh variabel Struktur Kepemilikan Publik terhadap kinerja keuangan menunjukkan bahwa struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI, yang diukur dengan prosentase kepemilikan saham publik / masyarakat. Hal ini disebabkan karena kepemilikan perusahaan oleh masyarakat mempunyai kekuatan yang besar dalam mempengaruhi perusahaan melalui media masa berupa kritikan atau komentar yang semuanya dianggap suara publik / masyarakat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- a. perusahaan harusnya lebih mementingkan kinerja keuangannya dibandingkan mementingkan keuntungan dan nama perusahaan tetap besar karena bagaimanapun kinerja keuangan sangat penting bagi sebuah perusahaan.
- b. Menambah jumlah sampel pada penelitian dan memperpanjang periode penelitian. Selain itu sampel perusahaan juga dapat di ambil dari sector lain atau memperbanyak cakupan perusahaan yang diteliti, mungkin bisa mengarah ke perusahaan manufaktur.
- c. Peneliti selanjutnya bisa menambah variabel independen lain untuk menambah variabel yang dilakukan dalam penelitian ini. Variabel independen yang digunakan bisa lebih banyak lagi, seperti penambahan variabel proporsi kepemilikan institusi atau pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani Tisna, G., & Agustami, S. 2016. Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2010-2014). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 1035–1046. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i2.4038>.
- Arifulsyah, H. 2016. Pengaruh Proporsi Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan , Dengan CSR Disclosure Sebagai Variabel Moderating, 9(November), 58–67.
- Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hantono. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Total Hutang, Current Ratio, Terhadap Kinerja Keuangan Dan Harga Saham Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Ilmiah, J., Universitas, M., & Vol, S. 2013. Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Hasil Survei The Indonesian Institute Perception Governance (IICG) Periode 2008 - 201, 2 (1), 1-20.
- Indarti MG. Kentris dan Lusi Extaliyus. 2013. Pengaruh *Corporate Governance Perception Index* (CGPI), Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2013, Hal. 171 – 183.
- Isbanah, Y. (2015). Pengaruh Esop , Leverage , and Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(1), 28–41. <https://doi.org/10.17970>.
- Jensen, M. C., dan W. H. Meckling. 1976. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*. Vol.3. No.4: 305-360.
- Mahiswari, R., Nugroho, P. I., Kristen, U., & Wacana, S. (n.d.). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan, 1-20.
- Setiawan, Maman. 2006. "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Tata Kelola Korporasi terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". Laporan Penelitian. Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran: Bandung.
- Munawir. 2010. Analisis Laporan Keuangan (4th Ed.). Yogyakarta: Liberty.
- N, D. I. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan.

- Nuraeni, D. 2010. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi Ilmiah Universitas Diponegoro*.
- Prayoga, E. B., & Almilia, L. S. 2013. Pengaruh struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan manajemen risiko, 4(1).
- Properti, P., & Bei, D. I. 2016. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Properti Di BEI Arindah Vitalia, 5, 1–21.
- Ridwan, S., & Berlian, I. 2002. Manajemen Keuangan. Jakarta : Literata Lintas Media.
- Saham, H., & Variabel, S. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan, total hutang, current ratio, terhadap kinerja keuangan dan harga saham sebagai variabel moderating, 6(April), 35–44.
- Sri Hasnawati, A. S. 2015. Keputusan Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Dan Nilai Perusahaan Publik Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 65–75. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.65>
- Sudarmadji, A. M., & Sularto, L. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT(Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil) Auditorium Kampus Gunadarma, ISSN: 1858-2559*, 2, 53–61.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sundjaja, R., & Barlian, I. 2002. *Manajemen Keuangan Satu*. Jakarta: Prenhallindo.
- Suwito, Edy dan Arleen Herawaty. 2005. "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Unud, E. M. 2016. Pengaruh Good Corporate Governance , Struktur Kepemilikan Dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Investasi adalah kegiatan menempatkan dana pada periode tertentu dengan harapan mem, 5(8), 5304–5332.
- Widyati, M. F. 2013. Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Indepeden, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan. [Www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Yang, M., & Di, T. 2010. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Oleh, 1-26.

Pengaruh *Free Cash Flow*, *Return On Asset (ROA)* Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang (Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang *Listed* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)

Putri Khumairotul Ahyuni
STIE Widya Gama Lumajang
email: putriahyuni2@gmail.com

Noviansyah Rizal
STIE Widya Gama Lumajang
email: noviansyahrizal@gmail.com

Yusuf Wibisono
STIE Widya Gama Lumajang
email: Yusufwibisono1965@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *free cash flow*, *return on asset* dan kepemilikan institusional terhadap kebijakan hutang secara parsial pada perusahaan *property* dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 11 perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016, metode pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel berdasarkan kebutuhan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *free cash flow* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang. *Return On Asset (ROA)* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan hutang sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 15,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian..

Kata kunci: *Free Cash Flow*, *Return On Asset (ROA)*, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Hutang.

Abstract

The purpose of this research is to know the influence of free cash flow, return on asset and ownership of institutional debt policy against partially on company property and real estate in Indonesia stock exchange period 2014-2016. The sample used in this study are 11 companies Property and Real Estate listed in Indonesia stock exchange Period 2014-2016, method of data collection using a purposive sampling, where the selection of the sample based on research needs. Analytical techniques used is multiple linear regression analysis. The results showed that partially free cash flow does not effect significantly to debt policy. Return On Asset (ROA) partially negative and significant effect against the policy of debt while institutional ownership has no effect against a debt policy. The value of the coefficient of determination (R^2) of 15.3% influenced by variables other beyond the research.

Keywords: *Free Cash Flow*, *Return On Assets (ROA)*, *Institutional Ownership*, *Debt Policy*.

PENDAHULUAN

Salah satu faktor penting dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan adalah dengan cara meningkatkan kemakmuran perusahaan yang dilihat dari baiknya pengelolaan didalam perusahaan. Dengan pengelolaan yang baik maka perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kemakmuran guna mencapai tujuannya, salah satu indikator pendukung dalam mengelola perusahaan untuk kelangsungan industrinya adalah tersedianya sumber dana perusahaan. Dalam sebuah bisnis tentunya memiliki sumber dana utama untuk pengembangan operasional perusahaan.

Jika perusahaan berkeinginan untuk kemajuan dalam jangka panjang dalam memakmurkan perusahaan, maka kebutuhan perusahaan juga akan semakin banyak dan dana yang dibutuhkan juga semakin meningkat. Sumber dana dalam setiap perusahaan dapat berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Dana yang bersumber dari dalam perusahaan berupa laba ditahan, yakni laba yang belum dibagikan oleh pemegang saham atau keuntungan perusahaan yang masih ditahan. Sedangkan dana dari luar perusahaan didapatkan dari para kreditur atas pemberian pinjaman berupa hutang.

Kebijakan hutang merupakan cara pemanfaatan pengambilan keputusan pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan. Kebijakan hutang merupakan sumber alternatif pendanaan dengan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan pihak eksternal (debitur) yang dilakukan oleh perusahaan agar jumlah penggunaannya dapat meminimumkan besar risiko yang ditanggung perusahaan akibat dari adanya hutang tersebut. Kebijakan hutang dalam perusahaan memiliki peranan penting untuk mengatasi adanya konflik keagenan, karena dengan adanya kebijakan pendanaan dari hutang dapat meminimumkan biaya agensi yang timbul dari adanya konflik perbedaan kepentingan tersebut.

Hutang memiliki beberapa keunggulan salah satunya adalah biaya bunga yang timbul dari hutang relatif tetap, sehingga kelebihan keuntungan merupakan klaim bagi pemilik perusahaan yang dapat mengendalikan perusahaan tanpa mengeluarkan modal yang besar. Selain itu, kelemahan dari adanya hutang yang dimiliki oleh perusahaan adalah proporsi hutang yang tinggi maka secara otomatis beban atau risiko yang akan ditanggung oleh perusahaan akan semakin tinggi, sehingga biaya atas hutang maupun modalnya akan semakin tinggi pula. Biasanya hutang perusahaan akan selalu dibandingkan dengan ekuitas yang dikenal dengan *debt to equity ratio* (DER), *debt to equity* ini merupakan rasio untuk mengetahui struktur modal perusahaan. (Heri, 2015) mengatakan tingkat hutang dalam rasio *debt to equity* yang diberikan oleh debitur tinggi maka akan menimbulkan konsekuensi bagi kreditur untuk menanggung semua risiko yang lebih besar, terutama pada saat debitur mengalami kerugian. Tingkat *debt to equity* nantinya akan digunakan untuk mengukur kebijakan hutang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan perusahaan dan digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi kaitannya dengan kebijakan hutang adalah *free cash flow* yang dimiliki perusahaan, *return on asset* untuk mengukur profitabilitas perusahaan dan kepemilikan institusional yang dimiliki. Semakin tinggi *free cash flow* yang tersedia maka akan memonitor perilaku manajer dalam melakukan investasi dengan menambah hutang, sehingga manajer tidak membuang sisa dana dari aktivitas arus kas untuk investasi yang tidak menguntungkan (Fitriyah & Hidayat, 2011).

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba kaitannya dengan hasil penjualan oleh perusahaan. Profitabilitas mencerminkan bagaimana pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat memengaruhi kebijakan para investor terhadap investasi yang dilakukan oleh perusahaan. (Putra, 2017) mengatakan profitabilitas tinggi yang dimiliki perusahaan akan menarik perhatian investor untuk menanamkan dananya di perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan selalu berusaha untuk membiayai investasi. Dengan adanya profitabilitas yang tinggi dalam perusahaan maka perusahaan tidak perlu lagi mengambil dana dari luar (*ekstern*). Menurut (Putra, 2017) profitabilitas dapat dihitung menggunakan rasio *return of asset* (ROA) yang memiliki keunggulan karena bersifat menyeluruh, rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dan menghasilkan keuntungan. (Zuhria, 2016) mengatakan pengembalian atas aset-aset (ROA) menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset

Modal menggambarkan hak pemilik atas perusahaan yang timbul akibat penanaman (investasi) yang dilakukan oleh pemilik atau para pemilik, struktur modal dalam perusahaan tergantung pada bentuk badan usahanya (Jusup, 2011). Salah satu pilihan dalam melakukan investasi khususnya di pasar modal merupakan investasi dan penanaman modal dalam bentuk saham yang kepemilikan atau pembelian saham-saham perusahaan terbuka oleh para investor dengan tujuan untuk mendapatkan pendapatan (*return*) sebagai keuntungan (Rizal & Ana, 2016). Struktur kepemilikan dalam perusahaan merupakan hal yang penting karena berhubungan dengan komposisi pemegang saham perusahaan. Komposisi pemegang saham dalam laporan keuangan tahunan sering dinyatakan dalam bentuk persentase, dengan menjabarkan beberapa kategori kepemilikan perusahaan diantaranya kepemilikan manajer, direksi dan dewan komisaris, kepemilikan oleh masyarakat dan tidak sedikit kepemilikan tersebut dimiliki oleh pihak institusi seperti perbankan, reksa dana, yayasan, asuransi dan lain-lain.

Kepemilikan insititusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang bertindak sebagai *monitoring* atau pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajer dalam pengambilan keputusan.

Kehadiran investor institusional yang semakin tinggi dapat berperan sebagai agen pengawasan yang efektif terhadap kinerja manajer dan adanya kepemilikan institusional ini juga mampu mengurangi konflik keagenan, semakin berkonsentrasi kepemilikan saham dalam suatu perusahaan maka pengawasan yang dilaksanakan pemilik semakin efektif sebab manajemen akan semakin berhati-hati (Sujoko dan Soebiantoro, 2007 dalam (Safitri & Asyik, 2015)). Kepemilikan institusional dalam perannya sebagai pihak *monitoring* tentunya berkaitan dengan pengambilan keputusan.

Beberapa hasil penelitian yang menyatakan arus kas bebas berpengaruh terhadap kebijakan hutang dilakukan oleh (Indahningrum & Handayani, 2009) (Putra, 2017) dan (Fitriyah & Hidayat, 2011) yang menyatakan bahwa semakin besar arus kas bebas yang dimiliki perusahaan maka akan semakin menaikkan aktivitas operasinya dengan demikian perusahaan sangat membutuhkan pendanaan dari eksternal dalam hal ini adalah hutang. Penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh (Zuhria, 2016) (Safitri & Asyik, 2015) dan (Narita, 2012) yang menyatakan bahwa arus kas bebas (*free cash flow*) memiliki hubungan dan pengaruh negatif terhadap kebijakan hutang, karena perusahaan yang memiliki arus kas bebas yang besar maka tidak perlu lagi menggunakan dana dari hutang.

Return on Asset (ROA) dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pradhana, Taufik, & Angraini, 2014) menghasilkan bahwa *return on asset* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan kebijakan hutang perusahaan. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan memiliki tingkat keuntungan dari pengembalian atas aset tinggi maka perusahaan tidak perlu lagi melakukan pendanaan dari sumber eksternal karena dana dari internal masih memadai. Sedangkan penelitian oleh (Putra, 2017) dan (Narita, 2012) menyatakan terdapat pengaruh positif *return on asset* terhadap kebijakan hutang artinya hasil pengembalian atas aset perusahaan mempengaruhi kebijakan hutang, karena perusahaan memerlukan dana besar dan tidak bisa lepas dari hutang khususnya dalam sumber pendanaan perusahaan.

Faktor eksternal dalam hal ini adalah kepemilikan institusional yakni kepemilikan saham oleh institusi yang bertugas melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen perusahaan memiliki beberapa perbedaan tentang hasil penelitian terdahulu, ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang kepemilikan institusional yang menyatakan pengaruh tidaknya terhadap kebijakan hutang seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fitriyah & Hidayat, 2011) (Safitri & Asyik, 2015) (Indana, 2014) dan (Narita, 2012) yang menghasilkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kebijakan hutang. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indahningrum & Handayani, 2009) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

Dari pembahasan beberapa hal tentang kebijakan hutang yang berkaitan dengan kemampuan pihak manajemen dan para investor dalam pengambilan keputusan pendanaan, serta melihat ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu tentang *free cash flow*, *return on asset* dan kepemilikan institusional yang menyatakan perbedaan hasil penelitian terhadap kebijakan hutang, maka peneliti ingin menguji kembali apakah variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti nantinya terdapat perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian terkait *free cash flow*, *return on asset* (ROA), kepemilikan institusional dan kebijakan hutang. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui pengaruh *free cash flow* terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. 2) Untuk mengetahui pengaruh *return on asset* terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. 3) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

1.1 Arus Kas Bebas (*Free Cash Flow*)

Menurut Jensen (1986 dalam (Putra, 2017)) mendefinisikan arus kas bebas adalah aliran kas yang merupakan sisa dari pendanaan seluruh proyek yang menghasilkan *net present value* positif yang di diskontokan pada tingkat biaya modal yang relevan. Arus kas bebas mencerminkan keuntungan atau kembalian bagi para penyedia modal termasuk utang atau ekuitas. *Free cash flow* berbeda dengan laba bersih, menurut Damodaran (1996 dalam Sugiri dan Abdullah 2003 (Indahningrum & Handayani, 2009)) ada dua hal yang membedakan arus kas bebas dengan laba bersih yaitu, semua biaya (*expense*) non kas ditambahkan kembali ke laba bersih untuk mendapatkan aliran kas dari operasi sehingga kemungkinan besar laba yang dilaporkan lebih rendah dari aliran kas, *free cash flow* terhadap ekuitas merupakan arus kas

residual setelah memenuhi pengeluaran modal dan modal kerja yang dibutuhkan, sedangkan laba bersih tidak mencakup keduanya.

Dalam laporan arus kas menurut (Jusup, 2011:436) “pencantuman kas yang dihasilkan oleh aktivitas operasi dimaksudkan untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas”.

Adapun pengukuran arus kas bebas dengan menggunakan dari arus kas bebas menurut (Jusup, 2011:437) adalah arus kas bebas dihasilkan dari jumlah arus kas dalam aktivitas operasional perusahaan dikurangi dengan pengeluaran modal dan pembagian dividen tunai.

1.2 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menganalisa hasil laba atau keuntungan yang diperoleh. Menurut Fahmi (2015:135) rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungan penjualan maupun unvestasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Tujuan rasio ini adalah mengoptimalkan posisi laba dalam perusahaan untuk menilai perkembangan keuntungan yang diperoleh dari waktu ke waktu, pengukuran rasio profitabilitas tidak lain digunakan untuk mengukur jumlah laba bersih yang dihasilkan perusahaan atas penjualan bersih, dana tiap rupiah yang tertanam dari total ekuitas, dan hasil kelebihan dana dari total aset perusahaan. (Kasmir, 2016) menjelaskan sebuah perusahaan memiliki tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Semakin lengkap rasio maka semakin sempurna hasil yang dicapai dalam hal ini penggunaan dapat mengetahui tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan secara sempurna.

1.3 Analisis Profitabilitas (*Return On Asset*)

Salah satu jenis rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan laba perusahaan dengan memproyeksikan pengembalian atas investasi yang dilakukan atau aset perusahaan yang ditanamkan yaitu disebut juga *return on asset (ROA)*. (Mamduh & Halim, 2014) analisis “*Return On Asset (ROA)* atau sering di terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian bisa diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang”. *Return on asset (ROA)* ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*). Analisis difokuskan pada profitabilitas aset dengan menggunakan formula ROA menurut (Mamduh & Halim, 2014:81) sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

1.4 Kepemilikan Institusional

Komposisi pemegang saham dalam perusahaan berasal dari para pemegang saham direksi, manajemen, masyarakat dan bahkan lembaga-lembaga institusi lainnya yang tersaji dalam laporan keuangan berupa persentase dari masing-masing kepemilikan saham. Menurut Baridman (2004 dalam (Fitriyah & Hidayat, 2011)) mendefinisikan kepemilikan institusional sebagai proporsi saham yang dimiliki oleh suatu lembaga atau institusi pada akhir tahun. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *investment banking* (Masdupi dalam Putri 2013, dalam (Safitri & Asyik, 2015)).

Keberadaan kepemilikan institusional di dalam perusahaan berperan sebagai *monitoring* pengawasan terhadap kinerja para manajer agar dapat meminimumkan perilaku *opportunistic* atau penggunaan kepentingan atas pribadinya sendiri. Jumlah keseluruhan kepemilikan institusional dapat dihitung dengan jumlah keseluruhan saham yang dimiliki oleh pihak-pihak institusi dalam perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang telah beredar dalam perusahaan dan dikalikan seratus persen.

1.5 Kebijakan Hutang

Menurut Fahmi (2014:160) menjelaskan pengertian hutang, bahwa “hutang adalah kewajiban (*liabilities*) maka *liabilities* merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang

berasal dari sumber pinjaman perbankan, leasing, penjualan obligasi dan sejenisnya". Istilah hutang atau kewajiban sudah diganti dengan istilah liabilitas. Liabilitas yang menjadi kewajiban atas timbulnya peristiwa masa lalu memiliki komponen utama. (Martani & et al, 2017) komponen utama dalam liabilitas adalah adanya kewajiban kini yang timbul, terjadi transaksi dari masa lalu dan penyelesaiannya menyebabkan arus kas keluar atau sumber daya entitas. Kebijakan hutang merupakan keputusan yang sangat penting dalam pengambilan kebijakan pendanaan eksternal perusahaan tentunya berhubungan dengan besar kecilnya proporsi hutang yang akan digunakan untuk mendanai aktivitas operasional perusahaan. Menurut (Putra, 2017) mengatakan kebijakan hutang merupakan keputusan yang sangat penting dalam perusahaan. Kebijakan hutang merupakan salah satu bagian dari kebijakan pendanaan perusahaan yang menggunakan dana eksternal berupa hutang sebagai sumber pendanaannya. Kebijakan hutang adalah kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam rangka memperoleh sumber pembiayaan bagi perusahaan sehingga dapat digunakan untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan.

Penghitungan kebijakan hutang yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yang merupakan komponen dari rasio solvabilitas (*leverage ratio*) rasio hutang atas ekuitas pemegang saham. Rasio utang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*) menurut (Heri, 2015) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara total utang dan total modal. Rasio ini juga digunakan untuk memberi pengetahuan tentang besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan, dan berfungsi mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang dan memberikan petunjuk umum tentang kelayakan kredit dan risiko keuangan debitur

Debt to equity ratio yang tinggi yang diberikan oleh debitur akan menimbulkan konsekuensi bagi kreditor untuk menanggung risiko yang lebih besar pada saat debitur mengalami kegagalan keuangan. Hal ini menimbulkan kerugian bagi kreditor. Sebaliknya, apabila tingkat *debt to equity* rendah (yang berarti dana modal dari pemilik perusahaan lebih tinggi) maka dapat mengurangi risiko kreditor dengan disertai batas pengaman yang besar pada saat debitur mengalami kegagalan keuangan. Kreditor akan lebih aman apabila memberikan pinjaman kepada debitur yang memiliki tingkat *debt to equity ratio* yang rendah karena akan menyebabkan semakin besar jumlah modal pemilik perusahaan yang dapat digunakan sebagai jaminan utang.

Rasio utang atas modal dicari dengan cara membandingkan seluruh utang, termasuk utang jangka pendek atau utang lancar dengan seluruh ekuitas.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap modal (Kasmir, 2016) adalah:

$$\frac{\text{Total utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan *Free Cash Flow* terhadap Kebijakan Hutang

Menurut (Putra, 2017) aliran arus kas bebas dalam perusahaan mencerminkan keleluasaan perusahaan dalam melakukan investasi tambahan, melunasi hutang, membeli saham *treasury* atau menambah likuiditas hasil penelitian ini menyimpulkan arus kas bebas berpengaruh positif terhadap kebijakan hutang, karena semakin tinggi arus kas bebas yang dimiliki oleh perusahaan maka ukuran perusahaan akan semakin besar, nilai perusahaan akan semakin tinggi sehingga akan berkaitan dengan penggunaan hutang dalam aktivitas operasionalnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Zuhria, 2016) mengatakan dengan adanya hutang dapat digunakan sebagai pengendali penggunaan *free cash flow* yang berlebihan oleh manajer. Hutang juga membuat manajer bekerja lebih efisien agar tidak mengalami kegagalan dalam kewajiban atas hutang dan kegagalan keuangan dalam hal ini hutang juga mampu mengurangi biaya agensi dari arus kas bebas.

2. Hubungan *Return On Asset (ROA)* terhadap Kebijakan Hutang

Profitabilitas merefleksikan sebuah laba dalam keputusan pendanaan investasi. Perusahaan dalam proses pengambilan keputusan pendanaan lebih memilih penggunaan pendanaan laba di tahan dalam sumber dana internal apabila dirasa penggunaan dana internal yakni laba ditahan ini belum memadai maka penggunaan hutang dipilih untuk pendanaannya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra, 2017) yang menyatakan bahwa semakin tinggi laba perusahaan yang diperoleh, maka perusahaan akan terlebih dahulu menggunakan dana internal yakni laba ditahan dan apabila belum cukup memadai maka perusahaan menggunakan hutang.

Menurut (Putra, 2017) perusahaan memerlukan *external financing* yang sedikit, perusahaan yang *profitable* mengalami kekurangan, cenderung mempunyai utang yang lebih besar karena dana internal tidak cukup dan utang merupakan sumber pendanaan eksternal yang lebih disukai karena biaya yang ditimbulkan atas hutang tersebut lebih murah daripada biaya penerbitan saham.

3. Hubungan Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Hutang

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham atas institusional yang dimiliki oleh suatu lembaga institusional.

Kehadiran kepemilikan institusional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan hutang, seperti yang dikatakan oleh Moh'd *et al* (1998 dalam (Fitriyah & Hidayat, 2011)) menunjukkan bahwa *institutional ownership* pada industri manufaktur di BEI berperan sebagai pengawas atau *monitoring* dalam perilaku manajemen perusahaan dan juga dalam perilaku manajer pada pengambilan keputusan pendanaan dengan tujuan agar pihak manajemen bekerja lebih efisien untuk kepentingan para pemegang saham.

Crutchley & Hansen (1989 dalam (Fitriyah & Hidayat, 2011)) menyatakan dengan adanya kepemilikan institusional yang semakin tinggi maka semakin kuat kontrol eksternal terhadap perusahaan, dengan adanya kontrol yang ketat mengakibatkan manajer menggunakan hutang pada tingkat yang rendah sehingga adanya pengaruh kepemilikan institusional terhadap hutang maka kepemilikan akan mempengaruhi kebijakan hutang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indahningrum & Handayani, 2009) memiliki hasil kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan hutang, hal ini dikarenakan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi maka kebijakan hutang perusahaan tinggi juga.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ = *Free cash flow* berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

H₂ = *Return on asset (ROA)* berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

H₃ = Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis hipotesis. Penelitian ini bersifat kuantitatif, penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh *free cash flow*, *return on asset*, kepemilikan institusional terhadap kebijakan hutang dengan pengumpulan data yang diambil dari laporan keuangan tahunan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 secara berturut-turut.

Objek Penelitian

Ada empat objek dalam penelitian ini yaitu *free cash flow*, *return on asset*, kepemilikan institusional dan kebijakan hutang. Variabel independen adalah *free cash flow*, *return on asset* dan kepemilikan institusional sedangkan variabel dependen adalah kebijakan hutang.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data dari internal, data yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan yakni pada hasil laporan keuangan tahunan perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 secara berturut-turut.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan studi pustaka. Teknik dokumentasi diperoleh dari dokumenter laporan keuangan tahunan perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa efek Indonesia melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku serta bacaan-bacaan dari artikel atau jurnal penelitian terdahulu yang mendukung penelitian. Data yang diperlukan yaitu laporan keuangan untuk menghitung *free cash flow*, *return on asset (ROA)*, kepemilikan institusional dan *debt to equity ratio* untuk menganalisis kebijakan hutang.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang berjumlah 48 perusahaan yang *listed* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 yang berjumlah 48 perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, pemilihan metode ini dikarenakan sampel yang digunakan memerlukan beberapa pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan sampel dan tidak semua perusahaan memiliki kriteria yang sesuai dengan kebutuhan penelitian sehingga pemilihan metode ini dapat menentukan kriteria tertentu sesuai dengan pemenuhan kebutuhan penelitian. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan tersebut,

terdapat 11 perusahaan yang masuk dalam kriteria sampel sehingga terdapat 33 unit sampel (11 x 3 tahun).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis *regresi linear berganda* dengan pertimbangan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi. Perhitungan data keseluruhan akan dibantu *software* SPSS. Adapun persamaan *regresi linear berganda* yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + e$$

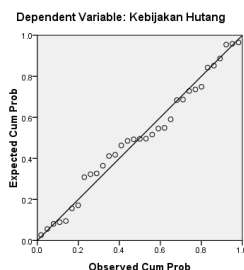
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji analisis regresi harus melalui uji asumsi klasik sebagai alat pemenuhan persyaratan. Uji asumsi klasik terdapat 4 uji yang harus dilakukan yaitu:

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



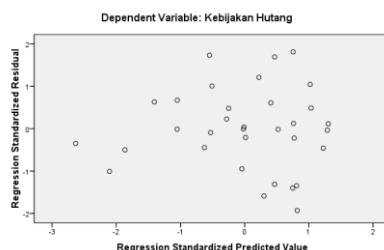
Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1. diatas, *normal P-Plot* dapat diketahui data sebaran berada di sekitar garis diagonal sehingga model regresi pada penelitian ini layak digunakan karena berdistribusi normal atau mendekati normal.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat ada dan tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah melihat hasil output *SPSS* berupa grafik *scatterplot*, apabila data sebaran tidak mempunyai pola atau garis tertentu maka model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Scatterplot



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2. diatas, data sebaran tidak membentuk pola atau garis tertentu sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini terbebas dari asumsi uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1.
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Free Cash Flow</i>	.925	1.081	Nilai <i>tolerance</i> lebih dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 sehingga
<i>Return On Asset</i>	.902	1.109	

Kepemilikan Institusional	.966	1.035	terbebas dari multikolinieritas
---------------------------	------	-------	---------------------------------

Berdasarkan tabel 1. diatas, dapat diketahui bahwa hasil nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk ketiga variabel 0,1 sehingga dapat disimpulkan model regresi penelitian terbebas dari asumsi multikolinieritas karena nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0.1.

Uji Autokorelasi

Untuk melihat atau mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Run-Test*. Untuk mengetahui ada dan tidaknya gejala autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.
Uji Autokorelasi
Runs Test

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	.158	Terbebas dari autokorelasi

a. Median

Berdasarkan tabel 2. diatas, nilai signifikansi sebesar 0,158 dan nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga terbebas dari gejala autokorelasi, dikatakan model regresi terbebas dari gejala autokorelasi apabila nilai signifikan diatas 0,05.

Pengujian Hipotesis

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel yang diteliti terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi berganda adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel bebas (*independen*).

Tabel 3.
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Keterangan
	B	
Konstanta	1.335	Nilai konstanta tetap 1.335 jika variabel X tidak ada perubahan
<i>Free Cash Flow</i>	.002	Terjadi kenaikan yang menyebabkan kebijakan hutang bertambah
<i>Return On Asset</i>	-4.024	Terjadi kenaikan apabila kebijakan hutang mengalami penurunan atau berkurang
Kepemilikan Institusional	-.005	Terjadi kenaikan apabila kebijakan hutang mengalami penurunan

a. Dependent Variable: Kebijakan Hutang

Berdasarkan tabel 4. diatas, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,335 + 0,002. X_1 - 4,024. X_2 - 0,005. X_3 + e$$

Uji T-Parsial

Dari hasil pengujian uji variabel X secara parsial terhadap variabel Y melalui *software* SPSS, maka dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 5.
Uji T-Parsial

Variabel	Sig.	Keputusan	Keterangan
<i>Free Cash Flow</i>	0,614	H ₁ Tidak dapat diterima	<i>Free Cash Flow</i> tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang
<i>Return On Asset (ROA)</i>	0,030	H ₂ Diterima	<i>Return on Asset (ROA)</i> berpengaruh terhadap kebijakan hutang

Kepemilikan Institusional	0,844	H3 Tidak dapat diterima	Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang
---------------------------	-------	-------------------------	---

Berdasarkan tabel 5. diatas, nilai signifikan dari variabel *free cash flow* sebesar 0,614 hal ini berarti nilai signifikan yang dimiliki *free cash flow* > 0,05 sehingga *free cash flow* tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 maka H_1 tidak dapat diterima atau ditolak.

Nilai signifikan variabel *return on asset (ROA)* adalah sebesar 0,030 hal ini berarti nilai signifikan yang dimiliki *return on asset (ROA)* < 0,05 sehingga *return on asset (ROA)* berpengaruh terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 maka H_2 diterima. Sedangkan nilai signifikan dari kepemilikan institusional > 0,05 yakni sebesar 0,844 sehingga kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang sehingga H_3 tidak dapat diterima atau ditolak.

PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan Hipotesis 1 Pengaruh *Free Cash Flow* terhadap Kebijakan Hutang

Hasil penelitian uji hipotesis pada tabel 5. menunjukkan nilai signifikansi 0,614 yang berarti > dari 0,05 sehingga menghasilkan penelitian bahwa *free cash flow* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia khususnya pada periode 2014-2016. Hal ini berarti meskipun *free cash flow* yang dimiliki perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 memiliki angka yang cukup tinggi, suatu tinggi rendahnya *free cash flow* yang dimiliki perusahaan tidak mendorong perusahaan tersebut menambah ataupun mengurangi hutang sehingga tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang perusahaan. Selain itu, penyebab lainnya adalah nilai *free cash flow* yang dimiliki perusahaan *property* dan *real estate* rendah dan banyak yang bernilai negatif, serta banyaknya jumlah pengeluaran modal dan pembagian dividen yang dilakukan perusahaan ini dibandingkan dengan jumlah arus kas yang dihasilkan pada kegiatan operasinya juga menjadi pemicunya, tinggi rendahnya *free cash flow* yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan hutang, karena realitanya sebuah perusahaan tidak bisa lepas dari adanya penggunaan hutang karena selain hutang lebih disukai tetapi juga penanggung risiko berupa hutang yakni bunga bersifat tetap sehingga tidak menjadi beban berlebih oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Suastawan, 2014) yang menyatakan bahwa arus kas bebas tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang. Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indahningrum & Handayani, 2009) (Putra, 2017) dan (Zuhria, 2016).

4.2 Pembahasan Hipotesis 2 Pengaruh *Return On Asset (ROA)* terhadap Kebijakan Hutang

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang terdapat pada tabel 5. diatas menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh dari *return on asset (ROA)* > 0,05 yakni sebesar 0,030. Hal ini berarti variabel *return on asset (ROA)* berpengaruh terhadap kebijakan hutang dan hipotesis II diterima. Tanda negatif pada koefisien beta yakni -4,024 menunjukkan bahwa prediksi dari adanya laba atas pengembalian aset atau dikenal dengan *return on asset* dengan keputusan pendanaan hutang perusahaan bersifat tidak searah, hal ini berarti apabila perusahaan tersebut memiliki laba yang didapatkan oleh hasil pengembalian aset tinggi atau besar maka pengambilan dana dari hutang menjadi turun atau rendah, hal ini mendukung teori yang mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan khususnya pada laba atas hasil pengembalian aset perusahaan maka perusahaan tidak perlu menggunakan dana dari luar atau eksternal berupa hutang karena sisa laba ditahan dari hasil *return on asset* masih memadai untuk memenuhi kegiatan operasional perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung *the pecking order theory* yang menjelaskan urutan keputusan pendanaan yang dimulai dari suatu hirarki bahwa sebuah perusahaan dalam memilih pendanaan untuk diterapkan dalam perusahaannya terlebih dahulu memilih keputusan pendanaan dari internal yang berasal dari laba ditahan, apabila dana dari internal perusahaan tidak cukup dan tidak mampu mendanai seluruh aktivitas operasional perusahaan maka perusahaan tersebut akan memilih hutang sebagai sumber pendanaan luar daripada penerbitan obligasi karena hutang memiliki risiko yang lebih sedikit yakni risiko bunga atas adanya hutang tersebut (Putra, 2017).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zuhria, 2016) dan (Indahningrum & Handayani, 2009) yang menghasilkan penelitian bahwa profitabilitas

berpengaruh terhadap kebijakan hutang, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra, 2017) yang menyatakan profitabilitas tidak mempengaruhi kebijakan hutang.

4.3 Pembahasan Hipotesis 3 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Hutang

Hasil uji hipotesis pada tabel 5. diatas menunjukkan koefisien beta yang dimiliki oleh kepemilikan institusional pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016 bernilai negatif yaitu -0,005 dan nilai signifikansi 0,844 > 0,05. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki prediksi yang searah dengan kebijakan hutang dan kepemilikan institusi tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang perusahaan sehingga H_3 ditolak.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak-pihak institusi seperti perusahaan berbadan hukum misalnya perusahaan investasi, perusahaan asuransi dana pensiun dan perusahaan berbadan hukum lainnya. Hasil penelitian ini berarti kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pendanaan hutang, hal ini disebabkan karena pihak investor institusi yang bertindak sebagai pihak *monitoring* dan hanya sebatas pengawas atas kinerja perusahaan, dan kepemilikan saham dari pihak institusi pada dasarnya tidak berperan seaktif kepemilikan manajerial oleh pihak manajemen dalam pengambilan keputusan suatu kebijakan perusahaan. Menurut (Safitri & Asyik, 2015) pihak institusi bertindak sebagai pencegahan pemborosan yang dilakukan oleh manajemen, sehingga manajemen berperan lebih aktif dalam pengelolaan perusahaan. Pihak manajerial dianggap sebagai pihak yang lebih mengerti dan mengetahui kondisi perusahaan terutama terhadap kebutuhan pendanaan dan pasti juga akan berhati-hati dalam memilih dana yang akan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan perusahaannya. Peran investor dari pihak institusi bertindak hanya sebagai pihak yang mengikuti keputusan manajemen dalam mengambil keputusan kinerja keuangan termasuk dalam pengambilan kebijakan hutang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Safitri & Asyik, 2015) (Narita, 2012) (Indana, 2014) namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Indahningrum & Handayani, 2009) yang menghasilkan penelitian bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan hutang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya terdapat beberapa kesimpulan yang diambil dari penelitian:

1. Arus kas bebas (*free cash flow*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Hasil ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *free cash flow* yang dimiliki oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi keputusan pendanaan eksternal berupa hutang. *Free cash flow* yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi kebijakan hutang.
2. *Return on asset (ROA)* secara parsial berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Hasil ini menunjukkan tingkat laba dari hasil pengembalian aset (*ROA*) mempengaruhi kebijakan hutang artinya semakin tinggi *return on asset* maka semakin rendah kebijakan hutang. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang cukup memadai maka tidak lagi mengambil dana eksternal untuk membiayai kegiatan perusahaan.
3. Kepemilikan institusional secara parsial tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang artinya tinggi rendahnya kepemilikan saham atas institusi pada perusahaan *property* dan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 tidak mempengaruhi keputusan pendanaan eksternal berupa hutang pada perusahaan tersebut. Kehadiran investor institusi sebagai pengawas atau *monitoring* kinerja manajemen sehingga pihak institusi menyerahkan penuh wewenang pengambilan keputusan pendanaan perusahaan kepada manajer dan tentunya pihak manajer berhati-hati dalam pengambilan keputusan pendanaan karena akan berakibat baik buruknya kondisi perusahaan tersebut di masa mendatang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran, antara lain:

1. Bagi perusahaan, untuk menunjukkan kinerja dan informasi yang baik dan cukup bagi perusahaan khususnya dalam keputusan pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan.
2. Bagi investor dan calon investor, disarankan untuk memanfaatkan informasi yang telah dipublikasikan oleh perusahaan untuk keputusan pendanaan eksternal selain itu investor atau

calon investor harus benar-benar teliti untuk menganalisa pengambilan keputusan investasi sehingga mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti ini diharapkan mampu menjadi tambahan literatur penelitian selanjutnya, penelitian mendatang perlu adanya diharapkan menambah variabel-variabel independen yang berpengaruh terhadap kebijakan hutang karena melihat tingginya pengaruh dari variabel lain selain yang digunakan penelitian ini dalam kaitannya keputusan pendanaan dari eksternal perusahaan.
4. Perusahaan dalam penelitian selanjutnya hendaknya tidak hanya menggunakan sektor *property* dan *real estate* saja tetapi menambahkan sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel dalam waktu pengamatan lebih lama sehingga kesimpulan lebih digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyah, F. K., & Hidayat, D. (2011). Pengaruh Kepemilikan Institusional , Set Kesempatan Investasi Dan Arus Kas Bebas. *Media Riset Akuntansi*, 1(1), 31–76.
- Heri. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (Cet. 1). Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Indahningrum, R. P., & Handayani, R. (2009). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dividen, Pertumbuhan Perusahaan, Free Cash Flow dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 189–207.
- Indana, R. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen dan Struktur Aset Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan Manufaktur yang Masuk dalam Daftar Efek Syariah. *Ekonomi Dan Hukum Islam*, 4(1), 18–38.
- Jusup, H. A. (2011). *Dasar-Dasar Akuntansi* (7 Jil. 2). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (1 Cet. 9). Jakarta: Rajawali Pers.
- Mamduh, H., & Halim, A. (2014). *Analisis Laporan Keuangan* (4 Cet. 3). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Martani, D., & et al. (2017). *Akuntansi Keuangan Berbasis PSAK* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Narita, M. R. (2012). Analisis Kebijakan Hutang, 1(2).
- Pradhana, A., Taufik, T., & Anggraini, L. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JOM FEKON*, 1(2), 1–15.
- Putra, Y. Z. (2017). Pengaruh Arus Kas Bebas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(3).
- Rizal, N., & Ana, S. R. (2016). Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus Kas Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014), 6, 65–76.
- Safitri, I., & Asyik, F. N. (2015). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN FREE CASH FLOW TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG untuk mampu meningkatkan keuntungan maupun nilai perusahaan dihadapan publik . kebijakan hutang . Ada beberapa pihak yang berpengaruh penting dalam kegiatan digunakan untuk me, 4(7), 1–18.
- Suastawan, I. P. (2014). Pengaruh arus kas bebas dan profitabilitas pada kebijakan utang perusahaan real estate, 3, 684–694.
- Zuhria, F. S. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS, FREE CASH FLOW , PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(November), 1–21.

Analisis *Balanced Scorecard* Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan pada PT. PLN Rayon Probolinggo Tahun 2017

Muhammad Honi¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:honimuhammad0@gmail.com

Khoirul Ifa²
STIE Widya Gama Lumajang
email:khoirulifa@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kinerja PT. PLN Rayon Probolinggo dengan *Balanced Scorecard*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan dokumentasi, kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian dengan keempat perspektif dikatakan baik.

Kata Kunci : *Balanced Scorecard*

Abstract

The purpose of the study is to determine the level of performance of PT. PLN Rayon Probolinggo with Balanced Scorecard. The method of analysis used in this research is descriptive analysis with quantitative approach. This study uses data collection techniques that is with documentation, questionnaires. The results showed that the assessment with the four perspectives is said to be good.

Keywords: *Balanced Scorecard*

PENDAHULUAN**Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi perusahaan memerlukan manajemen strategi di dalam perusahaan untuk memadukan usaha dan sumber daya serta ilmu teknologi yang dimiliki supaya dapat menjaga dan mengembangkan perusahaan. Manajemen strategi tidak melulu sekedar guna merespon evolusi yang terjadi dimasa yang bakal datang tetapi untuk menciptakan masa mendatang perusahaan yang unggul. Dalam pengukuran kinerja seringkali perusahaan memakai pendekatan tradisional, yaitu memakai alat ukur secara terpisah laksana ukuran finansial yang ingin menghambat keterampilan perusahaan untuk membuat nilai ekonomik di masa mendatang. PLN (Persero) adalah perusahaan yang bergerak dibidang ketenaga listrikan, yang memiliki visi guna menjadi perusahaan ruang belajar dunia. Dimana guna menjadi perusahaan ruang belajar dunia, PT PLN (Persero) mesti dapat memiliki kinerja yang unggul, kinerja yang setara dengan perusahaan listrik sejenis di dunia. Dalam mempersiapkan urusan tersebut, maka perusahaan menerapkan konsep *Balanced Scorecard*. *Balanced Scorecard* mempunyai empat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal serta prespektif pembelajaran dan inovasi. Keempat perspektif dalam *Balanced Scorecard* itu adalah satu kesatuan yang memiliki hubungan saling kebersangkutan antara satu dan lainnya serta bersangkutan erat dengan tujuan dan strategi perusahaan.

Dengan adanya perspektif-perspektif itu *Balanced Scorecard* dibutuhkan dan bisa diterapkan pada seluruh tipe perusahaan salah satunya perusahaan berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) laksana PT. PLN (Persero) Rayon Probolinggo ada perusahaan-perusahaan dan pabrik besar yang tentunya memerlukan pasokan listrik lebih banyak. Semakin pesatnya perkembangan Kota Probolinggo khususnya di bidang Industri dan rumah tangga menyebabkan kebutuhan pasokan listrik akan semakin meningkat. Hal ini menjadi kendala bagi PT. PLN (Persero) Rayon Probolinggo.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan kinerja PT. PLN (Persero) Rayon Probolinggo dengan metode *Balanced Scorecard* periode tahun 2017.

TINJAUAN PUSTAKA**Pengertian Strategi**

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana semua pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu teknik atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dijangkau.

Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan suatu dasar efisiensi, pertanggung jawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya (Mulyadi:2001).

Pengertian *Balanced Scorecard*

Balanced Scorecard pertama kali diperkenalkan dan dimulai pada awal tahun 1990 di USA oleh David P Norton dan Robert S Kaplan melalui suatu riset mengenai "Pengukuran Kinerja dalam Organisasi Masa Depan". Menurut Kaplan dan Norton (1996) *Balanced Scorecard* terdiri dari dua kata yang pertama yaitu *Balance* (Berimbang). Kata berimbang dapat diartikan dengan kinerja yang diukur secara berimbang dari dua aspek yaitu aspek keuangan dan non keuangan, mencakup jangka pendek dan jangka panjang serta melibatkan bagian internal dan eksternal. Kedua, *Scorecard* (Kartu Skor) yaitu suatu kartu yang digunakan untuk mencatat skor hasil kinerja baik untuk kondisi sekarang maupun untuk perencanaan di masa yang akan datang. *Balanced Scorecard* merupakan metode pengukuran kinerja dengan menyeimbangkan antara dua aspek yaitu keuangan dan non keuangan.

Perspektif Keuangan

Pengukuran kinerja financial mengindikasikan apakah strategi perusahaan, penerapannya, dan pelaksanaannya menyerahkan kontribusi pada penambahan yang mendasar. Oleh karena tersebut persepektif financial tidak memiliki inisiatif strategik untuk menjangkau sasaran strategik.

Perspektif Pelanggan

Perspektif ini memiliki sejumlah pengukuran utama dari outcome yang berhasil dengan formulasi dan penerapan strategi yang baik.

Perspektif Bisnis Internal

Dalam perspektif ini ialah proses internal dari manajemen perusahaan yang mesti dilakukan. Memungkinkan manajer untuk memahami seberapa baik bisnis mereka berlangsung dan apakah produk dan atau jasa mereka cocok dengan spesifikasi pelanggan.

Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Perspektif pembelajaran dan perkembangan mengidentifikasi infrastruktur yang mesti di bina dalam membuat pertumbuhan dan peningkatan kinerja jangka panjang.

Penelitian Terdahulu

1. Rumintjap (2013) yang meneliti *Balanced Scorecard* Sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja Di Rsd Noongan. Metode yang digunakan adalah pendekatan komparatif. Hasil menunjukkan Dengan *Balanced Scorecard*, manajer dapat mengukur kinerja perusahaan dengan lebih komprehensif, sehingga manajemen dapat meningkatkan kinerjanya dimasa yang akan datang
2. Rahmawati (2013) yang meneliti Analisis Penerapan Metode *Balanced Scorecard* Untuk Mengukur Kinerja Perusahaan (Studi pada PT. PLN (Persero) Area Pasuruan periode 2010-2011). Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil yang diperoleh adalah dilihat dari hasil perhitungan bobot nilai pada masing-masing perspektif telah banyak yang memenuhi target.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur kinerja perusahaan PT. PLN Rayon Probolinggo. Maka data yang didapatkan akan lebih lengkap, lebih mendalam dan bermakna, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Penelitian ini melibatkan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Probolinggo. Penelitian dilakukan pada Kantor PLN Rayon Probolinggo. Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Februari 2017 Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Pengukuran Kinerja dengan *Balance Scorecard* pada PT. PLN

(Persero) Rayon Probolinggo. Sumber penelitian ini merupakan data internal yang diperoleh dari Laporan Penjualan Tenaga Listrik tahun 2017 pada PLN Rayon Probolinggo dan sumber data eksternal berasal hasil dari kuesioner. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder ini meliputi data kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui masalah pada obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) rayon Probolinggo sedangkan sample yang diambil 20 responden untuk pelanggan. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan yaitu:

1. Observasi
Yaitu teknik pengumpulan data dimana penulis langsung ke lokasi PT PLN Rayon Probolinggo
2. Dokumentasi
Teknik ini dilakukan dengan pengumpulan data mencatat dan mengcopy dokumen yang ada dilokasi penelitian.
3. Kuesioner
Kuesioner disebar kepada 20 pelanggan PT PLN Rayon Probolinggo. Dengan menggunakan skala Likert.

Dalam Penelitian ini terdapat 2 Variabel yaitu *Balanced Scorecard* dan Pengukuran Kinerja. Dalam analisis ini penulis melakukan pemahaman atas kondisi yang ada didalam perusahaan, kemudian melakukan analisis perbedaan yang terjadi, dari analisis ini dapat disimpulkan tentang penerapan analisis *Balanced Scorecard* serta memberikan saran yang tepat mengenai kinerja perusahaan dimasa mendatang.

a. Analisis Kualitatif
Yaitu analisis yang sulit diberikan pembenaran secara sistematis karena lebih cenderung kepada penyampaian perasaan atau wawasan yang terdiri klarifikasi visi, misi, dan tujuan.

b. Analisis Kuantitatif
Analisis yang datanya dapat dihitung untuk mengukur kinerja masing-masing- perspektif adalah sebagai berikut :

1. Mengukur kinerja keuangan

$$\bullet \text{ Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}} \times 100\%$$

$$\bullet \text{ Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. Mengukur Kinerja Perspektif Pelanggan

$$\bullet \text{ Tingkat Pemerolehan Pelanggan} = \frac{\text{Jml Pelanggan baru}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$$

$$\bullet \text{ Tingkat Retensi Pelanggan} = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Lama}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$$

- Tingkat Kepuasan Pelanggan = Menggunakan Kuesioner

3. Kinerja Perspektif Bisnis Internal

a. Inovasi = Pengukuran ini dilakukan dengan melihat data perusahaan, inovasi apa yang dikembangkan pada tahun tersebut

4. Kinerja Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

$$\bullet \text{ Retensi Karyawan} = \frac{\text{Jumlah karyawan yang keluar}}{\text{Total jumlah karyawan}} \times 100\%$$

Sedangkan untuk menghitung kuesioner pelanggan menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Data Keuangan Rayon Probolinggo tahun 2016 - 2017

No	Akun	2016	2017
1.	Aktiva lancar	8.618.742.261	9.212.096.257
2.	Total Aktiva	372.743.856.098	481.231.500.754
3.	Penjualan	229.701.209.740	238.707.219.584
4.	Laba bersih	51.435.960.979	57.243.711.256
5.	Hutang Lancar	5.276.278.151	3.155.820.078

Tabel 2
Jumlah Pelanggan

No	Keterangan	2016	2017
1.	Pelanggan Lama	169.406	172.873
2	Pelanggan Baru	3.467	4.833

Hasil Analisis Data

1.1.3.1 Mengukur kinerja keuangan pada PT. PLN Rayon Probolinggo Tahun 2017

- $$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}} \times 100\%$$
- $$\text{Current Ratio} = \frac{9.212.096.257}{3.155.820.078} \times 100\% = 2.91\%$$
- $$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$
- $$\text{Profit Margin} = \frac{57.243.711.256}{238.707.219.584} \times 100\% = 24\%$$

Tabel 3
Perbandingan hasil kinerja keuangan tahun 2016-2017

No	Keterangan	2016	2017	Rata – rata
1.	Current Ratio	1,63%	2.91%	2,27%
2.	Profit Margin	22,3%	24%	23,15%

Sumber : Data diolah

Dari data diatas terlihat bahwa nilai Current Ratio mengalami kenaikan 1,28% dari tahun 2016 sampai dengan 2017 dengan rincian Current ratio pada tahun tahun 2016 sebesar 1,63% dan pada tahun 2017 sebesar 2,91%. Pada *Profit margin* tahun 2016 sebesar 22,3% sedangkan pada tahun 2017 profit margin sebesar 24% hal ini mengalami kenaikan sebesar 1,6%.

Mengukur Kinerja Perspektif Pelanggan

Jml Pelanggan baru

- Tingkat Pemerolehan Pelanggan = $\frac{\text{Jumlah Pelanggan}}{6.833} \times 100\%$
- Tingkat Pemerolehan Pelanggan = $\frac{179.756}{179.756} \times 100\% = 3,8\%$
- Tingkat Retensi Pelanggan = $\frac{\text{Jumlah Pelanggan Lama}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$
- Tingkat Retensi Pelanggan = $\frac{172.873}{179.756} \times 100\% = 96,1\%$
- Tingkat Kepuasan Pelanggan = Menggunakan Kuesioner

Perspektif Bisnis Internal

Dalam perspektif ini komponen pengukuran yang digunakan yaitu inovasi, untuk mengetahui jumlah produk/jasa baru yang ditawarkan perusahaan dibandingkan dengan produk/jasa yang sudah ada.

$$\text{Inovasi} = \frac{\text{Produk / Jasa yang baru ditawarkan}}{\text{Total Produk / Jasa yang sudah ada}} \times 100\%$$

$$\text{Inovasi} = \frac{2}{9} \times 100\% = 22,2\%$$

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

$$\text{Retensi Karyawan} = \frac{\text{Jumlah karyawan yang keluar}}{\text{Total jumlah karyawan}} \times 100\%$$

$$\text{Retensi Karyawan} = \frac{3}{42} \times 100\% = 7,1\%$$

Pada tahun 2017 total karyawan PLN sebanyak 42. Namun selama tahun tersebut ada 3 karyawan yang keluar.

Hasil perhitungan dari keempat perspektif berdasarkan Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep100/MBU/2002 dan Keputusan Direksi PT. PLN (Persero) No.060.K/DIR/2005 tentang Sistem Penilaian Tingkat kinerja Unit Organisasi. Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan Current Ratio pada tahun 2016 sebesar 1,63% dan pada tahun 2017 mencapai 2,91%. *Profit Margin* pada tahun 2016 sebesar 22,3% sedangkan pada tahun 2017 *Profit Margin* sebesar 24%. pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 1,7% dibandingkan tahun 2016. Hal ini dikarenakan adanya subsidi dari pemerintah. Berdasarkan hasil perhitungan jumlah Pertumbuhan Pelanggan pada tahun 2016 sebesar 172.873 pelanggan dan pada tahun 2017 sebesar 179.756 pelanggan. Jumlah Pertumbuhan pelanggan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan perkembangan usaha dari PT PLN Rayon Probolinggo.

Perspektif Proses Bisnis Internal diukur dengan melihat inovasi yang telah dibuat oleh PT PLN (Persero) secara nasional dan berlaku pula di PT PLN Rayon Probolinggo sehingga membuat proses bisnisnya tetap berjalan dan semakin lebih baik. Dapat disimpulkan bahwa dalam usahanya PT PLN Rayon Probolinggo berusaha memperbaiki manajemen dan tetap konsisten untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. PT PLN Rayon Probolinggo terus berupaya melakukan inovasi-inovasi untuk tetap mengembangkan usahanya. Pada pengukuran Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan produktivitas karyawan untuk retensi karyawan 0% pada tahun 2006, hal ini dikarenakan tidak ada karyawan yang keluar pada tahun tersebut. Pada tahun 2007 prosentase retensi karyawan mengalami kenaikan sebesar 7,1% karena ada 3 orang karyawan yang keluar. Dari ringkasan di atas, perspektif keuangan dapat disimpulkan bahwa kinerja PT PLN Rayon Probolinggo selama periode 2017 secara umum dapat dikatakan relatif baik, hal ini terlihat dari hasil pengukuran ketiga indikator yang digunakan (*Profit Margin* dan *Current Ratio*) menunjukkan kinerja yang positif.

Perspektif pelanggan dapat disimpulkan bahwa kinerja PT PLN Rayon Probolinggo selama periode 2017 dapat dikatakan relatif baik, hal ini terlihat dari adanya pertumbuhan pelanggan dari tahun ke tahun. Dan untuk Perspektif proses bisnis internal dengan adanya inovasi dalam pelayanan dari tahun ke tahun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengukuran kinerja PT. PLN Rayon Probolinggo dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* memberikan hasil pengukuran yang lebih meluas, dibandingkan pengukuran secara tradisional yang biasanya dilakukan. Karena pengukuran menggunakan metode *Balanced Scorecard* mencakup empat perspektif pengukuran yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan yang ada di dalam perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dalam usahanya PT PLN Rayon Probolinggo Berusaha memperbaiki manajemen dan tetap konsisten untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. PT PLN Rayon Probolinggo terus berupaya melakukan inovasi-inovasi untuk tetap mengembangkan usahanya. Pada perspektif keuangan masih terdapat beberapa biaya yang belum dapat mencapai target akan tetapi PT. PLN Rayon Probolinggo mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan dan mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan seperti pengurangan gangguan tenaga listrik. Selain subsidi dan peningkatan pelayanan pelanggan, PT. PLN Rayon Probolinggo juga selalu berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar PT. PLN Rayon Probolinggo dapat terus berkembang dan kinerjanya semakin meningkat.

Saran

PT PLN Rayon Probolinggo sebaiknya terus membuat inovasi-inovasi dalam pelayanan, guna mempertahankan kepercayaan pelanggan. Meskipun saat ini belum memiliki pesaing dalam bidang pendistribusian tenaga listrik, tetapi demi menjaga kelangsungan perusahaan jangka panjang hal tersebut perlu dilakukan. Sistem pengukuran kinerja dengan metode *Balanced Scorecard* sebaiknya tidak hanya dipandang sebagai alat ukur kinerja semata, tetapi yang lebih penting adalah juga dipandang sebagai instrument strategis bagi pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, A.A.dkk. 2009. *Akuntansi Manajemen*.Edisi kelima jilid 2. Jakarta. PT. Indeks
- Aurora. 2010. Penerapan *Balanced scorecard* sebagai tolok ukur pengukuran kinerja RSUD Tugurejo Semarang.eprints.undip.ac.id.diakses 22 Februari 2018
- Damanik,dkk. 2016. Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Metode *Balanced Scorecard* Untuk Menilai Tingkat Kesehatan BUMN(Studi pada PT. PLN (Persero) Area Pelayanan dan Jaringan Malang Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*Vol. 35 No. 2 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.Diakses 2 Januari 2018
- Handayani . 2011. Pengukuran Kinerja Organisasi Dengan Pendekatan *Balanced Scorecard* Pada RSUD Kabupaten Kebumen.*Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 2, No. 1. Diakses 2 Januari 2018
- Kaplan, R. S. dan D. P. Norton. 1996. *Balanced Scorecard*. Jakarta: Erlangga
- Mahmudi.2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta:UPP AMP. YKPN.
- Mulyadi. 2001. Sistem Akuntansi edisi 3.Jakarta : Salemba Empat**
- Mulyadi. 2005. *Sistem Manajemen Strategik BerbasisBalanced Scorecard*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Nugroho.2013. Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Konsep *Balanced Scorecard*.repository.uinjkt.ac.id. diakses 20 Februari 2018
- Pearce II, John A & R.B.Robinson,Jr. 1997. *Manajemen Strategi: Formulasi* <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/814>

- Rahmawati. 2013. Analisis Penerapan Metode *Balanced Scorecard* Untuk Mengukur Kinerja Perusahaan (Studi pada PT. PLN (Persero) Area Pasuruan periode 2010-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 2 No. 1. *administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*. Diakses 2 Januari 2018
- Rumintjap, M.L. Penerapan *Balanced Scorecard* sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja di RSUD Noongan. *Jurnal EMBA*. Vol 1 No.3, pp. 841-850. Diakses 7 Februari 2018
- Soraya. 2010. Analisis Balance Scorecard sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT Astra Honda Motor). Penelitian Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Srimindarti, Ceacilia. 2004. *Balanced Scorecard* sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja. *Fokus Ekonomi*, Vol. 3. Diakses 5 Februari 2018
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks
- Sunarto. 2007. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: Amus
- Susanto, Erwin. (2003). *Balanced Scorecard*. <http://www.angelfire.com/stars/redboy/Bsc.htm>
- Widodo. 2011. Analisis Kinerja Perusahaan dengan Menggunakan Pendekatan *Balanced Scorecard*. *eprints.undip.ac.id*. diakses pada 13 Februari 2018

Peranan Keputusan Investasi dan Pendanaan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan

Ainun Jariah¹
STIE Widya Gama Lumajang
email: anjar040820@gmail.com

Abstrak

Nilai perusahaan penting bagi perusahaan karena menggambarkan kesejahteraan pemilik. Pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen keuangan yang hati-hati dan tepat akan berdampak pada nilai perusahaan. Keputusan keuangan dalam sudut pandang manajemen keuangan meliputi keputusan investasi, pendanaan, dan dividen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara langsung dan tidak langsung, secara parsial maupun simultan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan manufaktur di Indonesia. Jumlah sampel adalah 22 perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang rutin mempublikasikan laporan keuangan selama periode penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya keputusan investasi yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Diperoleh nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,953 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terbukti terdapat hubungan dengan nilai perusahaan secara signifikan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,908 atau 90,8% berarti keputusan investasi dan keputusan pendanaan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel nilai perusahaan secara bersama-sama sebesar 90,8% dan sisanya sebesar 9,2% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi, Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan.

Abstract

Enterprise value is important to the company because it describes the welfare of the owner. Implementation of prudent and appropriate financial management functions will have an impact on company value. Financial decisions in the view of financial management include investment decisions, funding, and dividends. This study aims to determine the effect of investment decisions and funding decisions directly and indirectly, partially or simultaneously to the financial performance and value of manufacturing companies in Indonesia. The number of samples is 22 consumer goods manufacturing companies that routinely publish financial reports during the study period. The results showed that partially only investment decisions that affect the financial performance and corporate value. Simultaneously significant effect on financial performance and firm value. The value of multiple correlation coefficient (R) is 0.953 with significance 0.000, which means there is significant relationship with firm value. While the value of determination coefficient (R square) of 0.908 or 90.8% means investment decisions and financing decisions are able to explain the effect on corporate value variables together 90.8% and the rest of 9.2% explained by other variables.

Keyword : Funding Decision, Investment Decision, Value of Manufacturing, Performance of Manufacturing.

PENDAHULUAN

Perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada. Sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tergambar dari harga saham perusahaan yang bersangkutan. Nilai perusahaan penting bagi perusahaan karena menggambarkan kesejahteraan pemilik dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tugas dari manajer keuangan.

Tujuan perusahaan tersebut dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen keuangan dengan hati-hati dan tepat mengingat setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan yang lain sehingga berdampak pada nilai perusahaan (Fama & French, 1998). Keputusan keuangan dalam sudut pandang manajemen keuangan meliputi keputusan investasi, pendanaan, dan dividen. Keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan yang harus dipertimbangkan oleh manajer keuangan semua perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Ningrum dan Febriana, 2006). Nilai perusahaan juga tercermin dari kinerja keuangan perusahaan (Safitri dan Lailatul, 2014).

Keputusan investasi berkaitan dengan aktivitas pemilihan dan pengelolaan terhadap seluruh investasi yang dilakukan perusahaan. Sedangkan keputusan pendanaan berkaitan dengan aktivitas pemilihan dan penggunaan sumber dana perusahaan. Keputusan dividen berkaitan dengan aktivitas pengelolaan *free cash flow* perusahaan. Keseluruhan dari keputusan keuangan yang diambil tersebut harus dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Pemegang saham akan mempercayakan pengelolaan kepada pihak lain (pihak manajemen) dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Keputusan investasi sangat penting karena akan berpengaruh terhadap keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dan merupakan inti dari seluruh analisis keuangan (Brealy dan Myers, 2000). Nilai perusahaan yang dibentuk melalui nilai pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Keputusan investasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana perusahaan yang berasal dari sumber pendanaan. Keputusan pendanaan berkaitan dengan penentuan struktur modal yang tepat bagi perusahaan. Tujuan dari keputusan pendanaan adalah cara perusahaan menentukan sumber dana yang optimal untuk mendanai berbagai alternatif investasi, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya (Septia, 2015).

Jensen (2001) menjelaskan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti hutang, waran dan saham preferen) manajer dituntut untuk membuat keputusan yang memperhitungkan kepentingan semua *stakeholders*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuannya mencapai tujuan atau mampu mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan ini.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti ingin membuktikan peranan keputusan investasi dan pendanaan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Berdasarkan hal tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- b. Apakah terdapat pengaruh keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- c. Apakah terdapat pengaruh keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- d. Apakah terdapat pengaruh keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- e. Apakah terdapat hubungan kinerja keuangan yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- f. Apakah terdapat hubungan keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?
- g. Apakah terdapat hubungan keputusan investasi dan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia?

KAJIAN PUSTAKA

a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah Brealey et. al (2007:46) menyatakan bahwa nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depannya. nilai perusahaan akan tercermin melalui harga saham perusahaan. Jika harga saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan begitu juga sebaliknya.

b. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menurut Irham Fahmi (2011:239) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standard dan ketentuan dalam SAK (standar akuntansi keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya.

c. Keputusan Investasi

Sartono (2001:6) mengemukakan bahwa keputusan investasi menyangkut tentang keputusan alokasi dana baik dana yang berasal dari dalam perusahaan maupun dana yang berasal dari luar perusahaan pada berbagai bentuk investasi.

d. Keputusan Pendanaan

Keown *et al.*, (2010:121), mengemukakan bahwa kebijakan hutang adalah kebijakan yang dilakukan perusahaan untuk mendanai operasinya dengan menggunakan hutang keuangan atau yang biasa disebut dengan *finansial leverage* atau *leverage* keuangan. *Leverage* keuangan adalah praktek pendanaan sebagian aktiva perusahaan dengan sekuritas yang menanggung beban pengembalian tetap dengan harapan bisa meningkatkan pengembalian akhir bagi pemegang saham.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan berisi tentang analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya antara lain:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Jubaedah and Jenji Gunaedi Argo (2012) dengan judul *The Influence Of Investment Decision, Capital Decision And Financial Performance On The Company Values In Manufacture Company Registered In Indonesian Stock Market*. Variabel penelitian keputusan investasi, keputusan pendanaan, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan, metode penelitian menggunakan SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keputusan investasi, keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- b. Penelitian yang dilakukan Cindy Leony Santoso (2017) dengan judul "Hubungan Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Tingkat Inflasi dan Suku Bunga Dengan Nilai Perusahaan". Dengan menggunakan analisis tabulasi silang (*crosstabs*), menunjukkan bahwa keputusan investasi memiliki hubungan yang lemah dan negatif dengan nilai perusahaan, keputusan pendanaan memiliki hubungan yang sangat lemah dan positif dengan nilai perusahaan, dan kebijakan dividen memiliki hubungan yang sangat lemah dan negatif dengan nilai perusahaan.
- c. Penelitian yang dilakukan Alfredo Mahendra DJ (2011) dengan judul "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan (Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia". Menggunakan analisis regresi, hasil penelitian menunjukkan kebijakan dividen tidak mampu secara signifikan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak mampu secara signifikan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- d. Penelitian yang dilakukan Lais Khafa (2015) dengan judul "Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Keputusan Investasi Pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2013)". Dengan menggunakan analisis regresi berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, leverage berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, keputusan investasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan kinerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- e. Penelitian yang dilakukan Rury Setiani (2014) dengan judul Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan model regresi panel, hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, keputusan pendanaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, dan tingkat suku bunga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan.
- f. Penelitian yang dilakukan oleh Andina dan Nadia Putri (2015) dengan judul Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan, dengan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, keputusan

pendanaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- g. Penelitian yang dilakukan oleh Arie Afzal dan Abdul Rahman (2012) dengan judul Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan, dengan menggunakan *ordinary least square* (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei (*survey research*) yaitu penelitian yang tidak melakukan perubahan atau tidak ada perlakuan khusus terhadap variabel-variabel yang diteliti (*non experimental*). Tujuan penelitian ini bersifat eksplanatori (*explanatory research*) dan prediksi dimana penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian hipotesis. Berdasarkan sifatnya, penelitian ini bersifat eksploratif karena pengujian lebih lanjut atas suatu penelitian.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2016. Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai lokasi penelitian karena perusahaan tersebut adalah perusahaan terbuka sehingga peneliti lebih mudah untuk memperoleh data keuangan yang diperlukan.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, periode 2014 – 2016, yang keseluruhan berjumlah 72. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria perusahaan manufaktur yang dapat dijadikan sampel penelitian ini adalah:

- Perusahaan manufaktur yang *listed* di Bursa Efek Indonesia pada periode penelitian.
- Perusahaan manufaktur yang sudah berdiri dan terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia minimal sejak tahun 2012.
- Perusahaan yang pada periode penelitian tidak melaksanakan akuisisi dan merger.
- Laporan keuangan perusahaan menggunakan satuan uang yang sama selama periode penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan model analisis jalur dengan aplikasi SPSS. Dengan mempertimbangkan pula uji asumsi klasik/pengujian asumsi dasar untuk memenuhi kaidah-kaidah dalam model regresi yang telah dirancang dalam penelitian ini. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis dua jalur dengan tahap-tahap penyelesaian analisis sebagai berikut:

- Menentukan model diagram jalur berdasarkan paradigma hubungan variabel.
- Menentukan hipotesis penelitian.
- Pengolahan data dengan SPSS untuk substruktur 1.
- Pengolahan data dengan SPSS untuk substruktur 2.
- Melakukan analisis output regresi.
- Menguji ketepatan model yang dihasilkan.
- Menentukan model persamaan analisis regresi untuk dua jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Perusahaan manufaktur yang dijadikan populasi adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan tahun 2016. Setelah dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu, maka dari 37 perusahaan hanya 22 perusahaan yang bisa dijadikan sampel penelitian.

Tabel 1. Perusahaan Manufaktur yang Menjadi Sampel Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	LAP. KEUANGAN YANG
----	------	-----------------	--------------------

			DIGUNAKAN
1	ALTO	PT. TRI BANYAN TIRTA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
2	CEKA	PT. WILMAR CAHAYA INDONESIA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
3	DLTA	PT. DELTA JAKARTA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
4	ICBP	PT. INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
5	INDF	PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
6	GGRM	PT. GUDANG GARAM, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
7	HMSP	PT. HANJAYA MANDALA SAMPOERNA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
8	WIIM	PT. WISMILAK INTI MAKMUR, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
9	DVLA	PT. DARYA VARIA LABORATORIA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
10	INAF	PT. INDOFARMA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
11	KLBF	PT. KALBE FARMA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
12	MERK	PT. MERCK, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
13	PYFA	PT. PYRIDAM FARMA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
14	SQBB	PT. TAISHO PHARMACEUTICAL INDONESIA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
15	TSPC		31 DESEMBER 2014 – 2016
16	ADES	PT. TEMPO SCAN PASIFIC, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
17	MBTO	PT. AKASHA WIRA INTERNAL, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
18	MRAT	PT. MARTINA BERTO, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
19	TCID	PT. MUSTIKA RATU, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
20	KICI	PT. MANDOM INDONESIA, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
21	LMPI	PT. KEDAUNG INDAG CAN, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
22	CINT	PT. LANGGENG MAKMUR INDUSTRY, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016
		PT. CHITOSE INTERNASIONAL, Tbk.	31 DESEMBER 2014 – 2016

Sumber data: www.sahamok.com/perusahaan-manufaktur-di-bei/manufaktur

Berdasarkan sampel yang telah dipilih, berikut disajikan hasil perhitungan masing-masing variabel pada 22 perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Keputusan Investasi

NO	KODE PERUSAHAAN	2014	2015	2016
1	ALTO	1,19	1,17	1,21
2	CEKA	0,93	0,84	0,94
3	DLTA	0,24	4,19	3,50
4	ICBP	3,46	3,34	2,09
5	INDF	1,21	1,03	1,31
6	GGRM	2,44	2,07	2,32
7	HMSP	11,13	11,66	0,62

8	WIIM	1,34	0,97	0,95
9	DVLA	1,75	1,35	1,58
10	INAF	1,36	0,95	11,08
11	KLBF	7,11	4,72	4,85
12	MERK	5,23	0,50	0,49
13	PYFA	0,86	0,74	1,01
14	SQBB	0,41	0,45	0,46
15	TSPC	2,57	1,56	1,64
16	ADES	0,83	0,79	1,27
17	MBTO	0,61	0,56	0,66
18	MRAT	0,53	0,42	0,42
19	TCID	2,21	1,77	1,33
20	KICI	0,57	0,56	0,48
21	LMPI	0,72	0,64	0,66
22	CINT	1,19	1,06	0,97

Sumber data: Data Laporan Keuangan pada Bursa Efek Indonesia diolah, 2017

Tabel 3. Hasil Perhitungan Keputusan Pendanaan

NO	KODE PERUSAHAAN	2014	2015	2016
1	ALTO	0,57	0,57	0,59
2	CEKA	0,58	0,57	0,38
3	DLTA	0,23	0,18	0,15
4	ICBP	0,40	0,38	0,36
5	INDF	0,52	0,53	0,47
6	GGRM	0,43	0,40	0,37
7	HMSP	0,52	0,16	0,20
8	WIIM	0,36	0,30	0,16
9	DVLA	0,22	0,29	0,24
10	INAF	0,53	0,61	0,58
11	KLBF	0,21	0,20	0,18
12	MERK	0,23	0,26	0,22
13	PYFA	0,44	0,37	0,37
14	SQBB	0,20	0,24	0,26
15	TSPC	0,26	0,31	0,30
16	ADES	0,41	0,50	0,50
17	MBTO	0,27	0,33	0,24
18	MRAT	0,23	0,24	0,24
19	TCID	0,31	0,18	0,18
20	KICI	0,19	0,30	0,36
21	LMPI	0,51	0,49	0,50
22	CINT	0,20	0,18	0,18

Sumber data: Data Laporan Keuangan pada Bursa Efek Indonesia diolah, 2017

Tabel 4. Hasil Perhitungan Kinerja Keuangan

NO	KODE PERUSAHAAN	2014	2015	2016
1	ALTO	-0,05	-0,11	-0,12
2	CEKA	0,28	0,72	1,68
3	DLTA	17,99	11,99	15,89
4	ICBP	4,34	5,01	6,23
5	INDF	5,01	3,68	5,53
6	GGRM	5,61	6,71	6,94
7	HMSP	23,23	22,27	27,43
8	WIIM	0,53	0,62	0,51
9	DVLA	0,29	0,39	0,54
10	INAF	0,00	0,02	-0,06
11	KLBF	4,52	4,39	5,02
12	MERK	8,10	6,36	6,87
13	PYFA	0,05	0,06	0,10

14	SQBB	17,78	16,21	17,82
15	TSPC	2,60	2,35	2,42
16	ADES	0,05	0,06	0,09
17	MBTO	0,03	-0,13	0,08
18	MRAT	0,14	0,02	-0,10
19	TCID	1,73	5,42	1,61
20	KICI	0,07	-0,19	0,01
21	LMPI	0,00	0,01	0,01
22	CINT	0,25	0,29	0,21

Sumber data: Data Laporan Keuangan pada Bursa Efek Indonesia diolah 2017

Tabel 5. Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan

NO	KODE PERUSAHAAN	2014	2015	2016
1	ALTO	1,44	1,40	1,50
2	CEKA	0,83	0,63	0,90
3	DLTA	0,01	4,90	3,95
4	ICBP	5,08	4,79	2,70
5	INDF	1,44	1,05	1,58
6	GGRM	3,51	2,78	3,11
7	HMSP	22,29	13,66	0,52
8	WIIM	1,54	0,96	0,93
9	DVLA	1,97	1,50	1,82
10	INAF	1,75	0,88	25,19
11	KLBF	8,74	5,66	5,70
12	MERK	6,47	0,32	0,35
13	PYFA	0,75	0,59	1,01
14	SQBB	0,26	0,27	0,27
15	TSPC	3,12	1,28	1,91
16	ADES	0,70	0,58	1,53
17	MBTO	0,47	0,34	0,45
18	MRAT	0,39	0,24	0,24
19	TCID	0,75	1,93	1,41
20	KICI	0,47	0,37	0,19
21	LMPI	0,44	0,28	0,33
22	CINT	1,24	1,07	0,97

Sumber data: Data Laporan Keuangan pada Bursa Efek Indonesia diolah 2017

Hasil Pengujian Asumsi Dasar

Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Hasil pengujian normalitas data menunjukkan adanya pola grafik yang normal dimana titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tollerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Penggunaan uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data *time series*). Berdasarkan hasil uji, maka dapat disimpulkan model regresi yang dihasilkan pada penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis secara parsial atau individu untuk masing-masing variabel melalui pengujian model substruktur kedua sebagai berikut:

a) Pengaruh keputusan investasi (X_1) terhadap kinerja keuangan (Y_1)

Diperoleh nilai t hitung sebesar 3,216 dengan tingkat signifikan 0,002 berarti $t_{hitung} (3,216) > t_{tabel} (1,998)$ dan $sig (0,002) < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (Y_1).

b) Pengaruh keputusan pendanaan (X_2) terhadap kinerja keuangan (Y_1)

Diperoleh nilai t hitung sebesar -0,939 dengan tingkat signifikan 0,351 berarti $t_{hitung} (-0,939) < t_{tabel} (1,998)$ dan $sig (0,351) > \alpha (0,05)$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pendanaan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (Y_1).

Pengujian Hipotesis 2

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,794 dengan tingkat signifikan 0,005 berarti $F_{hitung} (5,794) > F_{tabel} (3,14)$ dan $sig (0,005) < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia.

Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis secara parsial atau individu untuk masing-masing variabel melalui pengujian model substruktur kedua sebagai berikut:

a. Pengaruh keputusan investasi (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y_2)

Diperoleh nilai t hitung sebesar 24,986 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti $t_{hitung} (24,986) > t_{tabel} (1,998)$ dengan $sig (0,000) < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y_2).

b. Pengaruh keputusan pendanaan (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y_2)

Diperoleh nilai t hitung sebesar 0,708 dengan tingkat signifikan 0,482 berarti $t_{hitung} (0,708) < t_{tabel} (1,998)$ dengan $sig (0,482) > \alpha (0,05)$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pendanaan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y_2).

Pengujian Hipotesis 4

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 312,378 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti $F_{hitung} (312,378) > F_{tabel} (3,14)$ dan $sig (0,000) < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia.

Pengujian Hipotesis 5

Diperoleh nilai t hitung sebesar 2,684 dengan tingkat signifikan 0,009 berarti $t_{hitung} (2,684) > t_{tabel} (1,998)$ dan $sig (0,009) < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga disimpulkan bahwa kinerja keuangan (Y_1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Y_2).

Pengujian Hipotesis 6

Dari hasil pengujian diketahui korelasi atau hubungan antara keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia sebagai berikut:

- a) Nilai korelasi antara keputusan investasi (X1) dengan nilai perusahaan (Y2) sebesar 0,953 dengan tingkat signifikansi 0,000 berarti terdapat hubungan yang signifikan.
- b) Nilai korelasi antara keputusan pendanaan (X2) dengan nilai perusahaan (Y2) sebesar -0,025 dengan tingkat signifikansi 0,420 berarti terdapat hubungan yang tidak signifikan.

Pengujian Hipotesis 7

Berdasarkan output pengujian keputusan investasi dan keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan diperoleh dari :

Hubungan Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Secara Simultan Terhadap Kinerja Keuangan.

Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,394 dengan signifikansi 0,005 yang berarti terbukti terdapat hubungan dengan kriteria yang cukup positif dan signifikan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,155 atau 15,5% yang artinya variabel keputusan investasi dan keputusan pendanaan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap perubahan variabel kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia hanya sebesar 15,5% sedangkan sisanya sebesar 84,5% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Hubungan Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,953 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terbukti terdapat hubungan dengan kriteria yang sangat kuat positif dan signifikan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,908 atau 90,8% yang artinya variabel keputusan investasi dan keputusan pendanaan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap perubahan variabel nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia secara bersama-sama sebesar 90,8% dan sisanya 9,2% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi. Berdasarkan uraian tersebut dan kondisi kenyataan untuk semua perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, maka tampak bahwa sebagian besar dana perusahaan diperuntukkan atau diinvestasikan pada akun persediaan, kenapa harus pada akun persediaan karena untuk menunjang kegiatan penjualan perusahaan. Persediaan yang banyak menyebabkan penjualan lancar dan mampu memenuhi permintaan konsumen ataupun pelanggan. Selain itu dana juga banyak diinvestasikan untuk piutang, karena pada saat sekarang ini banyak pelanggan ataupun konsumen menyenangi penjualan secara kredit. Tidak hanya itu ternyata dana juga diinvestasikan pada akun kas, karena kas adalah aset paling likuid yang bisa memenuhi segala hal termasuk kegiatan penjualan. Kas yang banyak maka perusahaan bisa terhindar dari risiko tidak mampu memenuhi kewajiban terutama jangka pendek. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian didapatkan bahwa rasio hutang memiliki nilai kurang dari 1 (satu), menurut ketentuan seharusnya nilai dari rasio hutang yang kurang dari satu menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi aman, baik bagi perusahaan itu sendiri, kreditur maupun investor. Aman dalam artian aktiva perusahaan lebih banyak didanai dengan menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan hutang. Bagi investor jika tidak terlalu banyak hutang, maka perusahaan terhindar dari risiko tidak mampu melunasi kewajibannya baik jangka panjang maupun jangka pendek. Tetapi hal itu semua tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan yang dilambungkan pada harga saham, karena investor lebih memperhatikan pada bagaimana penggunaan atau diinvestasikan pada apa dana tersebut bukan dari mana dana tersebut didapatkan.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui nilai pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Keputusan investasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana perusahaan yang berasal dari sumber pendanaan. Keputusan pendanaan berkaitan dengan penentuan struktur modal yang tepat bagi perusahaan. Keputusan pendanaan menunjukkan dari mana sumber atau asal dana yang digunakan untuk membiayai atau mendanai atau membelanjai aset perusahaan. Sedangkan keputusan investasi adalah terkait dengan penggunaan atau penempatan dana dengan tujuan untuk memelihara atau meningkatkan nilai serta mengharapkan hasil atau return positif atas kegiatan tersebut. Jadi keputusan pendanaan dan keputusan investasi sangat berpengaruh sekali terhadap kinerja keuangan, karena perusahaan mampu memmanage keputusan pendanaan dan investasi yang baik maka akan mampu meningkatkan kinerja keuangan, sedangkan jika sebaliknya perusahaan kurang mampu memmanage antara keputusan pendanaan dan investasi menurun maka kinerja keuangan akan menurun. Investor melihat pengaruh keputusan investasi dan pendanaan secara bersama-sama.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. "*signalling theory*" menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Keputusan investasi akan bercermin pada sisi aktiva perusahaan. Dengan demikian akan mempengaruhi kekayaan perusahaan, yaitu perbandingan antara aktiva lancar dengan aktiva tetap. Sebaliknya keputusan pendanaan dan kebijakan deviden akan tercermin pada sisi pasiva perusahaan. Apabila kita hanya memperhatikan dana yang ditanam dalam jangka waktu yang lama, maka perbandingan tersebut sebagai struktur modal. Apabila diperhatikan baik dana jangka pendek maupun dana jangka panjang, perbandingan tersebut sebagai struktur finansial. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hampir semuanya memiliki komposisi aset lancar yang cukup tinggi terutama pada akun persediaan, piutang, dan kas. Ketiga akun tersebut adalah komponen modal kerja kotor (*gross working capital*). Besarnya modal kerja harus tetap dijaga agar mampu memenuhi nilai penjualan yang diinginkan yakni yang semakin lama semakin meningkat. Besarnya modal kerja harus tetap terjaga aman agar perusahaan juga mampu memenuhi kewajiban baik jangka panjang maupun jangka pendek. Berdasarkan laporan laba rugi, perusahaan yang dijadikan sampel penelitian menunjukkan bahwa terdapat perusahaan mengalami rugi meskipun rasio hutang menunjukkan ketentuan yang aman yakni kurang dari 1 (satu). Seharusnya dengan rasio hutang kurang 1 (satu) menunjukkan bahwa perusahaan tidak banyak menanggung kewajiban yang tinggi. Tetapi hal ini tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya nilai perusahaan yang digambarkan oleh harga saham tidak dipengaruhi oleh penggunaan utang dalam membiayai aktivitas atau kegiatan perusahaan. Investor hanya memperhatikan bagaimana perusahaan menginvestasikan dananya dibandingkan dengan bagaimana perolehan dananya, ini dibuktikan dengan komposisi hutang lebih kecil dari modal saham. Artinya lebih banyak modal perusahaan yang berasal dari kepemilikan saham oleh investor sehingga sumber dana yang berasal dari utang menjadi lebih sedikit.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan Investasi adalah kegiatan menempatkan dana atau uang dengan tujuan untuk memelihara atau meningkatkan nilai serta mengharapkan hasil atau *return* positif atas kegiatan tersebut. Keputusan investasi menyangkut tentang keputusan pengalokasian dana baik dana yang berasal dari dalam perusahaan maupun dana yang berasal dari luar perusahaan pada berbagai bentuk investasi baik investasi jangka pendek maupun investasi jangka panjang. Keputusan pendanaan adalah keputusan mengenai pendanaan operasional perusahaan dengan menggunakan hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Keputusan pendanaan sangat bermanfaat bagi perusahaan dan bahkan mampu meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan yang didanai oleh hutang

akan menanggung beban bunga yang bisa mengurangi pendapatan kena pajak, sehingga menguntungkan bagi pemegang saham. Keputusan investasi dan keputusan pendanaan saling terkait dan keduanya harus dipertimbangkan dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan dalam rangka peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis kelima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan kinerja keuangan yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi kinerja keuangan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dan sebaliknya. Kinerja keuangan yang diwakili oleh *return on equity*, *return on equity* adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan didasarkan pada ekuitas pemegang saham. Nilai perusahaan hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan laba, ROE berkaitan dengan menghasilkan laba yang dihubungkan dengan besarnya ekuitas pemegang saham yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil pengolahan data penelitian. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa rasio *return on equity* memiliki nilai di atas 1 (satu) artinya laba perusahaan banyak diperoleh dari modal saham.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis keenam yang menyatakan bahwa terdapat hubungan keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keputusan investasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Sedangkan keputusan pendanaan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Keputusan investasi menyangkut tentang keputusan alokasi dana baik dana yang berasal dari dalam perusahaan maupun dana yang berasal dari luar perusahaan pada berbagai bentuk investasi. Sedangkan nilai perusahaan dipengaruhi oleh dua hal yaitu asset yang saat ini telah ditempatkan dan opsi untuk investasi di masa depan. Keputusan investasi yang dilakukan mengandung informasi yang berisi sinyal-sinyal akan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Keputusan investasi berkaitan dengan return yang akan diterima. Oleh karenanya keputusan investasi memiliki hubungan yang sangat erat dengan nilai perusahaan.

Keputusan pendanaan adalah keputusan mengenai pendanaan operasional perusahaan dengan menggunakan hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Keputusan pendanaan sangat bermanfaat bagi perusahaan dan bahkan mampu meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan yang didanai oleh hutang akan menanggung beban bunga yang bisa mengurangi pendapatan kena pajak, sehingga menguntungkan bagi pemegang saham. Tetapi sekali lagi keputusan pendanaan tidak memiliki hubungan dengan nilai perusahaan, hal tersebut disebabkan karena investor tidak memperdulikan bagaimana dana berasal, tetapi investor hanya melihat pada hasil akhir dan prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Prospek itu hanya bisa terlihat dari keputusan investasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa terdapat hubungan keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara simultan memiliki hubungan dengan nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,394 dengan signifikansi 0,005 yang berarti terbukti terdapat hubungan dengan kriteria yang cukup positif dan signifikan terhadap perubahan variabel kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Selanjutnya nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,953 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terbukti terdapat hubungan dengan kriteria yang sangat kuat positif dan signifikan terhadap perubahan variabel nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Ini berarti bahwa hubungan keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara bersama-sama sangat kuat hubungannya baik dengan kinerja keuangan maupun nilai perusahaan. Apabila pendanaan didanai melalui hutang, peningkatan tersebut terjadi akibat dari efek *tax deductible*. Artinya, perusahaan yang memiliki hutang akan membayar bunga pinjaman yang dapat mengurangi penghasilan kena pajak, yang dapat memberi manfaat bagi pemegang saham. Selain itu, penggunaan dana eksternal akan menambah pendapatan perusahaan yang nantinya akan

digunakan untuk kegiatan investasi yang menguntungkan bagi perusahaan (Fenandar, 2012:15). Investasi yang menguntungkan akan mampu meningkatkan kinerja keuangan dan akhirnya akan meningkatkan pula nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- b. Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- c. Hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- d. Hasil pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- e. Hasil pengujian terhadap hipotesis kelima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan kinerja keuangan yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
- f. Hasil pengujian terhadap hipotesis keenam yang menyatakan bahwa terdapat hubungan keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keputusan investasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Sedangkan keputusan pendanaan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.
- g. Hasil pengujian terhadap hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa terdapat hubungan keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan secara simultan memiliki hubungan dengan nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.

Saran

Atas hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diberikan saran-saran kepada beberapa pihak sebagai berikut:

- a. Bagi pihak manajemen perusahaan
Perusahaan harus tanggap terhadap beberapa faktor yang mampu meningkatkan nilai perusahaan terutama terkait dengan keputusan keuangan yang meliputi keputusan investasi dan keputusan pendanaan.
- b. Bagi masyarakat calon investor
Calon investor harus tepat sasaran dalam memilih dan menempatkan dana yang dimilikinya, karena hal tersebut akan berimbas terhadap return yang akan diterima oleh masyarakat atau calon investor.
- c. Bagi investor
Investor harus selalu melakukan kontrol terhadap perkembangan perusahaan terutama yang menyangkut keputusan investasi dan keputusan pendanaan yang dilakukan perusahaan. Kedua

keputusan keuangan tersebut harus diperhatikan betul oleh investor yang nantinya akan berimbas terhadap aktivitas penjualan. Investor harus terus memantau nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham, agar investor mampu memperhitungkan kapan kondisi aman bagi mereka.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui kinerja keuangan, juga jenis dan jumlah perusahaan lainnya yang akan dijadikan sampel penelitian agar hasil penelitian menjadi tidak bias dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, Abdul. 2007. *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. BPEF.
- Mahendra DJ, Alfredo. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Denpasar. Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Andini, dan Nadia Putri. 2015. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Widyatama Repository.
- Afzal, Arie, dan Abdul Rohman. 2012. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. 1(2). Halaman 09.
- Santoso, Cindy Leony. 2017. Hubungan Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Tingkat Inflasi dan Suku Bunga Dengan Nilai Perusahaan. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Harmono. 2016. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hasnawati, Sri. 2005. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Publik di BEJ. *Usahawan No. 09 Tahun XXXIV, September 2005*.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Edisi Pertama. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Horne, James C. Van, dan John M. Wachowicz, JR. 2007. *Fundamental of Financial Management Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Buku 2 Edisi 12. Jakarta. Salemba Empat.
- Jubaedah, dan Jenji Gunaedi Argo. 2012. The Influence Of Investment Decision, Capital Decision And Financial Performance On The Company Values In Manufacture Company Registered In Indonesian Stock Market. *JMK, VOL. 17, NO. 1, MARET 2015, 65–75 DOI: 10.9744/jmk.17.1.65–75 ISSN 1411-1438 print / ISSN 2338-8234 online*.
- Keown, Arthur J., John D. Martin, J. William Petty dan David F. Scott, JR. 2010. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Khafa, Lais. 2015. Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Keputusan Investasi Pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Modigliani, F., dan Miller, H. 1963. Corporate income taxes and the cost of capital: a correction. *American Economic Review*. Vol. 53: 443-453.
- Munawir. 2010. *Analisa Laporan Keuangan. Edisi 4*. Yogyakarta. Liberty.
- Myers, S. 1977. Determinants Of Corporate Borrowing. *Journal of Financial Economics*. 5: 141-175.
- Ningrum, Nurika Samti Febriana. 2006. Analisis Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEJ. *Tesis: Program Magister Manajemen STIE STIKUBANK Semarang*.
- Hardiningsih, Pancawati. 2009. *Determinan Nilai Perusahaan. Universitas STIKUBANK Semarang JAI Vol.5, No.2, Juli 2009 : 231-250*.
- Setiani, Rury. 2014. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomatif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alumni Fakultas Ekonomi UNP.
- Achmad, Safitri Lia, dan Lailatul Amanah. 2014. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 9 (2014)*.

Pendampingan Inovasi Kemasan Produk (*Packaging*) Pada Home Industry Kerupuk Anugrah Di Desa Tutul Kebon Kecamatan Balung Kabupaten Jember)

Tri Palupi Robustin¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:tripalupirobustin@gmail.com

Abstrak

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kemasan yang masih sederhana. Perlu diakui bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM sangat enak dan bagus tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pabrik. Namun karena produk UMKM tersebut kemasannya sederhana sehingga penampilannya kurang menarik inilah yang menyebabkan produk UMKM jangkauan pasarnya terbatas dan sulit bersaing dipasaran. Kerupuk anugrah adalah hasil produk UMKM yang di produksi oleh Ibu Siti Zulaikhah. Usaha ini berdiri pada tahun 2017 di Desa Tutul Kebon Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Permasalahan yang dihadapi adalah proses pengemasan yang lama karena kekurangan alat untuk mengepres plastik, dan kemasan (*packagin*)g yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra dalam hal proses pengemasan, maka langkah yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat untuk menjawab permasalahan mitra tersebut adalah dengan menginovasi kemasan dengan plastik yang lebih tebal kemudian label di sablon langsung pada plastic serta memberikan bantuan alat pengepres plastik (*sealer*).

Kata Kunci: *UMKM, Kerupuk Anugrah, Packaging*

Abstrack

*One of the problems often faced by small and medium enterprises (UMKM) is the packaging that is still simple. It should be acknowledged that the products produced by UMKM are very tasty and good not inferior to the products produced by the manufacturer. However, because UMKM products are simple packaging so that the appearance is less attractive this is what causes SMEs market coverage is limited and difficult to compete in the market. Grace crackers are the products of UMKM produced by Mrs. Siti Zulaikhah. This business was established in 2017 in Tutul Kebon Village, Balung District, Jember District. The problem faced is the old packaging process due to the lack of tools for plastic pressing and the packaging (less attractive) Based on the problems faced by partners in the packaging process, the steps implemented by the community service team to answer the problems of the partners is to innovate the packaging with a thicker plastic and then the label on the screen printing directly on the plastic and provide relief plastic presses (*sealer*).*

Keywords: *UMKM, Crackers Anugrah, Packaging*

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Sektor ini mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Untuk itu Pemerintah melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional 2014 semakin meningkatkan pembinaan kepada UMKM terutama membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kemasan yang masih sederhana. Perlu diakui bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM sangat enak dan bagus tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pabrik. Namun karena produk UMKM tersebut kemasannya sederhana sehingga penampilannya kurang menarik inilah yang menyebabkan produk UMKM jangkauan pasarnya terbatas dan sulit bersaing dipasaran. Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

Kerupuk anugrah adalah hasil produk UMKM yang di produksi oleh Ibu Siti Zulaikhah. Usaha ini berdiri pada tahun 2017 di Desa Tutul Kebon Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Modal awal untuk mendirikan usaha ini sebesar Rp 10.000.000 untuk membeli bahan untuk membuat kerupuk dan peralatan-peralatan yang dibutuhkan seperti kompor, alat penggorengan, sealer, dan sepeda motor bekas untuk mendistribusikan kerupuk. Setiap pembuatan kerupuk Ibu Siti Zulaikhah membutuhkan biaya sebesar Rp 1.000.000 untuk membeli bahan-bahan seperti tepung, bawang putih, minyak goreng, plastik dan foto copy label. Setelah membeli bahan-bahan tersebut dan membuat kerupuk kemudian kerupuk dijemur selama 3 sampai 5 hari sampai kering. Setelah kering kerupuk siap di goreng, dikemas, dan didistribusikan ke warung-warung, toko-toko, dan pasar. Dalam pembuatan kerupuk Ibu Siti Zulaikhah dibantu oleh suami, anak, menantu, dan tetangga sekitar. Harga kerupuk tiap 1 renteng isi 10 bungkus adalah sebesar Rp 4.000 dan dijual kembali oleh warung atau toko sebesar Rp 5.000 dan ecer Rp 500. Pada setiap pembuatan kerupuk senilai Rp 1.000.000, Ibu Siti Zulaikhah mendapatkan laba atau keuntungan sebesar Rp 400.000.

Permasalahan yang dihadapi usaha kerupuk ini yang pertama adalah pada proses produksi yaitu penjemuran karena musim hujan, sehingga solusi yang diambil adalah dengan membeli kerupuk yang mentah terlebih dahulu kemudian digoreng. Setiap 5 kg kerupuk jika dikemas maka akan menjadi sekitar 400 bungkus. Permasalahan kedua adalah pada proses pengemasan yang lama karena hanya memiliki 1 sealer untuk mengepres plastik, dan membutuhkan biaya untuk foto copy label untuk dimasukkan dalam kemasan. Setelah observasi di tempat usaha, banyak beberapa kekurangan yang di temukan oleh tim pengabdian masyarakat yaitu alat penggorengan yang masih kurang, proses pengirisan kerupuk masih menggunakan pisau, alat pengepres plastik (sealer) hanya satu, plastik kemasan yang tipis, dan kemasan kurang menarik.

B. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang pertama adalah pada proses produksi yaitu penjemuran karena musim hujan, sehingga solusi yang diambil adalah dengan membeli kerupuk kancing yang mentah terlebih dahulu kemudian digoreng. Setiap 5 kg kerupuk jika dikemas maka akan menjadi sekitar 400 bungkus. Permasalahan kedua adalah pada proses pengemasan yang lama karena hanya memiliki 1 sealer untuk mengepres plastik, membutuhkan biaya untuk foto copy label untuk dimasukkan dalam kemasan, dan kemasan (*packaging*) kerupuk yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka mitra perlu pendampingan untuk inovasi kemasan (*packaging*) supaya lebih menarik dan proses pengemasan berjalan dengan cepat, sehingga pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra dalam pengemasan produk dan memberikan bantuan alat berupa sealer.

C. Solusi yang ditawarkan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh usaha kerupuk kancing sehingga mitra perlu pendampingan untuk inovasi kemasan (*packaging*) supaya lebih menarik dan proses pengemasan berjalan dengan cepat, sehingga pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra dalam pengemasan produk dan memberikan bantuan alat berupa sealer. Kemasan yang menarik dan kualitas pembungkusan yang baik di harapkan akan berdampak pada penjualan, karena kemasan yang menarik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

D. Target Luaran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menghasilkan target sesuai dengan harapan mitra yaitu:

1. Kemasan produk lebih menarik;
2. Proses pengemasan (*packaging*) lebih cepat.

METODE PELAKSANAAN

Adapun langkah-langkah kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Survei lokasi untuk melihat kondisi usaha dan melihat proses kegiatan pengemasan.
2. Wawancara terkait sejarah berdirinya usaha kerajinan tas dan permasalahan yang dihadapi.
3. Membuatkan kemasan baru berupa plastik yang labelnya disablon dan plastik lebih tebal dan membelikan alat pengepres plastik (sealer).
4. Memberikan kemasan baru (bungkus/plastik) dan alat sealer serta pendampingan proses pengemasan dengan kemasan yang baru.

HASIL YANG DICAPAI

- A. Survei lokasi usaha dan melihat proses kegiatan pengemasan sehingga diperoleh informasi keadaan lokasi usaha dan informasi terkait proses pengemasan yang masih memerlukan pendampingan inovasi kemasan (*packaging*).



Gambar 1. Survei Lokasi

- B. Wawancara dengan pemilik usaha kerupuk anugrah maka diperoleh informasi terkait sejarah berdirinya usaha dan permasalahan atau kendala yang dihadapi.



Gambar 2. Kegiatan Wawancara

- C. Membuatkan kemasan baru berupa plastik yang labelnya disablon dan plastik lebih tebal dan membelikan alat pengepres plastik (*sealer*), maka pemilik usaha bisa menginovasi kemasan kerupuk supaya lebih menarik serta proses pengemasan lebih cepat karena penambahan alat sealer.



Gambar 3. Pembelian Bantuan Alat (Sealer)



Gambar 4. PlastikBungkusKerupukdenganKemasanBaru



Gambar 5. BantuanAlatdanInovasiKemasan



Gambar 6. PenyerahanBantuanAlat



Gambar 7. Hasil Inovasi Kemasan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Home industry* kerupuk milik Siti Zulaikhah di Desa Tutul Kebon Kecamatan Balung Kabupaten Jember masih belum memperhatikan kualitas kemasan karena kurangnya pengetahuan pemilik usaha tentang pentingnya inovasi kemasan dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen.
2. Pendampingan inovasi kemasan (*packaging*) dan memberi bantuan alat sealer tersebut akan membantu dalam menambah kualitas kemasan produk kerupuk serta mempercepat proses pengemasan.

SARAN

Pada zaman globalisasi sekarang ini, para pelaku usaha berlomba-lomba untuk mempengaruhi minat beli konsumen salah satunya dengan cara memberikan kemasan yang menarik. Strategi pemasaran bisnis memang tidak pernah ada matinya. Sampai hal-hal kecil pun ternyata dapat dijadikan sebagai strategi untuk mengembangkan sebuah bisnis. Salah satu contoh hal kecil yang sangat berpengaruh terhadap pemasaran adalah kemasan produk. Pelaku bisnis tidak semuanya menyadari bahwa kemasan produk yang mereka tawarkan ternyata memberikan pengaruh besar terhadap angka penjualan produk mereka. Sehingga penting bagi usaha kerupuk ini maupun usaha yang lain untuk selalu berinovasi salah satunya dalam strategi kemasan produk (*packaging*).

DAFTAR PUSTAKA

- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhuda. 2014. *Pengetahuan Kemasan Standar Produk UMKM*.
<http://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>.
(diakses padataanggal 10 februari 2018).
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI DI KANTOR PELAYANAN PERBENDAHARAAN NEGARA MALANG

Ellyn Eka Wahyu¹

Politeknik Negeri Malang

email:ekaellyn@gmail.com

Cahya Nova Kurniawan²

Politeknik Negeri Malang

email: cahyanova281194@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap produktivitas pegawai di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang. Penelitian ini merupakan penelitian Eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel independen yaitu Motivasi (X) dan variabel dependen yaitu Produktivitas (Y). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *Sampling* Jenuh (*Total Sampling*) kepada 43 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Sederhana. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel motivasi terhadap variabel produktivitas kerja pegawai Kantor Pelayanan Perbendaharaan Malang. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,342 yang artinya nilai koefisien pengaruh variabel Motivasi (X) terhadap variabel Produktivitas Kerja (Y) pada KPPN Malang sebesar 34,2%, sedangkan sisanya 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Motivasi, Produktivitas Kerja

Abstract

This research aims to know the effect of motivation toward to the staff productivity at State Treasury Office of Malang. This research was an Explanative Research with Quantitative Approach. The independent variable was Motivation (X), and the dependent variable was Productivity (Y). The data collection technique was questionnaire with total sampling of 43 respondents. Data analysis used *Simple Regression Analysis*. From the result of the analysis, it can be concluded that there was a relationship between motivation variable toward to staff productivity variable at State treasury Office Malang. The value of determination coefficient (R^2) was 0.342, that means the Motivation's value toward staff productivity variable was 34.2%, and the 65.8% remains was not covered on this research.

Keywords : Motivation, Productivity

PENDAHULUAN

Salah satu aset penting bagi sebuah instansi dalam melaksanakan kegiatan operasional adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Sumber Daya Manusia dianggap sebagai faktor penting yang memiliki peran utama dalam menjaga keberlanjutan kredibilitas organisasi dan penciptaan kepercayaan publik. Wright (2005) mengemukakan bahwa "Sumber daya manusia digunakan secara signifikan sebagai penggerak sumber daya lain dan memiliki posisi strategis yang berkontribusi untuk mewujudkan kinerja organisasi perusahaan dengan keunggulan kompetitif."

Sumber Daya Manusia yang memiliki semangat kerja tinggi dapat meningkatkan nilai sebuah instansi. Untuk menciptakan semangat kerja yang tinggi tersebut dibutuhkan sebuah pemicu yang berupa pemenuhan kebutuhan fisik dan non fisik, sehingga pegawai akan bersedia bekerja dan melaksanakan tugasnya dengan baik. Dorongan atau pemicu itulah yang disebut dengan motivasi.

Motivasi sebagaimana dijelaskan oleh Kadarisman (2012: 278) adalah penggerak atau pendorong dalam diri seseorang untuk mau berperilaku dan bekerja dengan giat dan baik sesuai dengan tugas dan kewajiban yang telah diberikan kepadanya.

Setelah pemenuhan kebutuhan atau motivasi pegawai terpenuhi, diharapkan produktivitas kerja pegawai terhadap pekerjaan yang dilaksanakan dalam sebuah lembaga dapat meningkat. Produktivitas kerja akan terwujud dengan baik jika para pegawai memiliki kemampuan dalam menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung-jawabnya. Damayanti (2005 : 3) mengemukakan bahwa, "dengan adanya motivasi dapat merangsang karyawan untuk lebih menggerakkan tenaga dan pikiran dalam merealisasikan tujuan perusahaan. Apabila kebutuhan akan hal ini terpenuhi maka akan timbul kepuasan dan kelancaran terhadap peningkatan produktivitas kerja karyawan." Selanjutnya Sedarmayanti (2004:11) mengemukakan bahwa "ciri-ciri pegawai yang produktif diantaranya adalah percaya diri, mempunyai rasa tanggung jawab, memiliki rasa cinta terhadap pekerjaannya, mampu menyelesaikan persoalan, dan mempunyai kontribusi positif terhadap lingkungannya."

Dari pra-survei yang telah penulis lakukan, produktivitas kerja pegawai Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Kota Malang perlu untuk ditingkatkan lagi, hal ini dapat dilihat dari kegiatan pegawai sehari-hari dalam melakukan tugas dan pekerjaannya, masih ada pegawai yang datang terlambat dari jam masuk yang telah ditentukan, istirahat yang terlalu lama, pulang terlalu awal dan sebagainya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh variabel Motivasi terhadap variabel Produktivitas Kerja pegawai di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengukur pengaruh motivasi terhadap produktivitas kerja pegawai pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah:

1. Azarine (2014), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Gatra Mapan Malang.
2. Rismalasari (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel motivasi yang terdiri atas motivasi internal dan motivasi eksternal terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Sermani Steel Makassar.

3. Rahmawati (2013), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel motivasi yang terdiri atas bonus, gaji dan promosi terhadap produktivitas kerja karyawan di PR Fajar Berlian Tulungagung.
4. Damayanti (2005), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan di CV. Bening Natural Furniture Di Semarang.

Kajian Teori

Motivasi

Sunyoto (2015:195) mengemukakan bahwa motivasi kerja terbentuk atas asumsi pemenuhan kebutuhan dasar pegawai. Motivasi kerja pegawai dapat meningkat jika kebutuhan penunjang motivasi terpenuhi, antara lain:

1. Kebutuhan Fisiologis (*physiological needs*)
2. Kebutuhan Rasa aman (*safety needs*)
3. Kebutuhan Sosial (*social needs*)
4. Kebutuhan Penghargaan (*esteem needs*)
5. Kebutuhan Aktualitas diri (*self actualization needs*)

Teori yang dikemukakan diatas merupakan teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow yang dikenal dengan "*Teori Hierarki Kebutuhan*". Alasan penulis menggunakan teori ini karena teori ini merupakan teori dasar yang mewakili kebutuhan-kebutuhan manusia yang selalu berupaya untuk berhasil dalam mencapai tujuannya.

Produktivitas Kerja

Yusuf (2015:282) mengemukakan bahwa "Produktivitas merupakan sikap mental yang selalu berusaha dan mempunyai pandangan bahwa suatu kehidupan hari ini lebih baik dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini." Lebih lanjut, Sunyoto (2015:204) mengemukakan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja adalah:

1. Pengetahuan (*Knowledge*)
2. Keterampilan (*Skill*)
3. Kemampuan (*Abilities*)
4. Sikap (*Attitude*) dan Perilaku (*Behaviors*)

Hubungan antar variabel Motivasi dan Produktivitas

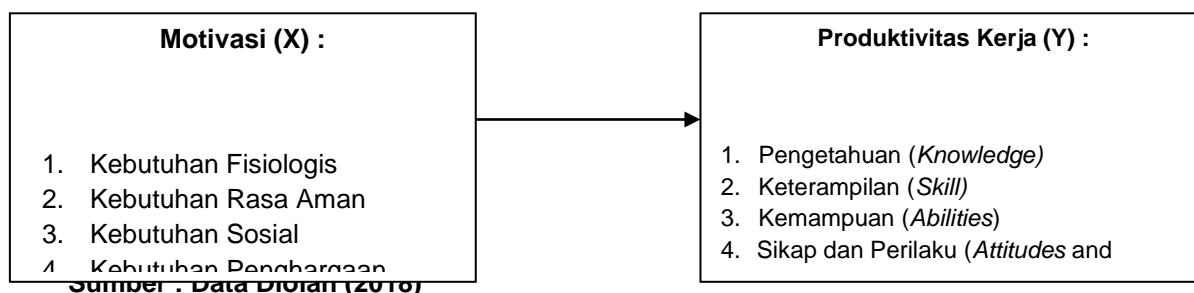
Pegawai yang memiliki semangat kerja yang tinggi akan meningkatkan kehidupan sebuah instansi. Pegawai yang memiliki semangat kerja tinggi akan memberikan lebih banyak perhatian dan keterampilan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Untuk menciptakan semangat kerja yang tinggi tersebut dibutuhkan sebuah pemicu yang berupa pemenuhan kebutuhan fisik dan non fisik, sehingga pegawai akan bersedia bekerja dan melaksanakan tugasnya dengan baik. Faktor pemicu tersebut disebut dengan Motivasi.

Damayanti (2005 : 3) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa, "dengan adanya motivasi dapat merangsang karyawan untuk lebih menggerakkan tenaga dan pikiran dalam merealisasikan tujuan perusahaan. Apabila kebutuhan akan hal ini terpenuhi maka akan timbul kepuasan dan kelancaran terhadap peningkatan produktivitas kerja karyawan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis Penelitian

H_a : Diduga bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja dan produktivitas kerja Pegawai di KPPN Malang

H_0 : Diduga bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja dan produktivitas kerja Pegawai di KPPN Malang

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Eksplanasi, yakni penelitian yang menggunakan kredibilitas sampel dan hipotesis untuk mengukur serta menguji hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan statistik inferensial. Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Malang (KPPN) yang berlokasi di Jalan Merdeka Selatan No.1-2, Kiduldalem, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur.

Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampel

Riduwan dan Kuncoro (2014:37) mengemukakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Jumlah populasi dalam penelitian ini dihitung dari jumlah Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang terdapat di KPPN Malang sebanyak 43 orang.

Lebih lanjut, Riduwan dan Kuncoro, (2014:39) menyebutkan bahwa "Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi." Pada penelitian ini akan digunakan teknik pengambilan sampel jenuh (*Total Sampling*). Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni berjumlah 43 orang dengan teknik *Sampling Non Probability* dan kategori *Purposive Sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan di dalam penelitian ini digunakan teknik survei dengan angket. Instrumen variabel penelitian diperoleh melalui jawaban responden dengan memberikan tanda pada setiap kategori pernyataan yang disusun berdasarkan skala Likert 5 poin. Setiap jawaban responden akan diberi skor, dan jumlah skor menunjukkan tinggi rendahnya masing- masing variabel yang diukur. Skor yang diberikan pada setiap jawaban responden adalah:

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5.
2. Setuju (S) dengan skor 4.
3. Cukup Setuju (CS) dengan skor 3.
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2.
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif, yaitu suatu analisis untuk yang menguraikan pemberian motivasi kerja terhadap produktivitas kerja karyawan.
2. Analisis Regresi Linear Sederhana yakni suatu analisis untuk mengetahui bagaimana variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen secara individual. Analisis ini digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh motivasi terhadap peningkatan produktivitas pegawai dengan menggunakan rumus Regresi Sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah	
	Responden	%
20-29	2	4,7
30-39	2	4,7
40-49	10	23,5
50-59	29	67,1
Total	43	100

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Berdasarkan karakteristik usia responden, data menunjukkan bahwa jumlah responden terendah berada di rentang usia 20-29 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 4,7%. Kemudian jumlah responden tertinggi berada pada rentang usia 50-59 tahun sejumlah 29 orang atau 67,1%. Rentang usia 50-59 termasuk dalam segmen usia pegawai paruh baya. Segmen ini termasuk ke dalam segmen usia yang sangat membutuhkan dorongan motivasi untuk menunjang peningkatan produktivitas kerja, dikarenakan rentang usia tersebut merupakan usia menjelang masa purna tugas pada KPPN Malang.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Pria	19	44,6
Wanita	24	55,4
Jumlah	36	100

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Berdasarkan Tabel 2, profil responden dalam penelitian ini adalah 24 responden perempuan (55,4%) dan 19 responden laki-laki (44,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang terbesar adalah perempuan, sehingga pegawai perempuan yang lebih dominan dalam menjalankan tugas-tugas yang ada di KPPN Malang. Pegawai perempuan juga cenderung memiliki tingkat perubahan emosi dan beban pikiran yang cukup tinggi, sehingga responden perempuan termasuk ke dalam segmen yang sangat membutuhkan dorongan motivasi untuk menunjang peningkatan produktivitas kerja.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir		
Pendidikan	Responden	Persentase (%)
Sekolah Menengah Atas	20	46,5%
Diploma I (Keu.)	1	2,3%
Diploma III (Keu.)	5	11,6%
Strata I / Sarjana	15	34,9%
Strata II / Magister	2	4,7%
Total	43	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa mayoritas pegawai di KPPN Malang memiliki latar belakang pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan jumlah 20 orang pegawai (46,5%). Hal ini menunjukan bahwa sumber daya manusia di KPPN Malang mayoritas telah memiliki pengalaman/masa bhakti dan jam kerja yang mumpuni sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dimaksudkan untuk dapat melakukan pengujian keabsahan dan keandalan jawaban responden dalam suatu kuesioner. Pengujian validitas dapat diproses melalui *Korelasi Pearson* yaitu dengan melihat total item instrumen (dalam satu variabel) kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} nya. Jumlah kuesioner dalam penelitian ini adalah sebanyak 43 kuesioner. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05. Jadi r_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0.2542. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Motivasi

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Taraf Sig. α	Keterangan
Motivasi (X)	X.1	0,499	0.2542	0.05	Valid
	X.2	0,514	0.2542	0.05	Valid
	X.3	0,324	0.2542	0.05	Valid

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Taraf Sig. α	Keterangan
Motivasi (X)	X.4	0,623	0.2542	0.05	Valid
	X.5	0,748	0.2542	0.05	Valid
	X.6	0,789	0.2542	0.05	Valid
	X.7	0,427	0.2542	0.05	Valid
	X.8	0,720	0.2542	0.05	Valid
	X.9	0,672	0.2542	0.05	Valid
	X.10	0,546	0.2542	0.05	Valid

Sumber: Output data SPSS, Diolah, 2018

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Produktivitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Taraf Sig. α	Keterangan
Produktivitas (Y)	Y.1	0,924	0.2542	0,05	Valid
	Y.2	0,924	0.2542	0,05	Valid
	Y.3	0,924	0.2542	0,05	Valid
	Y.4	0,834	0.2542	0,05	Valid
	Y.5	0,812	0.2542	0,05	Valid
	Y.6	0,606	0.2542	0,05	Valid

Sumber: Output data SPSS, Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5 yakni hasil pengujian validitas atas butir instrumen penelitian yang menunjukkan bahwa untuk masing-masing item pernyataan dari variabel motivasi dinyatakan valid, sebab r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Kemudian berdasarkan tabel 5 yakni hasil pengujian validitas atas butir instrumen penelitian yang menunjukkan bahwa untuk masing-masing item pernyataan dari variabel produktivitas pegawai juga dinyatakan valid, sebab r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Selanjutnya dapat disajikan pengujian reabilitas untuk setiap variabel yang dapat dilihat melalui tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
1.	Motivasi (X)	0,915	0,7	Reliabel
2.	Produktivitas (Y)	0,740	0,7	Reliabel

Sumber: Output data SPSS, Diolah, 2018

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan tentang sifat suatu alat ukur apakah cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang diinginkan. Jika nilai *Cronbach Alpha* >0,70, maka sebuah variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Motivasi lebih besar dari 0,70 yaitu 0,915, maka variabel motivasi (X) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* >0,70. Selanjutnya berdasarkan tabel 6, nilai *Cronbach Alpha* untuk

variabel Produktivitas lebih besar dari 0,70 yaitu 0,740, maka variabel produktivitas (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* >0,70.

Uji Hipotesis

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variabel bebas, yaitu variabel Motivasi (X) terhadap variabel produktivitas kerja (Y) pada KPPN Malang. Pengujian ini dilakukan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan jumlah sampel (n) = 43 orang dan jumlah variabel (k) = 2 sehingga *degree of freedom* (df) yang dihasilkan adalah:

$$df = n - k$$

$$df = 43 - 2$$

$$df = 41$$

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig	Keputusan terhadap Ha
Konstanta (a)	11,458	3,345	2.01954	0,002	Diterima
T.X	0,353	4,618	2.01954	0,000	

Sumber: Output data SPSS, Diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan *degree of freedom*, diperoleh hasil sejumlah 41, sehingga t_{tabel} ke-41 adalah 2,01954. Dari perhitungan SPSS diperoleh nilai t_{hitung} adalah 4,618 dengan demikian nilai t_{hitung} motivasi adalah 4,618 > 2.01954 atau tingkat signifikan t motivasi adalah 0,000 < taraf signifikansi (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi (X) terhadap produktivitas (Y).

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana, hal ini dikarenakan dalam penelitian ini hanya terdapat dua variabel yaitu variabel Bebas (Motivasi) dan variabel terikat (Produktivitas). Tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh Motivasi terhadap Produktivitas pegawai di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian yaitu:

$$Y' = a + Bx$$

Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 11,458 + 0,353X$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

x = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Dari persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta (a) = 11,458 artinya produktivitas kerja pegawai di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang akan bernilai sebesar 11,458 jika variabel motivasi tidak ikut mempengaruhi produktivitas kerja pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang. Dengan kata lain jika variabel independen bernilai nol, maka produktivitas kerja pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang akan bernilai 11,458.
- b. Koefisien Regresi (b) = 0,353 artinya setiap peningkatan (penambahan) 1% variabel Motivasi (X) akan meningkatkan variabel produktivitas (Y) sebesar 0,353. Jika variabel Motivasi (X) memiliki kecenderungan menurun maka produktivitas kerja (Y) juga akan menurun.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,342	,326	2,08005
a. Predictors: (Constant), Motivasi				

Sumber: Output data SPSS, Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien determinasi R^2 sebesar 0,342 atau 34,2% sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X) terhadap Produktivitas (Y) sebesar 34,2% sedangkan persentase dari variabel lain yang tidak diteliti atau yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini sebesar 65,8%. Ada kemungkinan ini terjadi karena variabel independen yang terdiri dari motivasi (X) belum mampu menggambarkan pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu produktivitas (Y) kerja pada KPPN Malang, sehingga mungkin ada penambahan variabel-variabel independen di luar variabel dependen produktivitas (Y) kerja di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Malang.

Pembahasan

Variabel Motivasi (X) memiliki lima indikator, yakni kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualitas. Total keseluruhan indikator diukur melalui sepuluh *item*. Merujuk pada Tabel 2 halaman 43, dari jawaban responden untuk indikator motivasi yang meliputi item pernyataan memiliki keinginan kehidupan yang lebih baik mendapat kelangsungan pekerjaannya dan jaminan akan hari tua, adanya interaksi yang lebih erat dengan orang lain, adanya interaksi yang berkaitan dengan kebutuhan, adanya kelompok kerja yang kompak dan adanya rekreasi bersama, keinginan untuk dihormati dalam bekerja, keinginan untuk dihargai dalam bekerja, dan pengembangan akan potensi yang sesungguhnya Respon yang diberikan responden positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi (X) berpengaruh terhadap produktivitas kerja (Y). Berdasarkan hasil Uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4,618 > t_{tabel} 2,01954$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil analisa regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel Motivasi (X) memiliki koefisien regresi sebesar 0,353 artinya setiap peningkatan 1% variabel Motivasi (X) akan meningkatkan produktivitas (Y) sebesar 0,353. Jika variabel Motivasi (X) memiliki kecenderungan menurun maka produktivitas kerja (Y) juga akan menurun.

Hasil analisa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,342 yang artinya besar koefisien pengaruh variabel Motivasi (X) terhadap variabel Produktivitas Kerja (Y) pada KPPN Malang sebesar 34,2% sedangkan sisanya 65,8% dipengaruhi

oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hasil ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azarine (2014) dan Damayanti (2005) yang menyatakan bahwa motivasi sudah berperan baik dalam meningkatkan produktivitas karyawan, meskipun secara statistik belum menunjukkan hasil yang sangat signifikan, namun tetap memiliki pengaruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel motivasi (X) terhadap variabel produktivitas kerja (Y) pegawai di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Malang. Berdasarkan hasil Uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4,618 > t_{tabel} 2,01954$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,342 yang artinya besar koefisien pengaruh variabel Motivasi (X) terhadap variabel Produktivitas Kerja (Y) pada KPPN Malang sebesar 34,2% sedangkan sisanya 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti

Saran

1. Perlunya KPPN Malang meningkatkan kelima variabel dari motivasi kerja karyawan diantaranya kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan prestasi, kebutuhan aktualisasi diri, terutama variabel kebutuhan akan rasa aman. Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan produktivitas kerja.
2. Sebaiknya KPPN Malang mulai memperdalam analisis identifikasi terhadap hal-hal lain yang dapat meningkatkan motivasi kerja pegawai dari berbagai level. Peningkatan motivasi kerja pegawai akan berbanding lurus dengan peningkatan produktivitas kerja, peningkatan kredibilitas serta penciptaan kepercayaan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Azarine, Aurora Vito. 2014. *Tugas Akhir Hubungan Motivasi Dan Produktivitas Kerja Karyawan Di PT Gatra Mapan Malang*. Administrasi Bisnis. Politeknik Negeri Malang
- Damayanti, Retno. 2005. *Skripsi Pengaruh Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan CV Bening Natural Furniture Di Semarang*. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.
- Kadarisman. 2012. *Manajemen Kompensasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmawati, Desi. 2013. *Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PR Fajar Berlian Tulungagung*. Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO Vol. 1.No.1 Tahun 2013 Halaman 1-15.
- Rismalasari. 2014. *Skripsi Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Sermani Steel Makassar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN Alauddin Makassar
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Penerbit Alfabeta
- Sunyoto, Danang Hadi. 2015. *Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. Yogyakarta:CAPS.
- Wibowo. 2011. *Manajemen Kinerja*. Cetakan ke 4. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Wright, P., Gardner, T., Moynihan, L. & Allen, M. 2005. *Hubungan antara Praktek SDM dan Kinerja Perusahaan: Memeriksa Urutan Kausal*. Personil Psikologi, 58, 409-413
- Yusuf, Burhanuddin. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Eempiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI 2013 – 2015)

Dewi Purwati
STIE Widya Gama Lumajang
email: purwatid136@gmail.com

Noviansyah Rizal
STIE Widya Gama Lumajang
email: noviansyah.rizal@gmail.com

M. Munir
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepemilikan publik terhadap kinerja, kepemilikan manajerial terhadap kinerja, dan kepemilikan asing terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode penelitian 2013-2015. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Dan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sebanyak 13 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang sesuai dengan kriteria dan menjadi sampel. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian analisis linier berganda dengan tingkat signifikansi 0.05, maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu: (1) kepemilikan publik mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2013-2015, dengan tingkat signifikansi 0.030, (2) kepemilikan manajerial tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2013-2015 dengan tingkat signifikansi 0.289, (3) kepemilikan asing tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2013-2015 dengan tingkat signifikansi 0.255.

Kata kunci: Struktur kepemilikan publik, Struktur kepemilikan manajerial, Struktur kepemilikan asing, ROA.

Abstract

The purpose of this research is to know influence of public ownership to performance, managerial ownership to performance, and foreign ownership to company performance at a food and beverage manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange during the study period 2013-2015. The population in this research is all food and beverage manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) period 2013-2015. And for sampling technique in this research that is by using purposive sampling method, as many as 13 companies manufacturing food and beverage sector in accordance with criteria and become sample. As for the data analysis techniques used in this study is using multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of multiple linear analysis with significance level of 0.05, the conclusion of this research are: (1) public ownership has influence to company performance in food and beverage manufacturing sector period 2013-2015, with significance level 0.030, (2) managerial ownership has no influence to company performance in food and beverage manufacturing sector period 2013-2015 with significance level 0.289, (3) foreign ownership has no effect to company performance in food and beverage manufacturing sector period 2013-2015 with significance level 0,255.

Keywords: Structure of public ownership, Managerial ownership structure, Foreign ownership structure, ROA.

PENDAHULUAN

Dalam suatu perusahaan sering terjadinya suatu masalah persaingan dalam usaha yang kompetitif untuk membuat perusahaan memperbaiki kinerja dan mengembangkan usaha tersebut agar tetap bisa berkembang. Tujuan dalam mendirikan sebuah usaha adalah mengoptimalkan nilai perusahaan agar semakin tinggi nilai perusahaan semakin makmur pemilik atau para pemegang saham tersebut. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih luas dari memaksimalkan laba, pada dasarnya ada beberapa alasan dalam memaksimalkan nilai yaitu memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang, dalam memaksimalkan nilai juga berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan dan mutu dari arus dana yang diharapkan diterima dimasa yang akan datang (Weston & Copeland,1995:1) dalam Diah dan Erman (2009). Penyatuan kepentingan pemegang suatu saham, dan manajemen yang merupakan pihak-pihak yang mempunyai suatu kepentingan terhadap tujuan perusahaan yang seringkali menimbulkan suatu masalah keagenan (*agency problem*). Salah satu barometer aktivitas pasar modal di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia, karena memiliki frekuensi perdagangan dan variasi harga yang besar dan tinggi. Perusahaan-perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI), pada umumnya merupakan perusahaan yang telah memiliki struktur organisasi terpisah antara pihak pemilik dan pengelolanya. Pemilik terdiri dari para pemegang saham dan *stakeholder*, sedangkan pihak pengelolanya terdiri dari pihak manajemen yang ditunjuk oleh pemilik untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Pengelolaan perusahaan di Indonesia yang *listing* di BEI dinilai belum efektif, hal tersebut dinyatakan oleh Kurniawan & Indriantoro (2000) bahwa penyebabnya adalah struktur kepemilikan perusahaan yang didominasi oleh keluarga, sehingga tidak ada pemisahan yang jelas antara kepemilikan dan pengaturan perusahaan, menyebabkan manajemen perusahaan cenderung hanya berpihak pada salah satu pemilik saja.

Diantara berbagai macam sektor perusahaan yang *listing* di BEI, perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor perusahaan yang diharapkan mempunyai prospek cerah dimasa yang akan datang karena semakin pesatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan ekonomi di negara Indonesia yang menjadikan sektor perusahaan manufaktur sebagai lahan paling strategis untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dalam berinvestasi. Struktur kepemilikan yaitu para pemegang saham yang bukan dari pihak luar (*Outsider Ownership*) melainkan masyarakat atau pihak lokal yang ikut menanam modal atau saham mereka dalam suatu perusahaan. Struktur kepemilikan tersebut menjelaskan komitmen dari pemiliknya untuk menyelamatkan perusahaan (Wardhani, 2007 : 09). Wahyudi & Pawesti (2006 : 13).

Struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan kinerja perusahaan. Ada dua aspek yang perlu dipertimbangkan ialah (1) konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*) dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajer (*manager ownership*). Pemilik perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer karena kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar terlibat dalam urusan bisnis perusahaan sehari-hari (Widyastuti, 2004). Struktur kepemilikan akan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan. Setiawan (2006) juga mengatakan bahwa para investor jarang berada dalam posisi dimana mereka dapat mengamati secara langsung apakah investasi yang dipercayakan pada perusahaan dipergunakan secara optimal atau tidak.

Berdasarkan pada uraian sebelumnya yang terkait dengan mulai diterapkannya struktur kepemilikan didalam perusahaan di Indonesia, dimensi struktur kepemilikan memiliki pengaruh yang signifikan bagi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan yaitu maksimalisasi nilai perusahaan. Pada penelitian sebelumnya juga terdapat perbedaan hasil penelitian antara beberapa penelitian mengenai struktur kepemilikan terhadap kinerja perusahaan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh kepemilikan manajerial dengan menambahkan variabel independen yaitu kepemilikan publik, kepemilikan asing dikarenakan variabel tersebut juga masih merupakan variabel struktur kepemilikan yang berhubungan dengan kinerja perusahaan.

Beberapa hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis untuk mengadakan penelitian yang bermaksud menganalisis pengaruh antara kepemilikan manajerial yang tinggi, meningkatnya kepemilikan publik dan kepemilikan asing dalam suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan di Indonesia, khususnya sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Struktur Kepemilikan

Suswito (2009) menjelaskan bahwa keberhasilan penerapan *corporate governance* tidak terlepas dari struktur kepemilikan perusahaan. Struktur kepemilikan tercermin baik melalui instrumen saham

maupun instrumen utang sehingga melalui struktur tersebut dapat ditelaah kemungkinan bentuk masalah keagenan yang akan terjadi.

Kepemilikan Publik

Untuk mencapai suatu tujuan utama suatu perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaannya, diperlukan pendanaan yang dapat diperoleh baik melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal. Masalah pendanaan berpengaruh pada tingkat kapitalisasi modal. Tingkat kapitalisasi modal yang rendah merupakan salah satu alasan kegagalan perusahaan (Gladstone, 2010 : 20). Sumber pendanaan eksternal yang dimaksud diatas dapat diperoleh antara lain melalui saham dari masyarakat (publik). Untuk menggerakkan ekonomi secara riil tidak bisa hanya dari konsumsi, secara fundamental diperlukan investasi. Salah satunya adalah pasar modal, terutama untuk memulihkan kepercayaan investor.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi yang menggambarkan adanya kepemilikan saham oleh manajer dalam sebuah perusahaan. Menurut Nur'aeni (2010) kepemilikan saham manajerial didefinisikan sebagai proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen, yang dapat diukur dari persentase saham biasa yang dimiliki oleh pihak manajemen yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan. Secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah maka insentif untuk memonitor terhadap kemungkinan terjadi perilaku oportunistik manajer akan meningkat (Nur'aeni, 2010). Kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan dapat dipandang sebagai cara untuk menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham diluar manajemen, sehingga masalah keagenan dapat diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer adalah juga sebagai seorang pemilik (Jansen dan Meckling, 1976).

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing diharapkan menjadi salah satu cara meningkatkan teknologi perusahaan dalam negara berkembang, melalui impor langsung dari modal baru dan teknologi baru (Benfratello and Sembenelli, 2002; Kozlov et al, 2000 dalam Haat, 2008).

Kinerja Perusahaan

Penilaian kinerja merupakan suatu bentuk refleksi kewajiban dan tanggung jawab untuk melaporkan kinerja, aktivitas dan sumber daya yang telah dipakai, dicapai dan dilakukan. Untuk menilai apakah tujuan yang telah ditetapkan sudah dicapai bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Hal ini karena hal tersebut menyangkut aspek-aspek manajemen yang tidak sedikit jumlahnya. Karena itu, kinerja perusahaan dapat dinilai melalui berbagai macam indikator atau variabel untuk mengukur keberhasilan perusahaan. Namun, secara umum penilaian kinerja perusahaan berfokus pada informasi kinerja yang berasal dari laporan keuangan.

METODE PENELITIAN

RANCANGAN PENELITIAN

Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut. Hipotesis dari penelitian ini berdasarkan permasalahan dan tujuan yang akan dicapai dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif.

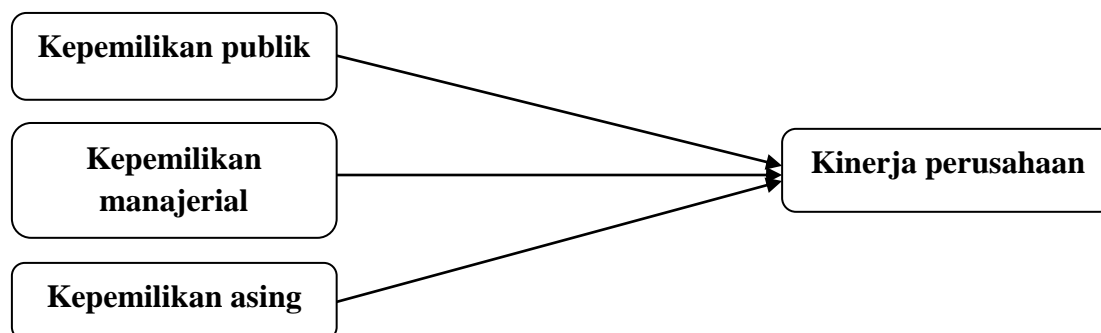
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dokumentasi, yaitu dengan cara pencatatan sistematis terhadap perilaku subjek tanpa adanya komunikasi dengan subjek yang bersangkutan. Menurut Paul Otlet, dokumentasi adalah suatu kegiatan berupa pengumpulan, pengelolaan, penyimpanan, penemuan kembali, dan penyebaran suatu dokumen. Dalam pengumpulan data ini peneliti mengambil data berupa laporan keuangan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Data yang akan diambil berdasarkan dokumen-dokumen seperti laporan laba-rugi, neraca, tanggal penyampaian laporan keuangan ke bapepam, laporan saham yang beredar, dan sebagainya.

VARIABEL PENELITIAN

Identifikasi variabel

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel. Pertama yang menjadi variabel dependennya yaitu Kinerja Perusahaan yang diukur menggunakan ROA (Y), dan yang menjadi variabel independennya adalah Kepemilikan Publik (X1), Kepemilikan Manajerial (X2), dan Kepemilikan Asing (X3).



Gambar 01

TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu untuk menguji pengaruh kepemilikan publik, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing terhadap kinerja perusahaan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu: Mengumpulkan seluruh data, mengidentifikasi, menghitung dan mengolah data, melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan *software SPSS* dan mendiskripsikan hasil *output SPSS*. Sebelum melakukan uji regresi berganda, harus dilakukan beberapa uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedasitas serta uji multikolonieritas. Dan yang terakhir adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis ini dapat dilakukan dengan uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji f) dan uji partial (uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI ASUMSI KLASIK

Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat atau bebas dari adanya autokorelasi.

Tabel 01
Hasil uji autokorelasi

	Nilai
R	0.318 ^a
R square	0.318
Durbin Watson	1.831

Sumber : hasil output SPSS

Dari hasil pengolahan data pada tabel hasil uji autokorelasi diatas, diperoleh nilai Durbin - Watson hitung sejumlah 1.831, nilai ini nantinya akan dibandingkan dengan Kriteria Durbin Watson Tabel, dimana nilai tersebut terletak pada nilai DW diantara -2 sampai 2 maka tidak terjadi autokorelasi, dan kesimpulannya adalah tidak terdapat autokorelasi sesuai dengan tingkat pengujian menggunakan kriteria pada tabel Durbin – Watson pada teknik analisis data yang sudah ditentukan.

Berdasarkan nilai R pada tabel diatas menunjukkan angka sebesar 0.318, dimana R ini adalah nilai simbol dan koefisien korelasi. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan dari variabel struktur kepemilikan publik (X1), manajerial (X2), asing (X3), dan ROA (Y) bisa di kategorikan lemah. Untuk nilai R square menunjukkan angka sebesar 0.101 dimana dalam hal ini berarti bahwa variabel struktur kepemilikan publik (X1), manajerial (X2), asing (X3) berkontribusi sebesar 10,1% terhadap variabel ROA. Sedangkan 89.9% dipengaruhi faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

UJI MULTIKOLONIERITAS

Tabel 02
hasil uji multikolonieritas

Model	Sig	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.000		

Publik	.440	.876	1.141
Manajerial	.510	.920	1.088
Asing	.195	.951	1.052

Sumber: output SPSS

Dari hasil tabel diatas Nilai VIF untuk variabel struktur kepemilikan publik sebesar 1.141, variabel struktur kepemilikan manajerial sebesar 1.088, dan variabel struktur kepemilikan asing sebesar 1.052, sedangkan untuk nilai tolerance-nya adalah untuk struktur kepemilikan publik sebesar 0.876, struktur kepemilikan manajerial sebesar 0.920, struktur kepemilikan asing sebesar 0.951, Karena nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan tolerance > 0,1 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dari variabel bebas.

UJI HETEROKEDASITAS

Dari gambar tabel hasil output SPSS uji heterokedasitas dapat diketahui bahwa sebaran titik membentuk pola/alur tertentu. Hal ini masih meragukan karena titik-titiknya tidak menyebar disekitar nol secara merata dan kesimpulan yang didapat bahwa terjadi heterokedasitas pada model regresi.

UJI HIPOTESIS

Tabel 03
 Hasil pengujian hioptesis

No.	Variabel	Uji t	Uji f
1	Kepemilikan public	0.030	0.087
2	Kepemilikan manajerial	0.289	
3	Kepemilikan asing	0.255	

Sumber: hasil output SPSS

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Patokan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi yang dihasilkan dengan alpha 0.05 atau dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Setelah itu melihat nilai β untuk melihat arah hipotesis. Berdasarkan hasil olahan data statistik pada Tabel 4.11 hasil pengujian hipotesis, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Dimana diperoleh nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa struktur kepemilikan publik berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dengan demikian **hipotesis pertama (H1) diterima**.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu struktur kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Dimana diperoleh nilai signifikansi $0,289 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dengan demikian **hipotesis kedua (H2) ditolak**.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu struktur kepemilikan asing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Dimana diperoleh nilai signifikansi $0,255 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa struktur kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dengan demikian **hipotesis ketiga (H3) ditolak**.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jayesh Kumar (2004) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara struktur kepemilikan publik terhadap kinerja perusahaan. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maman Setiawan (2006), yang menyatkan bahwa bahwa variabel struktur kepemilikan yang dilihat dari proporsi kepemilikan publik dan kepemilikan asing, keduanya memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 04
 Hasil regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3.612	.695	
Publik	-.412	.183	-.364
Manajerial	.781	.725	.171

Asing	-.184	.159	-.180
-------	-------	------	-------

Sumber: hasil output SPSS

Analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Berikut hasil olahan regresi yang diperoleh: Berdasarkan hasil yang terdapat pada Tabel Hasil Uji Regresi Berganda, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.612 - 0.412 (X1) + 0.781 (X2) - 0.184 (X3)$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut, dalam hal ini berarti :

Konstanta (α)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3.612. Hal ini berarti jika variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) 0 atau tidak terjadi peningkatan, maka besarnya ROA yang terjadi adalah sebesar 3.612.

Nilai koefisien regresi variabel struktur kepemilikan publik (X_1) sebesar 0.412. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan struktur kepemilikan publik akan mengakibatkan terjadinya penurunan ROA sebesar 0.412.

Nilai koefisien regresi variabel struktur kepemilikan manajerial (X_2) sebesar 0.781. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan struktur kepemilikan manajerial akan mengakibatkan terjadinya kenaikan ROA sebesar 0.781.

Nilai koefisien regresi variabel struktur kepemilikan asing (X_3) sebesar 0.184. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan struktur kepemilikan asing akan mengakibatkan terjadinya penurunan ROA sebesar 0.184.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepemilikan publik terhadap kinerja, kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan, dan kepemilikan asing terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode penelitian 2013-2015. Berdasarkan pendahuluan, landasan teori dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Struktur kepemilikan publik mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

Struktur kepemilikan manajerial tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

Struktur kepemilikan asing tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut: Bagi para peneliti selanjutnya, dengan adanya penelitian ini diharapkan para peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian ini lebih lanjut hal-hal yang berkaitan dengan struktur kepemilikan modal dan kinerja perusahaan. Dengan menambah periode penelitian, mengganti objek penelitian pada sektor atau indeks tertentu, mengganti proksi yang digunakan, dan menambah variabel penelitian misalnya faktor-faktor yang mempengaruhi struktur kepemilikan modal, Memberi peluang untuk penelitian berikutnya dengan menambah variabel independen atau variabel kontrol yang memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan, sehingga diharapkan dapat menjelaskan seluruh hubungan variable, Selain itu penelitian ini dapat dilakukan dengan periode yang berbeda, sehingga diharapkan hasil penelitian selajutnya dapat menjelaskan dengan kondisi perekonomian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Andayani, Tutut Dwi. 2010. *"Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba"* (Studi Pada perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang.

Diyah Pujiati dan Erman Widanar. 2009. *"Pengaruh Struktur Kepemilika Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening."* *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura*. Vol. 12. No.1, h. 71-86.

Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke – 2. Alfabeta : Bandung.

- Indriastiti, Dessy P.P. 2008. *Hubungan Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Perusahaan . Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UNDIP: Semarang*
- Jumingan. 2006. *“Analisa Laporan Keuangan”*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Lisa. 2013. *Manajerial, Kepemilikan Institusional, Resiko, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen dalam Perspektif Teori Keagenan, Proceeding Simposium Nasional Akuntansi IX, Agustus 2006, Padang.*
- Melinda, F.I, dan Bertha S. Sutejo. 2008. *Interdependensi Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan. Jounal Manajemen dan Bisnis. (Online) Vol 7 No.2*(<http://www.wawasanpendidikan.com/2016/09/pengerian-kepemilikan-manajerial-menurut-pendapat-ahli.html>). Diakses 5 Februari 2018.
- Nasution dan Setiawan, 2007. *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi X.*
- Putri, Imanda, Firmantyas, Sidharta. 2006. *“Analisis Persamaan Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Resiko, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen dalam Perspektif Teori Keagenan,”* Proceeding Simposium Nasional Akuntansi IX, Agustus 2006, Padang.
- Sartono. 2010. *Interdependensi Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan. Jounal Manajemen dan Bisnis. Vol 7 No.2*
- Seftianne. 2011. *Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi ukuran perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi X Ikatan Akuntan Indonesia. h. 29.* (<http://anggyansyah.blogspot.co.id/>)
- Setiyadi. 2007. *Kepemilikan Manajerial Dan Institusional, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva Dan Profitabilitas Terhadap kebijakan hutang. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Vol 11 No. 3*
- Suswito. 2009. *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Yang Termasuk Sepuluh Besar Menurut Corporate Governance Perception Index (CGPI). Skripsi Akuntansi. Medan: Universitas Sumatera Utara.*
- Wahyudi, Untung dan Hartini P. Pawestri. 2006. *Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Inetrving. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.*

Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113**Tahun 2014 Di Desa Sruni Kecamatan Klakah****Kabupaten Lumajang**

Muhamad Ghodim¹
STIE Widya Gama Lumajang
email :muhamadghodim@gmail.com

Ratna Wiyanti Daniar Paramita²
STIE Widyagama Lumajang
email : pradnyataj@gmail.com

Muchamad Taufiq³
STIE Widyagama Lumajang
email :muchamadtaufiqmh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penyajian Laporan Keuangan Desa pada Pemerintahan Desa Sruni kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang telah disajikan berdasarkan Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa dengan beberapa catatan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder yang berupa hasil pengumpulan data dalam bentuk publikasi,laporan,dokumen,dan dokumen lain yang bersangkutan dengan penelitian ini. Sementara sumber internal diperoleh langsung dari kantor Pemerintah Desa Sruni pada tahun anggaran 2016-2017.

Kata Kunci:Laporan Keuangan, Pendapatan Desa,Belanja Desa.

Abstract

This study aims to determine the presentation of Village Financial Reports in Sruni Village Government Klakah Sub-district of Lumajang Regency has been presented based on Permendagri Number 113 Year 2014 on the management of village finances with some notes. This research uses qualitative deskriptif research. The types and sources of data used in this study consist of secondary data in the form of data collection in the form of publications, reports, documents and other documents concerned with this research. While the internal source is obtained directly from the office of the Sruni Village Government in the fiscal year 2016-2017.

Keywords: Financial Report, Villagel ncome, Village Expenditure.

PENDAHULUAN**Latar Belakang Masalah**

Peraturan menteri dalam negeri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa menjelaskan tahapan yang harus dilaksanakan setiap desa mulai dari perencanaan, pelaksanaan,

pengelolaan, penatausahaan, pertanggungjawaban dan pengawasan. Tujuan peneliti untuk menganalisa bagaimana Desa Sruni dapat menjalankan pengelolaan keuangan desa serta sejauh mana aturan-aturan terkait pengelolaan keuangan Desa Sruni dengan yang ada di permendagri nomor 113 tahun 2014 Desa Sruni merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Klakah kabupaten Lumajang yang jauh dari pusat keramaian sehingga tidak menutup kemungkinan pengawasan tentang pengelolaan keuangan desa sangat terbatas.

Batasan Masalah

Laporan keuangan desa yang akan diteliti dibatasi hanya pada lingkungan Desa Sruni dan hanya pada Tahun Anggaran 2016 dan 2017. Peneliti membandingkan dengan permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kesesuaian pengelolaan keuangan Desa Sruni Tahun Anggaran 2016-2017 dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa aturan-aturan terkait pengelolaan Keuangan Desa Sruni berdasarkan Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa Tahun Anggaran 2016-2017.

Kajian Teori

Desa

Undang-undang Nomor 6 tahun 2014 tentang desa menjelaskan bahwa Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang m berwenang untuk mengatur seputar pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat, hak asal usul dan /atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Azas-Azas Pengelolaan Keuangan Desa

Pengelolaan keuangan desa dikelola berdasarkan azas-azas dalam permendagri nomor 113 tentang pengelolaan keuangan desa yaitu azas transparan, akuntabel, partisipatif, tertib dan disiplin anggaran.

Keuangan Desa

APB Desa bertujuan membangun masyarakat desa yang disetujui oleh badan permusyawaratan desa. Dalam Permendagri nomor 113 tahun 2014, terdiri dari pendapatan desa, Belanja desa, Pembiayaan desa.

Pengelolaan Keuangan Desa

Permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa dijelaskan bahwa "Pengelolaan keuangan desa adalah keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban dan pengawasan".

Perencanaan Keuangan Desa

Berdasarkan permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa disebutkan bahwa sekretaris melakukan penyusunan rencana APB Desa berdasarkan RKP Desa tahun berjalan. Selanjutnya sekretaris desa menyampaikan laporan tersebut kepada kepala desa.

Pelaksanaan Keuangan Desa

Berdasarkan permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa menjelaskan semua pengeluaran dan penerimaan desa untuk memberi kewenangan desa dilaksanakan dengan rekening kas desa. Khusus untuk desa yang belum mempunyai layanan perbankan didaerahnya maka aturannya dibuat oleh pemerintah kabupaten/kota. Seluruh pengeluaran dan penerimaan desa harus didukung bukti oleh bukti yang lengkap dan sah. Selain itu pemerintah desa tidak boleh membuat pungutan liar diluar yang telah disepakati diperaturan desa. Bendahara dapat menyimpan dalam kas

desa dengan jumlah tertentu untuk mencukupi kebutuhan operasional pemerintah desa.

Penatausahaan Keuangan Desa

Penatausahaan keuangan desa dilaksanakan oleh bendahara desa. Bendahara desa harus mencatat setiap pengeluaran dan penerimaan dan melaksanakan tutup buku setiap akhir bulan secara tertib. Bendahara desa harus mempertanggungjawabkan kebenaran laporan keuangan desa. Bendahara menyampaikan laporan kepada kepala desa setiap bulan paling lama tanggal 10 bulan selanjutnya.

Pelaporan Keuangan Desa

Kepala desa mengemukakan laporan realisasi anggaran APB Desa tahun anggaran berkenan kepada Bupati/Walikota berupa: laporan semester pertama seperti laporan realisasi APB Desa disampaikan maksimal bulan juli tahun berjalan. Serta laporan semester akhir tahun disampaikan paling lambat bulan Januari tahun selanjutnya.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa

Kepala Desa melaporkan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APB Desa kepada Bupati/Walikota setiap akhir tahun anggaran untuk penyampaian Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APB Desa yang terdiri dari pendapatan, belanjadan pembiayaan Laporan realisasi APB Desa seperti yang sudah ditetapkan diperaturan desa.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang dipakai untuk penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ini digunakan dalam rangka mendapatkan data deskriptif merupakan kalimat tertulis dari orang atau sampel yang digunakan sebagai responden penelitian.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu pengelolaan keuangan Desa Sruni Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang.

Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini berasal dari internal Desa Sruni berupa dokumen-dokumen terkait pengelolaan keuangan Desa Sruni.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder data ini sudah ada sebelumnya. Sehingga peneliti bisa langsung memanfaatkannya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik dokumentasi dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data dari berbagai sumber baik secara pribadi atau kelembagaan.

Definisi Operasional Variabel

Pengelolaan keuangan desa

Pengelolaan keuangan desa merupakan keseluruhan kegiatan yang di dalamnya terdapat perencanaan, pengelolaan, penatausahaan, pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan desa.

Perencanaan Keuangan Desa

Perencanaan Keuangan Desa merupakan kegiatan untuk meramalkan pendapatan dan belanja untuk waktu tertentu dimasa yang akan datang. Tahap perencanaan keuangan desa dilakukan setelah tersusun RPJM Desa dan RKP Desa yang menjadi dasar untuk menyusun APB Desa yang merupakan hasil dari perencanaan keuangan desa.

Pelaksanaan Keunagan Desa

Pelaksanaan Keuangan Desa merupakan implementasi atau eksekusi dari Anggaran dan Pendapatan Bealanja Desa, termasuk untuk pelaksanaan keuangan desa diantaranya sebagai pengadaan barang dan jasa serta proses pembayaran. Tahap pelaksanaan keuangan desa merupakan beberapa agenda dalam melaksanakan APB Desa untuk satu tahun anggaran yang dimulai dari 1 Januari hingga 31 Desember.

Penatausahaan Keuangan

Desa Penatausahaan Keuangan Desa adalah beberapa kegiatan yang dilaksanakan secara cermat (teratur dan logis/masuk akal) perihal keuangan berpedoman prinsip ,standar, dan juga prosedur tertentu berdasarkan informasi actual (informasi sesungguhnya/fakta) berkenaan dengan keuangan dapat segera diperoleh. Tahapan ini adalah serangkaian pencatatan semua transaksi keuangan yang dilakukan pada satu tahun anggaran.

Pelaporan Keuangan Desa

Pelaporan Keuangan Desa merupakan kegiatan yang dilaksanakan guna mengemukakan hal-hal yang berhubungan dengan hasil pekerjaan yang sudah dilaksanakan selama satu periode tertentu sehingga bentuk pelaksanaan tanggungjawab untuk tugas dan kewajiban yang diberikan .laporan adalah sebuah bentuk pemaparan data dan informasi terkait suatu kegiatan yang sudah dilaksanakan selama satu periode tertentu sehingga bentuk pelaksanaan bentuk tanggungjawab atas tugas dan kewajiban yang dimandatkan. Laporan merupakan suatu bentuk penyajian data dan informasi terkait suatu kegiatan ataupun kegiatan yang berhubungan dengan suatu tanggungjawab yang ditugaskan.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa dilakukan setiap akhir tahun anggaran yang dilaporkan kepada Bupati/Walikota dan didalam forum musyawaran desa..

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif.
2. Menganalisis dan mengevaluasi pengelolaan keuangan desa.
3. Penyajian data,
4. Menyimpulkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Sruni pertama kali ditemukan oleh Bujuk Saroni. Desa Sruni terdiri dari 4 dusun dan kepala desa Sruni yang pertama adalah Sekarap

Hasil Analisis Data Pengelolaan Keuangan Desa

Pengelolaan keuangan desa adalah segala sesuatu yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, penatausahaan ,pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan desa (Permendagri, Pasal 1 Ayat 6 Nomor 113 Tahun 2014).

Perencanaan Keuangan Desa Sruni

Bagian pelaksanaan perencanaan keuangan Desa sruni adalah sekretaris desa, kepala desa dan Badan Permusyawaratan Desa. Sekretaris desa menyusun Rancangan Peraturan Desa tentang APB Desa berdasarkan RKP Desa tahun berjalan, Sekretaris desa menyampaikan laporan rancangan peraturan desa tentang APB Desa yang diwakilkan kepala desa dan disampaikan kepada Badan Permusyawaratan Desa untuk dibahas dan ditentukan bersama, rancangan peraturan desa tentang APB Desa yang telah ditentukan bersama ditunjukkan oleh kepala desa kepada Bupati/Walikota melalui camat paling lambat 3 hari erhitung setelah disepakati bersama.

Pelaksanaan Keuangan Desa Sruni

Pelaksanaan keuangan desa melibatkan perangkat desa terkait dan dalam pelaksanaannya semua penerimaan dan pengeluaran keuangan desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui kas desa, semua penerimaan dan pengeluaran desa harus disertai bukti yang lengkap dan sah, pemerintah desa dilarang melakukan pungutan diluar yang sudah ditetapkan dalam peraturan desa, bendahara desa dapat menyimpan uang dengan nominal tertentu dengan tujuan memenuhi kebutuhan operasional pemerintah desa. Pengeluaran keuangan desa yang mengakibatkan

beban APB Desa tidak dapat dilaksanakan sebelum rancangan peraturan desa tentang APB Desa ditetapkan menjadi peraturan desa, penggunaan pembiayaan tak terduga sebelumnya harus dibuat rincian anggaran biaya yang telah disahkan oleh kepala desa bendahara desa sebagai wajib pungut pajak penghasilan (PPh) dan pajak lainnya.

Penatausahaan Keuangan DesaSrui

Penatausahaan keuangan desa dilakukan oleh bendahara desa dimana bendahara desa harus melakukan pencatatan atas pengeluaran dan penerimaan serta melakukan tutup buku setiap akhir bulan secara tertib, bendahara desa wajib mempertanggungjawabkan keuangan desa melalui laporan pertanggungjawaban yang disampaikan setiap bulan kepada kepala desa dan paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya.

Pelaporan Keuangan Desa

Kepala desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APB Desa semester pertama dan semester akhir tahun kepada Bupati/Walikota, laporan realisasi pelaksanaan APB Desa disampaikan paling lambat pada akhir bulan Juli tahun berjalan, sementara laporan realisasi APB Desa semester akhir bulan Januari tahun berikutnya.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa

Fungsi yang terkait dalam sistem pertanggungjawaban pengelolaan keuangan desa adalah bendaharawan kepala desa. Kepala desa menyampaikan laporan realisasi anggaran APB Desa setiap tahun anggaran berjalan kepada Bupati/Walikota, serta laporan tersebut disampaikan kepada masyarakat secara tertulis dan melalui media yang mudah diakses oleh masyarakat setempat. Antaralain papan pengumuman, spanduk atau radio komunitas di desa.

Pembahasan Hasil penelitian Pengelolaan Keuangan Desa

Pengelolaan keuangan desa adalah segala sesuatu yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, penatausahaan, pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan desa (Permendagri, Pasal 1 Ayat 6 Nomor 113 Tahun 2014). Dengan data yang telah terkumpul pengelolaan keuangan Desa Srui telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan pedoman Permendagri Nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa meskipun ada beberapa kebijakan yang kurang sesuai.

Perencanaan Keuangan Desa Srui

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa dijelaskan bahwa sekretaris desa srui menyusun rancangan peraturan desa mengenai penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa Srui tahun berjalan. Sekretaris Desa Srui menyampaikan laporan itu kepada Kepala Desa Srui dan selanjutnya Kepala Desa Srui menyampaikan hal tersebut ke Badan Permusyawaratan Desa untuk disepakati bersama. Rentetan peristiwa di atas sudah sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa. Rancangan peraturan desa Srui sudah sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 dimana dalam Permendagri terhitung aling lambang setelah disepakati untuk dievaluasi dan untuk Desa Srui hal tersebut sudah sesuai karena disepakati (1) hal tersebut ditetapkan.

Pelaksanaan Pengelolaan Keuangan Desa srui

Berdasarkan Permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa menjelaskan semua pengeluaran dan penerimaan desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui rekening kas desa. Khusus bagi desa yang belum memiliki pelayanan perbankan di daerahnya maka pengaturannya ditetapkan oleh pemerintah kabupaten/kota. Seluruh pengeluaran dan penerimaan desa sebagaimana yang dimaksud harus didukung bukti oleh bukti yang lengkap dan sah. Selain itu pemerintah desa dilarang melakukan pungutan diluar yang sudah ditetapkan dalam peraturan desa. Bendahara dapat menyimpan dalam kas desa pada jumlah tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan operasional pemerintah desa. Desa srui sudah melaksanakan pengelolaan keuangan desa dengan baik dan sesuai dengan Permendagri nomor 113 tahun 2014 dan Desa Srui tidak melakukan pungutan selain yang sudah ditetapkan dalam peraturan desa.

Penatausahaan Keuangan DesaSrui

Penatausahaan keuangan desa dilakukan oleh bendahara desa dimana bendahara desa wajib melakukan pencatatan atas pengeluaran dan penerimaan serta melakukan tutup buku setiap akhir

bulan secara tertib, bendahara desa wajib mempertanggungjawabkan keuangan desa melalui laporan pertanggungjawaban yang disampaikan setiap bulan kepada kepala desa dan paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya. Selain itu ada ketidaksesuaian dalam penatausahaan keuangan Desa Sruni dimana Desa Sruni tidak dapat menyajikan laporan m Kekayaan Milik Desa yang seharusnya hal tersebut disajikan dalam bentuk neraca.

Pelaporan Keuangan Desa Sruni

Kepala desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa semester pertama dan semester akhir tahun kepada Bupati/Walikota, laporan realisasi pelaksanaan APBDesa disampaikan paling lambat pada akhir bulan juli tahun berjalan, sementara laporan realisasi APBDesa semester akhir bulan Januari tahun berikutnya. Desa Sruni melalui Kepala desa sudah menyampaikan laporan realisasi anggaran APBDesa tahun anggaran berkenaan kepada Bupati lumajang dan sudah tepat waktu sesuai yang tertuang dalam Permendagri Nomor 113 tahun 2014 yang menyebutkan kepala desa harus menyampaikan laporan realisasi APBDesa per semester tahun berjalan dan dilakukan 2kali dalam setahun.

Pertanggungjawaban Keuangan Desa

Fungsi yang terkait dalam system pertanggungjawaban pengelolaan keuangan desa adalah bendahara dan kepala desa. Kepala desa menyampaikan laporan realisasi anggaran APBDesa setiap tahun anggaran berjalan kepada Bupati/Walikota, serta laporan tersebut disampaikan kepada masyarakat secara tertulis dan melalui media yang mudah diakses oleh masyarakat setempat. Antara lain papan pengumuman, spanduk atau radio komunitas didesa. Desa Sruni menyampaikan laporan realisasi APBDesa kepada Bupati Lumajang dan menyampaikan informasinya kepada masyarakat melalui baliho dan papan informasi sesuai yang ada dalam permendagri nomor 113 tahun 2014.

KESIMPULANDANSARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan tentang pengelolaan keuangan Desa Sruni disimpulkan bahwa :

Pada tahun anggaran 2016-2017 Desa Sruni sudah menyesuaikan pengelolaan keuangan dengan yang ada dalam permendagri nomor 113 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan desa meskipun terdapat beberapa kekurangan seperti dalam penatausahaan keuangan desa. Pemerintah Desa Sruni belum bias menyajikan Laporan Kekayaan Milik Desa atau LKMD. LKMDd iperlukan untuk mengetahui kondisi Demografi Desa Sruni.

Saran

Diharapkan pada tahun anggaran berikutnya pemerintah Desa Sruni lebih mengandalkan perangkat desa sendiri agar tidak tergantung pada jasa pendamping desa. Lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas peranfkat Desa Sruni agar kedepannya dapat meminimalisir kesalahan di tahun anggaran selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Afkarima, Iza. 2016. *Analisis Penyajian Laporan Keuangan Pemerintah Desa Selok Awar*

Awar Kecamatan Pasirian Sesuai Peraturan Bupati Lumajang Nomor 33 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Desa Di Kabupaten Lumajang. STIEWIDYAGAMA : Lumajang

Bastian, Indra. 2015. *Akuntansi Untuk Kecamatan dan Desa.* Erlangga

Hoesada, Jan. 2016. *Bunga Rampai Akuntansi Pemerintahan.* Salemba Empat : Jakarta.

Dewanti, Elsa DwiWahyu. 2015. *Analisis Perencanaan Pengelolaan Keuangan Desa Di Desa Boreng.* (<http://repository.unej.ac.id>). Diakses 5 Desember 2017.

Taufik, Taufeni. *Pengelolaan Keuangan Desa Dalam Sisteem Keuangan Negara Republik Indonesia*. (Online).(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=31387&val=2268>). Di akses 5 Desember 2017

Satori, Djarn dan Aan Komariah. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA:

Bandung

Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. CV ANDI : Yogyakarta.

Yuliansyah dan Rusmianto.2016 *Akuntansi Desa*. Salemba Empat : Jakarta.

Ariko, Herman. 2014. *Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Petalabumi Kecamatan Suberida Kabupaten Indragiri Hulu*. (Online.). (<http://repository.uin-suska.ac.id/4ef081/&ei=8gRAXf0T&lc=id-ID&s=1&m=297&host>). Diakses 7 Desember 2017

Febrian. 2014. *Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Lubuk Sakat Dalam Mewujudkan Pembangunan Desa Lubuk Sakat Tahun 2012*. Jom FISIP Volume 1 No.2-Oktober 2014.

Indrianto, Nur dan Bambang Supomo.2009. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE: Yogyakarta.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.

Afrizal. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.

Halim, Abdul.dkk. 2010. *Sistem Akuntansi Sektor Publik*. UPP STIM YKPN : Yogyakarta.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. PRENADAMEDIA : Jakarta.

Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 37 Tahun 2007 Tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Desa

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

UU Nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintah

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2005 Tentang Kelurahan

Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2014 Tentang Dana Desa Yang Bersumber Dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara

Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Analisis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Pada Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang

Yuprihatini Purachmawati
STIE Widya Gama Lumajang
Email: Yuprihatinipurachmawati2@gmail.com

Khoirul Ifa
STIE Widya Gama Lumajang

Noviansyah Rizal
STIE Widya Gama Lumajang
Email: Yuprihatinipurachmawati2@gmail.com

Abstrak

Setiap Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) melaksanakan akuntansi terhadap transaksi ekonomi yang terjadi pada bagiannya, sehingga menghasilkan laporan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara, teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang telah melakukan proses pencatatan dan pelaporan keuangan belum sepenuhnya sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014. Desa Kedawung Kabupaten Lumajang seharusnya menyajikan laporan keuangan sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Kata Kunci: Pencatatan pelaporan keuangan, peraturan Pemerintah.

Abstract

Each Regional Device Work Unit (SKPD) performs accounting for economic transactions that occur on its part, resulting in financial statements. This research use descriptive method. Data collection methods used interviews, documentation techniques. The result of the research shows that the part of Pemerintahan Desa Kedawung Kecamatan Padang Lumajang has done the process of recording and financial reporting not fully in accordance with Regulation of Minister of Home Affairs Number 113 Year 2014.

Keywords: Recording of financial reporting, Government regulations.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengelolaan Keuangan Desa adalah sebagai rancangan kegiatan, dimulai dari kegiatan perencanaan, yang pertama penyusunan APB (Anggaran Pendapatan dan Belanja) Desa.

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 113 Tahun 2014 menyebut bahwa pengelolaan keuangan desa yaitu semua kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan desa. Pengelolaan Keuangan Desa yaitu siklus yang terpadu dan terintegrasi antara satu tahapan dengan tahapan lainnya. Keuangan desa dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif, serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. Asas pengelolaan keuangan desa harus dilaksanakan dan dipenuhi oleh setiap desa agar penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembanguna desa, pembinaan masyarakat desa. Akuntabilitas keuangan desa tidak hanya bersifat horizontal antara pemerintah desa dengan Badan Musyawarah Desa (BPD), tetapi juga harus bersifat vertical antara kepala desa dengan masyarakat desa dan atasan kepala desa. Dokumen public tentang pengelolaan keuangan desa harus dapat diakses oleh masyarakat desa, serta tidak diskriminasi terhadap satu golongan tertentu terkait dengan pengelolaan keuangan desa. (Yuliansyah, 2016)

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Keuangan Desa adalah hak dan kewajiban desa yang dapat dinilai dengan uang serta segala sesuatu berupa uang dan barang yang berhubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban desa. Dan Pengelolaan keuangan adalah rangkaian kegiatan yang dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan hingga pertanggungjawaban yang dilaksanakan dalam satu anggaran, terhitung mulai 1 Januari sampai 31 Desember.

SKPD merupakan bagian dari pemerintah daerah yang melaksanakan fungsi pemerintahan dan pelayanan public, baik secara langsung maupun tidak. Untuk melaksanakan tugas pokok dan fungsinya tersebut, SKPD diberikan anggaran.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas adalah:

1. Untuk mengetahui cara penyusunan laporan keuangan yang digunakan pada SKPD Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang agar disusun sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 113 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh SKPD Desa Kedawung dalam melakukan Pencatatan dan Pelaporan Keuangan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis Laporan Keuangan

Akuntansi adalah seni daripada pencatatan, penggolongan, dan peringkasan daripada peristiwa-peristiwa dan kejadian-kejadian yang setidak-tidaknya sebagian bersifat keuangan dengan cara yang setepat-tepatnya dan dengan penunjuk atau dinyatakan dalam uang, serta penafsiran terhadap hal-hal yang timbul daripadanya.

Pengelolaan Keuangan Daerah

Pengelolaan keuangan daerah adalah seluruh kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban, dan pengawasan keuangan daerah. Proses pengelolaan keuangan daerah terdapat 4 tahap yaitu:

a) Perencanaan dan Penganggaran

Pada tahap ini dilakukan aktifitas yang berurutan yaitu: penyusunan dan pengesahan Kebijakan Umum APBD, penyusunan dan pengesahan Prioritas dan Plafon Anggaran Sementara (PPAS), penyusunan dan pengesahan, penyusunan dan pengesahan Rencana Kerja dan Anggaran Satuan Kerja Perangkat Daerah (RKA-SKPD), penyusunan dan pengesahan Perda APBD.

b) Pelaksanaan dan Penatausahaan APBD

Pada tahap ini terdapat beberapa kegiatan pengelolaan keuangan daerah seperti penyusunan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) SKPD dan anggaran kas, penyediaan dana, pengajuan Surat Permintaan Pembayaran, penerbitan Surat Perintah Membayar, penerbitan Surat Perintah Pencairan Dana (SP2D), pembelanjaan dana, dan pertanggungjawaban dana.

c) Perubahan APBD

Perubahan APBD dapat dilakukan apabila terjadi:

- Perkembangan yang tidak sesuai asumsi KUA.
- Keadaan yang menyebabkan harus dilakukan pergeseran antar unit organisasi, antar kegiatan, dan antar jenis belanja.
- Keadaan yang menyebabkan saldo anggaran lebih tahun sebelumnya harus digunakan dalam tahun berjalan.
- Keadaan darurat.
- Keadaan luar biasa.

Pada tahap perubahan APBD ini dilakukan beberapa kegiatan seperti penyusunan KUA dan PPAS Perubahan APBD, penyusunan RKA SKPD perubahan APBD, penyusunan dan pengesahan Perubahan APBD, penyusunan dan pengesahan Dokumen Pelaksanaan Perubahan Anggaran (DPPA) SKPD.

d) Akuntansi dan Pelaporan

Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan pengelolaan keuangan daerah meliputi penyusunan laporan keuangan SKPD, penyusunan laporan keuangan Satuan Kerja Pengelola Keuangan Daerah (SKPKD), dan konsolidasi dan penyusunan laporan keuangan Pemerintah Daerah. Dalam proses pengelolaan keuangan daerah ini nampak peran akuntansi keuangan daerah sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam pengelolaan daerah yaitu dalam tahap pelaporan keuangan Pemerintah Daerah sebagai bentuk pertanggungjawaban dari pelaksanaan APBD

Tujuan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Pemerintahan (PSAP) Nomor 01, tujuan umum laporan keuangan adalah menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, realisasi anggaran, arus kas, dan kinerja keuangan suatu entitas pelaporan yang bermanfaat bagi para pengguna dalam membuat dan mengevaluasi keputusan mengenai alokasi sumber daya. Secara spesifik, tujuan laporan keuangan pemerintah daerah adalah untuk menyajikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan dan untuk menunjukkan akuntabilitas entitas pelaporan.

Prinsip Akuntansi Dalam Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah

Prinsip akuntansi yang digunakan dalam pelaporan keuangan pemerintah daerah antara lain meliputi:

- a) Basis Akuntansi

Basis akuntansi yang digunakan dalam laporan keuangan pemerintah daerah basis akrual, untuk pengakuan pendapatan dalam Laporan Operasional (pendapatan PO), beban asset, kewajiban, dan ekuitas.

- b) Prinsip Nilai Historis
Asset dicatat sebesar pengeluaran kas dan setara kas yang dibayar atau sebesar nilai wajar dari imbalan untuk memperoleh asset tersebut pada saat perolehan.
- c) Prinsip Substansi Mengungguli Formalitas
Informasi dimaksudkan untuk menyajikan dengan wajar transaksi serta peristiwa lain yang seharusnya disajikan.
- d) Prinsip Periodisitas
Kegiatan Akuntansi dan pelaporan keuangan pemerintah daerah dibagi menjadi periode-periode pelaporan sehingga kerja pemerintah daerah dapat dikur dan posisi sumber daya yang dimilikinya dapat ditentukan.
- e) Prinsip Konsistensi
Perlakuan akuntansi yang sama akan diterapkan pada kejadian yang serupa dari periode ke periode oleh pemerintah daerah.
- f) Prinsip Keuangan Lengkap
Laporan keuangan pemerintah daerah menyajikan secara lengkap informasi yang dibutuhkan oleh pengguna laporan baik pada lembar muka laporan keuangan atau catatan atas laporan keuangan.
- g) Prinsip Penyajian Wajar
Laporan keuangan pemerintah daerah menyajikan dengan wajar laporan realisasi anggaran, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

Jenis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Pemerintahan (PSAP) Nomor 01 tentang Penyajian Laporan Keuangan disebutkan bahwa laporan keuangan pemerintah terdiri dari dua jenis:

- 1) Laporan pelaksanaan anggaran
Laporan pelaksanaan anggaran terdiri atas Laporan Realisasi Anggaran (LRA), dan Laporan Perubahan Saldo Anggaran Lebih (SAL)
- 2) Laporan finansial
Laporan Finansial terdiri atas Neraca, Laporan Operasional (LO), Laporan Perubahan Ekuitas (LPE), Laporan Arus Kas (LAK), Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK)

Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini sebagai:

1. Rantung (2013) yang berjudul “ Analisis Pencatatan dan Pelaporan Keuangan pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Dinas Perhubungan Kota Manado” hasil penelitian menunjukkan Dinas Perhubungan Kota Manado belum sepenuhnya melaksanakan pengelolaan keuangan sesuai dengan PP. No.24 Tahun 2005 dan Permendagri No.13 Tahun 2006 yaitu mengenai Standar Akuntansi Pemerintahan, karena tidak disajikannya Laporan Pencatatan Keuangan dan arus kas.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga diperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang berdifat deskriptif, yaitu penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian. (Anwar Sanusi, 2011:13)

Obyek Penelitian

Obyek Penelitian pada penelitian ini yang berjudul Analisis Pencatatan dan Pelaporan Keuangan pada Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang adalah Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Sumber dan Jenis Data

a) Sumber Data

Ada banyak definisi sumber data yang dapat ditemukan dalam buku-buku metode penelitian. Menurut Kaelan (2012:74) sumber data itu adalah mereka yang disebut narasumber, informan, partisipan, teman dan guru dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan sumber data internal, yaitu data yang bersumber dari dalam instansi atau perusahaan.

b) Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan di dalam penelitian ini dibedakan atas dua bagian yaitu sebagai berikut:

Data sekunder, yaitu data yang penulis peroleh dari SKPD Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang dalam bentuk yang telah jadi tanpa mengalami perubahan, jenis data sekunder ini antara lain yaitu laporan keuangan, sejarah umum, dan struktur organisasi.

Sedangkan yang menjadi sumber data ini adalah bersumber dari semua catatan, dokumentasi tertulis, keterangan lisan dan tulisan yang dapat diberikan oleh pimpinan SKPD Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang, bendahara dan pihak lain yang dapat membantu dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu pekerjaan penting dan sangat menentuikan dalam suatu penelitian. Bungin (2013:173) dalam bukunya Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi menulis sedikitnya enam teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yakni: observasi partisipatif, wawancara mendalam, life history, analisis dokumen, catatan harian peneliti, dan analisis media. Sesuaidengan prosedur penelitianpada umumnya, maka prosedur pengumpulan data untuk penelitian inimenggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pencatatan Keuangan
- b. Pelaporan Keuangan

Definisi Konseptual Variabel

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supono (2009:57) definisi dari konsep merupakan dasar pemikiran peneliti yang kemudian dikomunikasikan kepada orang lain. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka yang termasuk dalam definisi konseptual variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pencatatan Keuangan

Pencatatan keuangan atau pembukuan menurut Suandy (2002) adalah proses pencatatan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi tentang keadaan harta, kewajiban atau utang, modal, penghasilan biaya. Pembukuan ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca dan perhitungan laba rugi pada setiap akhir tahun pajak.

2. Pelaporan Keuangan

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim, dalam buku Analisis Laporan Keuangan (2002:63), laporan Keuangan adalah laporan yang diharapkan bisa memberi informasi mengenai perusahaan, dan digabungkan dengan informasi yang lain, seperti industry, kondisi ekonomi, bisa memberikan gambaran yang lebih baik mengenai prospek dan risiko perusahaan.

Teknik Analisis Data

Fossey (2001:728) mengemukakan batasan tentang analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu analisis data kualitatif merupakan proses mereviu dan memeriksa data, menyintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkann fenomena atau situasi social yang diteliti.

Ketepatan dan keakuratan data yang terkumpul sangat diperlukan, namun tidak dapat pula dimungkiri bahwa sumber informasi yang berbeda akan memberikan informasi yang berbeda pula. Disamping itu, aktifitas dan tempat yang berlainan akan ikut mewarnai data yang terkumpul. Lebih rusak lagi kalau peneliti sebagai instrument pengumpul data kurang tanggap dan membatasi diri dalam melakukan uji kredibilitas data pada waktu di lapangan. Oleh karena itu, bagaimanapun juga reduksi dan display data sangat penting dilakukan dalam analisis data, sehingga betul-betul tampak bagaimna kondisi fenomena yang sesungguhnya dalam konteksnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tahap Perencanaan Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Keuangan Desa Kedawung

Permendagri Nomor 113 Tahun 2014	SKPD Desa Kedawung	SESUAI/ TIDAK SESUAI
----------------------------------	--------------------	----------------------------

Sekretaris Desa menyusun rancangan peraturan desa tentang APBDesa berdasarkan RKPDesa tahun berkenaan.	Sekretaris Desa Kedawung menyusun Perdes berdasarkan RKP Desa tahun berkenaan.	SESUAI
Sekretaris desa menyampaikan rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa kepada Kepala Desa	Sekretaris Desa Kedawung menyampaikan Perdes tentang APBDesa kepada kepala Desa	SESUAI
Rancangan peraturan Desa tentang APBDesa senagaimana dimaksud pada ayat2 disampaikan oleh Kepala Desa kepada Badan Permusyawaratan Desa untuk dibahas dan disepakati bersama	Rancangan peraturan Desa tentang APBDesa disampaikan oleh Kepala Desa kepada ketua Badan Permusyawaratan Desa	SESUAI
Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa yang telah disepakati bersama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 disampaikan oleh Kepala Desa kepada Bupati/Walikota melalui camat atau sebutan lain paling lambat 3 hari sejak disepakati untuk dievaluasi	Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa telah disepakati bersama	SESUAI

Sumber, Desa Kedawung

Analisis:

Pada Berita Acara tentang Laporan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa) Tahun 2017 Desa Kedawung Kabupaten Lumajang, telah disusun oleh Sekretaris Desa bahwa Rancangan Peraturan Desa sudah berdasarkan Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahun 2017, menyampaikan Rancangan Peraturan Desa mengenai APBDesa kepada Kepala Desa, Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa disampaikan oleh Kepala Desa kepada Badan Permusyawaratan Desa (BPD) disepakati dan telah disetujui bersama. Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa telah disepakati pada Bulan Maret Tahun 2017. Berdasarkan analisis diatas SKPD Desa Kedawung KabupatenLumajang telah memenuhi Peraturan menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Pada Desa Kedawung Kabupaten Lumajang Rancangan Peraturan Desa tentang APBDesa telah disepakati oleh pihak kesatu yaitu Kepala Desa, dan pihak kedua yaitu Ketua Badan Permusyawaratan (BPD) untuk menyampaikan Kepada Bupati Lumajang untuk mendapatkan pengesahan selambat-lambatnya 3 hari kerja setelah ditandatangani. Berdasarkan analisis tersebut bahwa SKPD Pada Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang telah memenuhi Permendagri Nomor113 Tahun 2014.

Tahap Pelaksanaan Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Keuangan Desa Kedawung

Permendagri Nomor 113 Tahun 2014	SKPD Desa Kedawung	SESUAI/ TIDAK SESUAI
Semua penerimaan dan pengeluaran desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui rekening kas desa	Penerimaan dan pengeluaran keuangan Desa Kedawung dilakukan melalui kas desa	SESUAI
Semua penerimaan dan pengeluaran desa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 harus didukung oleh bukti yang lengkap dan sah.	Penerimaan dan pengeluaran keuangan desa disukung dengan bukti yang sah.	SESUAI
Pemerintah Desa dilarang melakukan pemungutan sebagai penerimaan desa selain yang ditetapkan dalam peraturan Desa.	Pemerintah Desa Kedawung tidak melakukan pemungutan sebagai penerimaan desa.	SESUAI
Berdasarkan Rencana anggaran biaya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat 1 pelaksana kegiatan mengajukan Surat Permintaan Pembayaran (SPP) kepada Kepala	Desa Kedawung mengajukan Surat Permintaan Pembayaran kepada Kepala Desa Kedawung.	SESUAI

Desa		
Pengajuan SPP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat 1 terdiri atas: a. Surat permintaan pembayaran b. Pernyataan tanggungjawab belanja c. Lampiran bukti transaksi.	Pengajuan SPP pada Desa Kedawung: a.Surat Permintaan Pembayaran	TIDAK SESUAI

Sumber, Desa Kedawung

Analisis:

Pada bagian pelaksanaan keuangan Desa Kedawung bahwa semua penerimaan dan pengeluaran desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui rekening kas desa. bendahara Desa Kedawung mempunyai tugas dan tanggung jawab yang ketat tentang pencatatan pelaksanaan keluar masuknya anggaran pada Desa Kedawung dan dibantu oleh pendamping. Rencana anggaran biaya diverifikasikan oleh sekretaris Desa Kedawung dan di sahkan oleh Kepala Desa.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 pada pasal 29 ditetapkan bahwa pengajuan SPP terdiri atas Surat Permintaan Pembayaran, Pernyataan tanggung jawab belanja, dan lampiran bukti transaksi. Desa Kedawung dalam hal ini menurut penelitian menyatakan bahwa pengajuan SPP kepada Kepala Desa Kedawung dalam rangka pengajuan pendanaan disetiap pelaksanaan kegiatan Desa Kedawung. Sekretaris Desa Kedawung mempunyai kewajiban meneliti setiap kelengkapan permintaan pembayaran yang diajukan oleh pelaksana kegiatan yang ada di Desa Kedawung.

Tahap Penatausahaan Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Keuangan Desa Kedawung

Permendagri Nomor 113 Tahun 2014	SKPD Desa Kedawung	Sesuai / Tidak Sesuai
Penatausahaan dilakukan oleh Bendahara Desa	Penatausahaan dilakukan oleh Bendahara Desa Kedawung	SESUAI
Bendahara Desa wajib melakukan pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran serta melakukan tutup buku setiap akhir bulan secara tertib.	Bendahara Desa Kedawung melakukan pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran serta melakukan tutup buku setiap akhir tahun.	TIDAK SESUAI
Bendahara Desa wajib mempertanggungjawabkan uang melalui laporan pertanggungjawaban.	Bendahara Desa wajib mempertanggungjawabkan uang melalui laporan pertanggungjawaban.	SESUAI
Penatausahaan penerimaan dan pengeluaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat 2 menggunakan: a. buku kas umum b. buku kas pembantu pajak c. buku bank	Penatausahaan penerimaan dan pengeluaran Desa Kedawung menggunakan buku kas umum, dan buku kas pembantu pajak.	TIDAK SESUAI

Sumber, Desa Kedawung

Analisis:

Penatausahaan Desa Kedawung dilakukan oleh Bendahara Desa dan dibantu oleh pendamping. Tugas bendahara Desa Kedawung salah satunya adalah melakukan Pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran serta melakukan tutup buku setiap akhir tahun secara tertib. Bendahara Desa Kedawung telah mempertanggungjawabkan uang melalui laporan pertanggungjawaban.

Pada peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 pasal 35 ayat 4 menyatakan bahwa laporan pertanggungjawaban disampaikan setiap bulan kepada kepala Desa dan paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya. Sedangkan menurut penelitian laporan pertanggungjawaban

disampaikan 1 tahun sekali kepada Kepala Desa. Bendahara mengatakan bahwa laporan pertanggungjawaban pada tahun 2017 memang disampaikan kepada Kepala Desa setiap akhir bulan. Tetapi setelah ada perubahan peraturan Desa Kedawung menetapkan bahwa laporan pertanggungjawaban disampaikan kepada Kepala Desa setiap akhir tahun semenjak 2018. Pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 pasal 36 bahwa penatausahaan penerimaan dan pengeluaran menggunakan buku kas umum, buku kas pembantu pajak, dan buku bank. Sedangkan menurut penelitian pada Desa Kedawung bahwa Penatausahaan penerimaan dan pengeluaran pada Desa Kedawung hanya meliputi buku kas umum dan buku kas pembantu pajak saja. Dengan Alasan Desa Kedawung tidak menggunakan buku bank dikarenakan tidak ada yang bisa melakukan atau mencatat buku bank. Sedangkan setiap tahun ada Tim Pembinaan Inspektorat dalam rangka pengawasan Laporan Keuangan Desa. Seharusnya jika memang pada Desa Kedawung tidak bisa melakukan pencatatan buku bank seharusnya Tim Pembinaan Inspektorat melakukan pembinaan khusus untuk pencatatan buku bank agar Desa Kedawung dalam pelaksanaan pelaporan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan yaitu Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Tahap Pelaporan Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Keuangan Desa Kedawung

Permendagri Nomor 113 Tahun 2014	SKPD Desa Kedawung	Seuai/ Tidak Sesuai
Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati/Walikota berupa: a. laporan semester pertama b. laporan semester akhir tahun	Kepala Desa Kedawung menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati/Walikota berupa: a. Laporan tahunan	TIDAK SESUAI
Laporan semester pertama sebagaimana dimaksud ayat 1 huruf a berupa laporan realisasi APBDesa	Laporan semester pertama sebagaimana dimaksud ayat 1 huruf a berupa laporan realisasi APBDesa	TIDAK SESUAI
Laporanrealisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a disampaikan paling lambat pada akhir bulan Juli tahun berjalan	Laporanrealisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a disampaikan paling lambat pada akhir bulan Juli tahun berjalan	TIDAK SESUAI
Laporan semester akhir tahun sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b disampaikan paling lambat pada akhir bulan Januari tahun berikutnya	Laporan semester akhir tahun sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b disampaikan paling lambat pada akhir bulan Januari tahun berikutnya	TIDAK SESUAI

Sumber, Desa Kedawung

Analisis:

Pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati berupa laporan semester pertama dan laporan semester akhir tahun. Sedangkan menurut penelitian, Bendahara Desa Kedawung mengatakan bahwa Kepala Desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa Kepada Bupati berupa laporan tahunan Desa Kedawung Kecamatan Padang saja yang telah disetujui oleh Kepala Desa dan Ketua Badan Permusyawaratan Desa Kedawung Kecamatan Padang. Dalam hal kesepakatan bersama Kepala Desa dan Badan Permusyawaratan Desa Kedawung Kecamatan Padang tentang laporan realisasi pelaksanaan APBDesa Kedawung tahun Anggaran 2017 yang menyatakan bahwa pihak kesatu telah menyusun Peraturan Desa tentang laporan Pertanggungjawaban Realisasi Pelaksanaan APBDesa tahun 2017 dan Badan Permusyawaratan Desa Kedawung Kecamatan Padang tentang laporan realisasi pelaksanaan APBDesa Kedawung tahun Anggaran 2017 yang menyatakan bahwa pihak kesatu telah menyusun Peraturan Desa tentang laporan Pertanggungjawaban Realisasi Pelaksanaan APBDesa tahun 2017. Pihak kedua telah membahas bersama pihak kesatu dan menyepakati laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang tahun 2017.

Laporan semester pertama sebagaimana dimaksud ayat 1 huruf a berupa laporan realisasi APBDesa (ayat 2). Sedangkan menurut penelitian Desa Kedawung tidak terdapat laporan semester pertama. Desa Kedawung hanya menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada

Bupati berupa laporan semester akhir tahun. Menurut peraturan Desa Kedawung Nomor 2 Tahun 2018 tentang laporan Pertanggungjawaban Realisasi APBDesa. Laporan realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a disampaikan paling lambat pada akhir bulan Juli tahun berjalan. Sedangkan menurut penelitian Desa Kedawung yang telah disampaikan bahwa Desa Kedawung menyampaikan laporan Realisasi pelaksanaan APBDesa Kedawung kepada Bupati hanya laporan semester akhir tahun 2018. Laporan semester akhir tahun sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b disampaikan paling lambat pada bulan Januari tahun berikutnya. Pada penelitian Desa Kedawung telah melaksanakan laporan akhir tahun paling lambat bulan Januari tahun Berikutnya. Dan dalam hal ini untuk ayat 4 bagian Keempat pelaporan pasal 37 telah sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Tahap Pertanggungjawaban Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Keuangan Desa Kedawung

Permendagri Nomor 113 Tahun 2014	SKPD Desa Kedawung	Sesuai/ Tidak Sesuai
Kepala Desa menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati/walikota setiap akhir tahun anggaran.	Kepala Desa menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati setiap akhir tahun anggaran.	SESUAI
Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 terdiri dari pendapatan, belanja, dan pembiayaan.	Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 terdiri dari pendapatan, belanja, dan pembiayaan	SESUAI
Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 2 ditetapkan dengan Peraturan Desa.	Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 2 ditetapkan dengan Peraturan Desa.	SESUAI
Peraturan Desa tentang laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 3 dilampiri: a. format laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa Tahun Anggaran berkenaan. b. format laporan kekayaan milik DEsa per 31 Desember Tahun Anggaran berkenaan. c. format laporan program pemerintah dan pemerintah daerah yang masuk ke desa.	Peraturan Desa tentang laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa sebagaimana dimaksud pada ayat 3 dilampiri: a. format laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa Tahun Anggaran berkenaan. b. format laporan kekayaan milik DEsa per 31 Desember Tahun Anggaran berkenaan. c. format laporan program pemerintah dan pemerintah daerah yang masuk ke desa.	SESUAI

Sumber, Desa Kedawung

Analisis:

Kepala Desa Kedawung menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati Lumajang setiap akhir tahun anggaran. Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa terdiri dari pendapatan, belanja, dan pembiayaan. Laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa ditetapkan dengan peraturan desa yang dibuat Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang Peraturan Desa Kedawung tentang laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa meliputi:

- Format laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDesa Tahun anggaran 2017.
- Format laporan kekayaan milik desa Kedawung per 31 Desember 2017 dan 2016.
- Format laporan program sektoral dan program daerah yang masuk ke desa

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Di dalam penyajian Laporan Keuangan Pertanggungjawaban Realisasi APBDesa, SKPD Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang masih belum sepenuhnya berpedoman pada Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 karena Laporan Pertanggungjawaban Realisasi Anggaran

APBDesa hanya disampaikan 1 tahun sekali, sedangkan pada Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 terdapat dua periode yaitu laporan semester pertama dan laporan semester akhir. Dan pada pengajuan Surat Permintaan Pembayaran (SPP) hanya terdiri atas Surat Permintaan Pembayaran sedangkan pada Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 Pengajuan SPP terdiri atas Surat Permintaan Pembayaran, pernyataan tanggungjawab belanja, dan lampiran bukti transaksi. Seharusnya pelaksanaan kegiatan untuk pengajuan Surat Permintaan Pembayaran (SPP) harus dilengkapi ketiga persyaratan tersebut, agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Desa Kedawung setiap tahunnya pasti ada pihak Pembinaan Inspektorat yang mengawasi Pencatatan Laporan Keuangan. Sedangkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 pada pasal 36 yang tertuliskan penatausahaan penerimaan dan pengeluaran sebagaimana dimaksud pasal 35 ayat 2 menggunakan buku kas umum, buku kas pembantu pajak, dan buku bank. Desa Kedawung pada penatausahaan penerimaan dan pengeluaran tidak terdapat adanya buku bank.

Untuk Penyajian Catatan atas Laporan Keuangan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang sudah berpedoman pada Permendagri Nomor 113 Tahun 2014 disusun dan disajikan dengan benar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah menganalisis data Laporan Keuangan Pertanggungjawaban Realisasi APBDesa dan keterangan yang diperoleh pada Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang mengenai Laporan Keuangan Pemerintah Daerah pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kabupaten Lumajang yang telah diuraikan dan dianalisis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Pemerintahan Desa Kedawung telah melakukan Pencatatan Laporan Keuangan belum sepenuhnya memenuhi Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014.

Saran

Saran penulis dalam penelitian skripsi ini adalah seharusnya Pemerintahan Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang dalam pengelolaan Keuangan Daerah harus sepenuhnya berpedoman kepada Peraturan-peraturan yang ada, agar pengelolaan Keuangan Daerah benar-benar efektif dan dapat terwujudnya penyajian laporan keuangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan tersebut. Perlu adanya Sumber Daya Manusia pada Bagian Pemerintahan Desa Kedawung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang yang memiliki kemampuan khusus dalam rangka Pengelolaan Pencatatan dan Pelaporan Keuangan Pemerintahan Desa Kedawung. Sumber Daya Manusia ini dapat diperoleh melalui penerimaan pegawai dengan kualifikasi di bidang akuntansi yang memadai serta harus diadakannya pelatihan-pelatihan dan bimbingan teknis untuk pegawai atau Sumber Daya Manusia yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir, Dr. 2012. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi 1 Cetakan kelima. Jakarta: Rajawali Pers.
- Munawir, S. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty
- Sartono, Agus. 2000. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta. BPFE
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Ratmono Dwi. Sholihin Mahfud. 2015. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Penerbit dan Pencetak: UPP STIM YKPN
- Hanafi Mamduh M. Halim Abdul. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Yuliansyah. Rusmianto. 2016. *Akuntansi Desa*. Jakarta: Salemba Empat
- Hoesada, Jan. *Bunga Rampai Akuntansi Pemerintahan*. Jakarta: Salemba Empat
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 113 Tahun 2014

**Analisis Biaya Produksi Perusahaan Pada Ud. Nikmat Rasa Lumajang
Company Production Cost Analysis Of Ud. Nikmat Rasa Lumajang**

Siti Kamila
STIE Widya Gama Lumajang
email: sitikamila39644@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya produksi pada UD. Nikmat Rasa lumajang agar dapat mengetahui perhitungan biaya produksi sudah dilakukan dengan baik dan efektif. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang berupa anggaran biaya produksi dalam perusahaan dan laporan keuangan perusahaan. Hasil penelitian untuk perhitungan biaya produksi yang di antara biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Dalam perhitungan ini terdapat perbedaan yang diantara perhitungan perusahaan dengan perhitungan peneliti yaitu pada biaya penyusutan sehingga mempengaruhi pada harga penjualan. Penelitian ini juga terdapat perhitungan harga pokok produksi yang dimana nanti digunakan untuk menghitung harga pokok penjualan guna mengetahui harga jual yang siap dipasarkan.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan

Abstract

The purpose of this research is to analyze production cost at UD. Nikmat Rasa Lumajang in order to know the calculation of production costs have been done well and effectively. This study uses quantitative descriptive. the type of data used is secondary data in the form of budget production costs in the company and corporate financial statements. The results of research for the calculation of production costs are among the cost of raw materials, labor costs and overhead costs. In this calculation there is a difference between the calculation of the company with the calculation of the researcher is the cost of shrinkage so that affect on the sale price. This study also contains the calculation of the cost of production which will be used to calculate the cost of goods sold in order to know the selling price is ready to be marketed.

Keywords: Production Cost, Cost of Production and Cost of Goods Sold

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan baik perusahaan jasa , dagang, maupun manufaktur menginginkan perkembangan dalam setiap produksinya. Agar dapat berkembang perlu dukungan terhadap perolehan laba dalam produksi. Untuk dapat memperoleh laba perusahaan dapat melakukan mengelola kegiatan produksi secara maksimal yaitu dengan pengelolaan biaya produksi, dengan pengelolaan biaya produksi ini perusahaan bisa menentukan harga pokok produksi agar bisa menentukan harga jual yang terjangkau oleh konsumen sehingga bisa memperoleh laba yang maksimal.

Menurut Sujarweni (2015 : 27-34) suatu perusahaan profit mempunyai tujuan utama memperoleh laba untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Untuk memperoleh laba tersebut ada tiga keutamaan yang perlu di perhatikan oleh perusahaan, yaitu jumlah barang yang perlu diproduksi, biaya satuan produksi dan satuan harga jual produksi tersebut. Perusahaan perlu memperhitungkan beberapa biaya produksi yang harus dikeluarkan sebagai dasar perhitungan harga pokok produksi.

Menurut Bastian & Nurlela (2010: 49) Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi berkaitan dengan waktu periode tertentu. Harga pokok produksi bisa disamakan dengan biaya produksi jika tidak ada persediaan produk pada proses awal dan akhir.

Menurut Riwayadi (2014:19) biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan manfaat produksi. Menurut Bastian & Nurlela (2013:13) biaya bahan baku adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri dengan langsung terhadap produk selesai, biaya tenaga kerja adalah tenaga yang dimanfaatkan untuk merubah bahan baku menjadi produk jadi sehingga bisa ditelusuri langsung terhadap produk jadi, sedangkan biaya overhead merupakan biaya tidak termasuk dalam hitungan biaya produksi tapi digunakan dalam memproses produk mentah menjadi produk jadi, itu semua merupakan macam – macam dari biaya

produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui biaya produksi pada perusahaan UD. Nikmat Rasa Lumajang.

KAJIAN PUSTAKA

(Siregar dkk : 2016:23) Biaya adalah kos barang atau jasa yang telah memberikan manfaat yang digunakan untuk memperoleh pendapatan. sehingga biaya yang dikeluarkan dapat diketahui untuk bisa mengetahui laba dari setiap pendapatan yang diperoleh dan dilaporkan ke laporan laba rugi. Dalam arti luas, biaya menurut (Harnanto : 2017:22) Biaya adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan suatu atau mencapai tujuan tertentu. Jadi dapat disimpulkan biaya yaitu barang atau jasa yang digunakan dalam setiap produksi dan pengeluarannya dibatasi agar dapat menghasilkan pendapatan atau laba.

Menurut (Bustami & Nurlela 2013 : 12) Biaya Produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya – biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan. Menurut Siregar (2016) Biaya Produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi. Biaya produksi adalah sejumlah pengorbanan ekonomis yang harus dikorbankan untuk memproduksi suatu barang. Jadi dari teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang digunakan suatu perusahaan dalam proses produksi barang atau jasa agar terlihat perusahaan membutuhkan biaya sebesar beberapa dalam melaksanakan proses produksinya yang dari bahan mentah menjadi bahan jadi dan siap dipasarkan.

Menurut Sujarweni (2015:27-34) Suatu perusahaan profit mempunyai tujuan utama memperoleh laba untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Dalam rangka usaha memperoleh laba tersebut ada tiga faktor utama di dalam perusahaan yang harus diperhatikan, yaitu jumlah barang yang harus diproduksi, biaya perunit untuk memproduksi dan harga jual perunit produksi tersebut. Perusahaan perlu memperhitungkan berapa biaya produksi yang harus dikeluarkan sebagai dasar perhitungan harga pokok produksi.

Perusahaan-perusahaan mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dan esensial dalam mengarahkan kegiatan-kegiatan bisnis mereka. Perusahaan harus mampu menghasilkan produk dan jasa yang bermutu dengan harga yang sesuai dengan sumber daya yang telah dikorbankan untuk tetap dapat bertahan dipasar. Perusahaan-perusahaan berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang terjangkau dengan demikian akan terjadi persaingan yang sehat dan sangat “kompetitif”.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang mengenai biaya produksi untuk meningkatkan laba yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif.

Sumber data penelitian ini menggunakan data internal yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan berupa laporan keuangan perusahaan. Dalam jenis data penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa data anggaran biaya produksi dalam perusahaan dan laporan keuangan perusahaan.

Metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah analisis kuantitatif. langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah:

1. Melakukan pengukuran biaya produksi meliputi pengukuran biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung
2. Melakukan perhitungan harga pokok produksi
3. Melakukan analisis perhitungan biaya produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Peneliti menunjuk objek penelitiannya di desa Jogoyudan yaitu perusahaan keripik pisang. Peneliti tertarik untuk meneliti di perusahaan UD. Nikmat Rasa Lumajang karena ingin mengetahui perhitungan antara perusahaan dengan perhitungan antara teori yang ada. Perusahaan ini didirikan berkisar tahun 2000, di jalan Sultan Agung no. 43 desa Jogoyudan Lumajang. Nama pendirinya yaitu Ibu Maslahah. Sekitar tahun 2003-2005 perusahaan mendapat sambutan baik pada konsumen Lumajang, dan terus berkembang hingga saat ini juga diterima baik pada konsumen luar kota, seperti Jember dan Probolinggo. Struktur perusahaan UD. Nikmat Rasa Lumajang yaitu menggunakan sistem garis yaitu mempunyai sistem komando mulai dari pemilik, bagian pembelian, bagian produksi, bagian penjualan, seksi keuangan.

Hasil Penelitian

Perhitungan Perusahaan

Total Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	= Rp. 32.640.000
Biaya Bahan Penolong	= Rp. 16.800.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	= Rp. 29.376.000
Biaya Overhead Pabrik	= Rp. 6.420.000
	Rp. 85.236.000
Laba yang diharapkan 30 %	= Rp. 25.570.800
Harga Jual	= Rp.110.806.800
Volume Produksi	= Rp. 8.000 bungkus / Tahun
Harga Jual per bungkus	= Rp. 13.851 / 14.000

Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode Full Costing

Total Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	= Rp. 32.640.000
Biaya Bahan Penolong	= Rp. 16.800.000
Biaya Tenaga Kerja L	= Rp. 29.376.000
Biaya Overhead Pabrik	= Rp. 7.986.666
Total	= Rp. 86.802.666
Mark Up (33%)	= Rp. 28.644.880
Harga Jual	= Rp.115.447.546
Volume	= 8.000 bungkus / tahun
Harga Jual / Unit	= 14.430

Tabel 4.10. perbandingan biaya produksi menggunakan metode perusahaan dengan metode full costing.

Metode Perusahaan (Rp)	Metode Full Costing (Rp)
= 85.236.000 : 8000 unit/bungkus	= 86.602.666: 8000unit/bungkus
= 10.654,5/ unit	= 10.825,3 / unit

Tabel 4.11. Perbandingan harga jual menggunakan metode perusahaan dengan metode full costing

Metode Perusahaan (Rp)	Metode Full Costing (Rp)	Selisih (Rp)
= 13.851	= 14.430	579

Pembahasan

1. Biaya Produksi

Pada perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode perusahaan dengan metode full costing mengalami selisih yang dikarenakan pada biaya overhead pada metode perusahaan tidak di cantumkan biaya penyusutan sedangkan mata metode full costing biaya penyusutan itu di cantumkan sehingga pada biaya produksi dengan menggunakan metode perusahaan sebesar Rp. 85.236.000 sedangkan dengan menggunakan metode full costing sebesar Rp. 86.602.666 terdapat selisih sebesar Rp. 1.566.000

2. Harga Pokok Produksi

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode full costing menghasilkan besarnya harga pokok produksi produksi per unit yang dicari dengan metode perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan metode full costing dikarenakan dalam perhitungan perusahaan pada biaya overhead biaya penyusutan tidak dimasukkan

3. Harga Jual

Pada perhitungan harga jual produk pada metode perusahaan menghasilkan harga jual sebesar 13.851 sedangkan pada metode full costing harga jual sebesar Rp. 14.430 dalam dua metode tersebut memiliki selisih sebesar Rp. 579 hal ini di karenakan pada selisih perhitungan biaya produksi yang di hitung menggunakan dua metode tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada UD. Nikmat Rasa Lumajang masih menerapkan perhitungan yang sederhana sehingga terdapat biaya produksi yang belum tercantumkan yaitu pada biaya overhead biaya penyusutan yang belum tercantumkan sehingga perhitungannya belum maksimal.
2. Dalam menghasilkan laba perhitungan perusahaan dengan perhitungan full costing lebih rendah sehingga dalam penentuan laba juga lebih rendah.

Saran

1. UD. Nikmat Rasa Lumajang sebaiknya menggunakan metode full costing agar perhitungannya lebih terperinci sehingga tidak terdapat biaya yang tertinggal untuk dihitung.
2. UD. Nikmat Rasa Lumajang sebaiknya memasukkan biaya penyusutan sehingga dalam perhitungan harga pokok penjualan dapat bisa memaksimalkan laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian & Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Dharmanegara, Ida Bagus Agung. 2010. *Penganggaran Perusahaan : Teori Aplikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. *Teori Akuntansi*. Jakarta : Rajawali.
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya : Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta : BPF.
- Hapsari, Stephanie Dian. Dkk. 2013. *Evaluasi Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi Dan Efisiensi Biaya Produksi*. STIE Ekuitas. Bandung
- Hidayat, Lukman dan Suhandi Salim. *Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 1, No. 2,2013 pp. 159-168.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Kartika, Dina. Dkk. *Evaluasi Pengendalian Biaya Produksi Guna Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang. Malang.
- Riwayadi. 2014. *Akuntansi Biaya : Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta : Salemba Empat.
- Samry, L.M. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktiva Operasi & Investasi*. Jakarta : Kencana.
- Siregar, Baldric.dkk. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sumarsan, Thomas. 2011. *Sistem Pengendalian : Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja*. Jakarta : Permata Puri Media.
- Purnomo, Edy. 2014. *Analisis Pengendalian Bahan Baku Untuk Efisiensi Biaya Dengan Menggunakan Metode EEQ*. STIE Widya Gama Lumajang : Lumajang.
- Witjaksono, Armoto. 2013. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wijaya, Yuke Oktalina. *Analisis Pengendalian Biaya Produksi Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Pabrik Penggilingan (PP) Srikandi Palembang*. STIE MDP.

Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan Real Estate yang Listend di BEI Periode 2014-2017

Dasia Julianti¹

STIE Widya Gama Lumajang

email:dasiajulianti@gmail.com

Emmy Ermawati²

STIE Widya Gama Lumajang

email:emmy.ermawati01@gmail.com

Muhaimin Dimiyati³

STIE Widya Gama Lumajang

email:dimiyati@stie_mandala.ac.id

Abstrak

Berbagai cara dapat dilakukan investor dalam berinvestasi, salah satunya adalah berinvestasi di pasar modal. Melalui pasar modal investor dapat melakukan investasi di beberapa perusahaan melalui pembelian surat-surat berharga yang ditawarkan atau diperdagangkan di pasar modal. Sementara itu, perusahaan atau yang sering di sebut emiten dapat memperoleh dana yang dibutuhkan dengan menawarkan surat-surat berharga tersebut. Salah satu informasi yang digunakan investor dalam menganalisa prospek perusahaan kedepan adalah laporan keuangan tahunan perusahaan. Laporan keuangan ini dapat dijadikan alat analisis dalam melihat kondisi keuangan yang sesungguhnya. Analisis fundamental mencakup suatu pengujian terhadap prospek atau aktivitas perusahaan melalui laporan keuangan yang dipublikasikan dan juga sumber-sumber informasi lain yang berkenaan dengan perusahaan, produk yang dihasilkan, tingkat persaingan pasar, dan kondisi perekonomian secara umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor fundamental terhadap harga saham baik secara simultan maupun secara parsial. Pengambil sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan sampel terpilih sebanyak 14 sampel dari 48 populasi dengan kriteria mempunyai laporan keuangan lengkap, memiliki EPS yang positif serta membagikan deviden secara berturut-turut selama periode penelitian 2014-2017. Variabel independen terdiri dari DER, ROE, DPR, dan PER. Untuk variabel independen yaitu harga saham. Pengolaan data dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel DER dan ROE berpengaruh signifikan terhadap harga saham sedangkan variabel DPR dan PER tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan secara parsial semua variabel fundamental berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci: DER, ROE, DPR, PER dan harga saham

Abstract

Various ways investors can do in investing, one of which is investing in the capital market. Through the capital market investors can invest in several companies through the purchase of securities offered or traded in the capital market. Meanwhile, companies or often called issuers can get the funds needed by offering these securities. One of the information used by investors in analyzing the prospects of the company in the future is the company's annual financial statements. This financial report can be used as an analytical tool in seeing the real financial condition. Fundamental analysis includes a test of the prospects or activities of a company through published financial statements and also other sources of information relating to the company, products produced, level of market competition, and general economic conditions. This study aims to determine the effect of fundamental factors on stock prices either simultaneously or partially. The samples taken in this study used purposive sampling, with 14 selected samples from 48 populations with the criteria of having complete financial report, having positive EPS and distributing dividend respectively during the study period 2014-2017. The independent variable consists of DER, ROE, DPR, and PER. For independent variable that is stock price. Data management and data analysis using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 16. The results showed that partially variable DER and ROE have a significant effect on stock prices while the variable DPR and PER have no significant effect on stock prices. While partially all fundamental variables significantly influence the stock price.

Keywords: DER, ROE, DPR, PER and stock price

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Investasi merupakan suatu hal yang sudah tidak asing lagi terutama bagi pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana, atau yang disebut dengan pemilik modal. Berbagai cara dapat dilakukan investor dalam berinvestasi, salah satunya adalah berinvestasi di pasar modal. Melalui pasar modal, investor dapat melakukan investasi di beberapa perusahaan melalui pembelian surat-surat berharga yang ditawarkan atau diperdagangkan di pasar modal. Sementara itu, perusahaan atau yang sering disebut emiten dapat memperoleh dana yang dibutuhkan dengan menawarkan surat-surat berharga tersebut.

Salah satu informasi yang digunakan investor dalam menganalisa prospek perusahaan kedepan adalah laporan keuangan tahunan perusahaan. Laporan keuangan(financial statement) adalah gambaran yang menjelaskan tentang kondisi keuangan suatu perusahaan, bagi investor atau pemodal laporan keuangan merupakan sumber berbagai macam informasi yang dibutuhkan dalam berinvestasi dan disinilah bagian yang paling banyak dan paling diteliti investor untuk mengetahui sehat atau tidaknya kondisi suatu perusahaan.Selanjutnya laporan keuangan ini dapat dijadikan alat analisis dalam melihat kondisi keuangan yang sesungguhnya. Analisis yang digunakan oleh banyak pihak untuk memahami kondisi pergerakan saham dalam berbagai perspektif, Namun secara umum terdapat dua perspektif pemahaman yang sering dipakai untuk dijadikan rujukan, yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal.

Salah satu fungsi utama dalam pendekatan penilaian fundamental adalah analisis yang berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan, informasi keuangan secara rutin digunakan dalam penilaian perusahaan. Jika di kaitkan dengan saham, maka analisis fundamental adalah suatu tehnik yang mencoba untuk menentukan atau menetapkan nilai suatu sekuritas dengan memfokuskan dasar (fundamental) yang mempengaruhi secara nyata usaha atau kinerja perusahaan dan prospek masa depannya.Dengan dasar para investor atau pemodal rasional memilih faktor fundamental menjadi dasar penilaian yang utama sebagai seorang fundamentalis, argumen dasarnya adalah bahwa nilai saham mewakili nilai perusahaan.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang pengaruh terhadap terhadap harga saham sudah banyak dilakukan diantaranya Teguh Jiwandono (2014) melakukan penelitian analisis pengaruh faktor fundamental terhadap harga saham sektor perbankan yang *go public* di indeks kompas 100. dengan hasil penelitian bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham, *Return On Asset* berpengaruh terhadap harga saham, *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap harga saham, *Return On Investment* (ROI) tidak berpengaruh terhadap harga saham, *Asset Growth* (AG) tidak berpengaruh terhadap harga saham, dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tidak berpengaruh terhadap harga saham. Selanjutnya Khairuddin dan Wardita melakukan penelitian analisis pengaruh rasio profitabilitas, *Debt to equity Ratio* (DER) dan *Price to Book Value* (PBV) terhadap harga saham perusahaan pertambangan di indonesia, dengan hasil penelitian *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap harga saham, *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham, *Price to Book Value* (PBV) tidak berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan Oktavia Dewi dan Ervita Safitri (2017) pengaruh faktor-faktor fundamental terhadap harga saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia, dengan hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel EPS, ROA, dan BV signifikan mempengaruhi harga saham sedangkan ROE, CR, PER, dan OPM tidak signifikan mempengaruhi harga saham, dan secara simultan variabel EPS, ROA, ROE, BV, CR, PER, dan OPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Dari uraian diatas terlihat bahwa rasio-rasio keuangan dan resiko pasar berpengaruh terhadap harga saham. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan faktor fundamental perusahaan terhadap harga saham, dalam hal ini peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh faktor fundamental terhadap harga saham perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.

Batasan Masalah

Faktor fundamental diproyeksikan DER (*Debt to Equity Ratio*), ROE (*Return On Equity*), DPR (*Dividend Payout Ratio*), dan PER (*Price Earning Ratio*) terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017?
2. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017?
3. Apakah *Dividend Payout Ratio* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017?

4. Apakah *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017?
5. Apakah *Debt to Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Dividend Payout Ratio*, dan *Price Earning Ratio* secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Dividend Payout Ratio* terhadap harga saham perusahaan propertidan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.
5. Untuk mengetahui *Debt to Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Dividend Payout Ratio*, dan *Price Earning Ratio* secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di BEI periode 2014-2017.

Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan ada kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Untuk mempraktekkan teori-teori yang sudah didapat dalam kuliah serta sebagai tambahan referensi untuk menambah wawasan intelektual akademis, mulai dari dasar hingga penerapannya.
2. Bagi perguruan tinggi
Dapat menambah referensi perpustakaan dan menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang serupa.
3. Bagi pihak-pihak lain
Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau perbandingan khususnya bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik mendalami dunia investasi, untuk mendapatkan penemuan-penemuan baru yang berguna bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan.
4. Bagi Investor
Dapat di jadikan sebagai bahan salah satu masukan dan pertimbangan bagi investor dalam melakukan penanaman modal atau pembelian saham dan juga dalam melakukan penjualan kembali saham.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian dan Definisi Saham

Saham adalah surat berharga yang merupakan tanda kepemilikan seseorang atau badan terhadap suatu perusahaan. Investor menyertakan modalnya dalam suatu perusahaan dengan demikian kalau seorang investor membeli saham suatu perusahaan maka investor tersebut juga pemilik atau pemegang saham. dengan demikian investor memiliki hak atas pendapatan dan kekayaan perusahaan setelah dikurangi pembayaran semua kewajiban perusahaan. Menurut Fahmi (2012 : 271) Saham merupakan kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

Investasi

Investasi merupakan hal yang sudah tidak asing lagi terutama bagi pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana, atau yang disebut dengan pemilik modal. Investasi adalah penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama priode waktu yang tertentu (Jogiyanto, 2015:5).Aktiva produktif dapat berbentuk aktiva nyata (seperti rumah, tanah, dan emas) atau berbentuk aktiva keuangan (surat-surat berharga) yang diperjual belikan diantara investor (pemodal).Tujuan orang melakukan investasi pada dasarnya adalah untuk mengembangkan dana yang dimiliki atau mengharapakan keuntungan dimasa mendatang.

Pasar Modal

Pasar modal merupakan salah satu alternatif investasi bagi masyarakat. Melalui pasar modal, investor dapat melakukan investasi di beberapa perusahaan melalui surat-surat berharga yang ditawarkan atau yang diperdagangkan di pasar modal. Sementara itu, perusahaan atau sering disebut sebagai

emiten dapat memperoleh dana yang dibutuhkan dengan menawarkan surat-surat berharga tersebut. Pasar modal merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual dengan resiko untung dan rugi (Jogiyanto, 2015:29).

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu informasi mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan kepada pihak pengguna. Informasi tersebut dapat memprediksi apa yang akan terjadi dimasa yang akan mendatang. Dengan pengelolaan lebih lanjut laporan keuangan melalui proses perbandingan evaluasi dan analisis tren, akan mampu memprediksi apa yang mungkin akan terjadi dimasa mendatang. Laporan keuangan dibuat berdasarkan hasil proses akuntansi agar bisa menginformasikan keuangan perusahaan dengan pihak dalam maupun pihak luar yang terkait. Menurut Fahmi (2012:21) menyatakan bahwa Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih lanjut informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Analisis fundamental

Analisis fundamental memperkirakan harga saham dimasa yang akan datang dengan mengestimasi faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham. Faktor-faktor fundamental tersebut nantinya diperoleh taksiran harga saham. Analisis fundamental mencakup pendugaan atas nilai saham atau ekuitas suatu perusahaan tanpa menggunakan informasi harga saham sebagai acuan dalam menilai saham suatu perusahaan yang diperdagangkan di pasar modal (Tatang 2011:308). Menurut Hermuningsih (2012 :194) menyatakan bahwa analisis fundamental merupakan usaha untuk menganalisis berbagai faktor yang berhubungan dengan saham yang akan dipilih melalui analisis perusahaan, analisis industri, analisis ekonomi makro serta metode-metode analisis lain untuk mendukung analisis saham yang akan dipilih.

Debt to Equity Ratio (DER)

Hery (2016:78) Menyatakan utang terhadap modal (DPR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara total utang dengan modal. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Rumus dari *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (equity)}}$$

Return on Equity (ROE)

Hermuningsih (2012 :197) menyatakan ROE (*Return on Equity*) merupakan rasio yang penting karena ROE adalah sumber pertumbuhan. Secara teori, besarnya pertumbuhan (g) adalah RE dikali rasio retensi. Rasio retensi adalah rasio laba atau 1-rasio laba dibagikan (*dividend payout ratio*), belilah perusahaan dengan ROE yang tinggi namun memiliki utang yang rendah yaitu dibawah 1 (kecuali perusahaan finansial). Rumus dari *Return on Equity* (ROE) adalah sebagai berikut:

$$(ROE) = \frac{\text{Net Income/Laba Bersih}}{\text{Total modal}}$$

Dividend Payout Ratio (DPR)

Dividend Payout Ratio (DPR) merupakan besarnya laba yang dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk deviden. Jumlah deviden yang dibayarkan akan mempengaruhi harga saham atau kesejahteraan pemegang saham. Hery (2016:27) menyatakan *Dividend Payout Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara deviden tunai perlembar saham dengan laba perlembar saham. rasio ini menggambarkan jumlah laba dari setiap lembar saham yang dialokasikan dalam bentuk deviden. Rumus dari *Dividend Payout Ratio* (DPR) adalah sebagai berikut:

$$(DPR) = \frac{\text{Deviden perlembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

Price Earning Ratio (PER)

Menurut Hery (2016 : 37) *Price Earning Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba perlembar saham. Lewat rasio ini, harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Dengan mengetahui besaran PER tersebut, calon investor potensial dapat mengetahui apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak (secara nyata) sesuai kondisi saat ini dan bukannya berdasarkan perkiraan dimasa mendatang. Rumus dari *Price Earning Ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

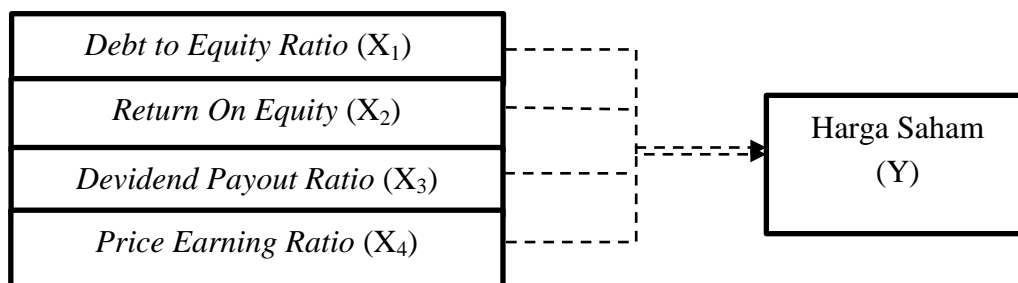
$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Harga Saham

Harga saham salah satu indikator pengelolaan perusahaan. harga saham mengalami pergerakan yang signifikan dari waktu ke waktu dan perubahan tersebut bergantung pada permintaan dan penawaran. pada saat saham mengalami kelebihan permintaan maka harga saham tersebut akan cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham tersebut cenderung mengalami penurunan. Harga pasar saham menunjukkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Harga saham menurut Agun Santoso (2001 : 70) dalam Ratna Wijayanti (2010 : 16) harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran dipasar modal..

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor fundamental terhadap harga saham. faktor fundamental di proyeksikan dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return On Equity* (ROE), *Dividend Payout Ratio* (DPR) dan *Price Earning Ratio* (PER). Sehingga diperoleh kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber: Data diolah, 2018

Gambar. 1
Kerangka penelitian

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelian ini sebagai berikut:

- H_1 : *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.
- H_2 : *Return On Equity* (ROE) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.
- H_3 : *Dividend Payout Ratio* (DPR) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.
- H_4 : *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.
- H_5 : *Debt to Equity* (DER), *Return On Equity* (ROE), *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh simultan terhadap harga saham.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menguji hepotesis dari hubungan pengaruh DER (*Debt to Equity Ratio*), *Return On Equity* (ROE) , DPR (*Dividend Payout Ratio*), dan PER (*Price Earning Ratio*) terhadap harga saham. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor fundamental DER (*Debt to Equity Ratio*), *Return On Equity* (ROE) , DPR (*Dividend Payout Ratio*), dan PER (*Price Earning Ratio*) terhadap harga saham, adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah perusahaan properti dan *real estate* yang *listend* di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017.

Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan yang sudah dipublikasikan, laporan keuangan tersebut di peroleh melalui Iidx, sahamoke dan yahoo finance. Data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak terkait. Dan dengan tersedianya data tersebut peneliti tinggal memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan seperti laporan keuangan perusahaan.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini perusahaan sektor propertidan *real estate* yang sudah terdaftar di BEI dengan periode tahun 2014-2017. Teknik pengumpulan sample dalam penelitian ini adalah *purposive Sampling*. Pemilihan “sampel bertujuan” ini dilakukan karena peneliti memahami bahwa informasi

yang dibutuhkan dapat diperoleh pada kelompok atau sasaran tertentu yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengakses situs resmi Bursa Efek Indonesia berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan dalam periode 2014-2017.

Teknik analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, Pada dasarnya regresi linier berganda merupakan peluasan dari regresi linier sederhana yaitu menambah variabel bebas dari satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Untuk mengetahui pengaruh faktor fundamental terhadap harga saham perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2014-2017 sepenuhnya dibantu oleh *Software* SPSS. Dalam analisis regresi perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk menghindari adanya kemungkinan penyimpangan-penyimpangan asumsi-asumsi klasik. Ada 4 masalah yang sering muncul yang menyebabkan tidak terpenuhinya asumsi dasar diantaranya yaitu uji *normalitas*, uji *autokorelasi*, uji multikonieritas, dan uji *heteroskedastisitas*.

Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

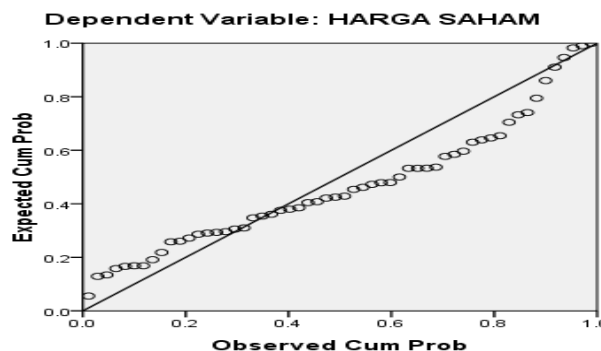
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis data peneliti, pengujian hipotesis dan pembahasannya dengan menggunakan analisis SPSS 16. model regresi tersebut harus memenuhi asumsi dasar klasik untuk menghasilkan suatu analisis data yang akurat.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2 Uji Normalitas

Berdasarkan pada gambar di 4.1 di atas *normal p-plot* diketahui bahwa data menyebar di sekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian uji normalitas pada gambar menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal dan dengan kata lain model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 1
Uji Autokorelasi

Model Summary ^d										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.524 ^a	.274	.218	5751.429	.274	4.823	4	51	.002	2.530

a. Predictors: (Constant), PER, ROE, DER, DPR
 b. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai *Durbin Warson* dihasilkan sebesar 2,530 yang merupakan lebih besar dari 2,350 atau tidak dapat disimpulkan, dan berdasarkan *Durbin Warson* sebesar 2,530 sedangkan *dl* dan *du* sebesar (1.420 dan 1.724) nilai dari *4-dl* dan *4-du* (2,579 dan 2,276) dan dengan demikian *Durbin Warson* dapat disimpulkan bahwa $dl < DW < 4-du$ atau $1.420 < 2.530 < 2,276$ yang berarti ragu-ragu atau tidak dapat disimpulkan.

Uji multikolinieritas

Tabel 2
Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-670.405	1981.608		-.338	.737		
	DER	-4010.128	1838.855	-.349	-2.181	.034	.556	1.798
	ROE	42963.755	10445.184	.534	4.113	.000	.843	1.187
	DPR	2278.444	3777.187	.101	.603	.549	.510	1.960
	PER	76.728	51.493	.201	1.490	.142	.780	1.283

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat nilai *varians inflation faktor* (VIF) dari keempat variabel bebas yaitu sebesar DER (1,789), ROE (1,187), DPR (1,960), dan PER (1,283) yang mana hasil tersebut ke empat variabel nilai VIF kurang dari 10. Sedangkan nilai *tolerance* dari masing-masing ke empat variabel diperoleh DER (0,556), ROE (0,843), DPR (0,510) dan PER (0,780) yang mana dari hasil tersebut ke empat variabel nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada model regresi pada penelitian ini tidak terjadi masalah *multikolinieritas*.

Uji heteroskedasitas

Tabel 3
Uji heteroskedasitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.223E-13	1981.608		.000	1.000		
	DER	.000	1838.855	.000	.000	1.000	.556	1.798
	ROE	.000	10445.184	.000	.000	1.000	.843	1.187
	DPR	.000	3777.187	.000	.000	1.000	.510	1.960
	PER	.000	51.493	.000	.000	1.000	.780	1.283

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan pada Tabel di atas *coefficients* diatas dapat dilihat bahwa nilai profitabilitas tingkat kesalahan lebih besar daro 0,05 (5%) dengan tingkat signifikan 1,00 pada masing-masing variabel independen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi pada penelitian ini tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4
 Hasil persamaan regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-670.405	1981.608		-.338	.737		
	DER	-4010.128	1838.855	-.349	-2.181	.034	.556	1.798
	ROE	42963.755	10445.184	.534	4.113	.000	.843	1.187
	DPR	2278.444	3777.187	.101	.603	.549	.510	1.960
	PER	76.728	51.493	.201	1.490	.142	.780	1.283

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Sumber: Hasil output SPSS

Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = -670,405 - 4010,128x_1 + 42968,755x_2 + 2278,444x_3 + 76,728x_4 + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi diatas dapat diinterpretasikan apabila *debt to equity ratio* dinaikkan satu angka maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar 4010,128. Apabila *return on equity* dinaikkan satu angka maka harga saham akan mengalami kenaikan sebesar 42963,755. Apabila *deviden payout ratio* dinaikkan satu angka maka harga saham akan mengalami kenaikan sebesar 2278,444. Dan apabila *price earning ratio* dinaikkan satu angka maka harga saham akan mengalami kenaikan sebesar 76,728.

Berdasarkan hasil uji diatas selanjutnya uji hipotesis akan dijelaskan dibawah ini:

Hipotesis 1

Berdasarkan pengajuan Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Dengan nilai signifikan sebesar 0,034 adanya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan atau nilai konstanta sebesar 0,05. Dari hasil tersebut maka variabel *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap harga saham dan dapat disimpulkan hasil uji hipotesis 1 diterima.

Hipotesis 2

Berdasarkan pengajuan Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *return on equity* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 adanya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan atau nilai konstanta sebesar 0,05. Dari hasil tersebut maka variabel *return on equity* berpengaruh terhadap harga saham dan dapat disimpulkan hasil uji hipotesis 2 diterima.

Hipotesis 3

Berdasarkan pengajuan Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *deviden payout ratio* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. nilai signifikan sebesar 0,549 adanya nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan atau nilai konstanta sebesar 0,05. Dari hasil tersebut maka variabel *deviden payout ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham dan dapat disimpulkan hasil uji hipotesis 3 ditolak.

Hipotesis 4

Berdasarkan pengajuan Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *price earning ratio* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Dengan nilai signifikan sebesar 0,142 adanya nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan atau nilai konstanta sebesar 0,05. Dari hasil tersebut maka variabel *price earning ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham dan dapat disimpulkan hasil uji hipotesis 4 ditolak.

Hipotesis 5

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (DER, ROE, DPR, PER) mempunyai pengaruh signifikan simultan terhadap variabel dependen yaitu harga saham. Berikut adalah hasil uji simultan pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel ANOVA di bawah ini.

Tabel 5
Penguujian simultan (F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	638222890.158	4	159555722.539	4.823	.002 ^a
Residual	1687025969.396	51	33078940.576		
Total	2325248859.554	55			

a. Predictors: (Constant), PER, ROE, DER, DPR

b. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan pengujian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio*, *return on equity*, *dividen payout ratio*, dan *price earning ratio* berpengaruh secara simultan terhadap harga saham.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hipotesis 1 pengaruh *debt to equity ratio* terhadap harga saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa DER secara parsial berpengaruh terhadap harga saham, hal tersebut sejalan dengan teori yang menyebutkan bahwa semakin besar DER menunjukkan resiko pasar yang semakin tinggi maka semakin kecil rasio ini semakin baik. Hal ini selaras dengan hasil hipotesis 1 penelitian yang menunjukkan kenaikan 1 angka maka harga saham mengalami penurunan. Semakin tinggi DER maka harga saham akan semakin turun karena perusahaan harus membayar hutangnya terlebih dahulu sebelum membagikan deviden kepada para pemegang saham dan hal tersebut membuat saham semakin tidak diminati. DER yang tinggi berarti semakin tinggi hutang yang digunakan perusahaan dalam mendanai kegiatan operasi perusahaan yang berarti pula menunjukkan resiko pasar yang semakin yang harus dihadapi. hal tersebut akan mempenagruhi harga saham karena investor akan menjahui saham-saham yang memiliki tingkat resiko pasar yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *debt to equity rasio* berpengaruh terhadap harga saham, yaitu peneltian yang dilakukan oleh Vera (2013) dengan hasil penelitian yang diperoleh adalah *Debt to Equity Rati* (DER) secara parsial memiliki pengaruh terhadap harga saham.

Pembahasan hipotesis 2 pengaruh *return on equity* terhadap harga saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa ROE berpengaruh secara parsial terhadap harga saham, hal tersebut sejalan dengan teori yang menyebutkan ROE yang tinggi berarti semakin optimal penggunaan modal sendiri dalam suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. semakin besar laba yang dihasilkan maka semakin besar pula minat investor dalam menginvestasikan dana pada perusahaan sehingga peningkatan ROE dapat meningkatkan harga saham. ROE yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Keuntungan yang tinggi akan semakin akan menarik investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan menyebabkan kenaikan permintaan saham. Kenaikan permintaan saham akan mempengaruhi tinggi harga saham. Dengan demikian ROE berpengaruh terhadap harga saham. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *return on equity* berpengaruh terhadap harga saham, Yaitu peneltian yang dilakukan Khairuddin dan warda (2017) dengan hasil penelitian yang diperoleh adalah ROE (*Rerurn On Equity*) secara parsial memiliki pengaruh terhadap harga saham.

Pembahasan hipotesis 3 pengaruh *dividen payout rati* terhadap harga saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa DPR secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham, hal tersebut mengindikasikan bahwa investor tidak begitu tertarik dengan perusahaan yang membagikan deviden terlalu tinggi karena hal tersebut akan membuat perusahaan menahan laba, laba yang ditahan akan dgunakan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan. Deviden yang dibagikan tergantung pada rapat umum pemegang saham (RUPS) apabila pada rapat disetujui untuk membagikan deviden maka akan dilakukan pembagian deviden, dan sebaliknya jika pada rapat umum pemegang saham (RUPS) tidak disetujui pembagian deviden maka deviden akan dikembalikan pada perusahaan dan digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *dividen pauout ratio* secara parsial

tidak berpengaruh terhadap harga saham, yaitu penelitian yang dilakukan oleh I Gede dan Anak A (2017) dengan hasil penelitian yang diperoleh adalah DPR (*deviden payout ratio*) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham.

Pembahasan hipotesis 4 pengaruh price earning ratio terhadap harga saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis 4 menunjukkan bahwa PER secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham, hal tersebut mengindikasikan investor tidak tertarik dengan harga saham yang semakin tinggi karena hal tersebut bisa saja merupakan batas tertinggi harga saham dan harga saham tidak akan naik lagi atau dengan kata lain potensi selanjutnya adalah harga saham akan turun. Hal ini sejalan dengan teori yang dinyatakan David Sukardi Kodrat dan Kurniawan Indonanjaya (2010 :240) Menyatakan PER yang tinggi menunjukkan perusahaan ini mempunyai prospek yang tinggi untuk bertumbuh. Sebaliknya perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan yang rendah. Dari segi investor, PER yang terlalu tinggi tidak menarik karena harga saham akan sulit untuk naik lagi. Ini berarti kemungkinan memperoleh *capital gain* akan lebih kecil lagi. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *price earning ratio* secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham, yaitu penelitian yang dilakukan Ocky Ainun Rochmah (2017) dengan hasil penelitian yang diperoleh adalah PER (*price earning ratio*) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham.

Pembahasan hipotesis 5 pengaruh debt to equity ratio, return on equity, deviden payout ratio, dan price earning ratio terhadap harga saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis 5 menunjukkan variabel fundamental *debt to equity ratio*, *return on equity*, *deviden payout ratio*, dan *price earning ratio* berpengaruh secara simultan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa variabel fundamental *debt to equity ratio*, *return on equity*, *deviden payout ratio*, dan *price earning ratio* berpengaruh secara simultan terhadap harga saham, yaitu penelitian yang dilakukan Ratna wijayanti (2010) dan penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2013) dengan hasil penelitian yang diperoleh yang menyebutkan bahwa variabel fundamental *debt to equity ratio*, *return on equity*, *deviden payout ratio*, dan *price earning ratio* berpengaruh secara simultan terhadap harga saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan objek penelitian yaitu perusahaan sektor properti dan *real estate* yang *listend* di BEI pada periode penelitian 2014-2017 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *debt to equity ratio* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang *listen* di BEI, Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *debt to equity ratio* dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam memilih saham.
2. Variabel *return on equity* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang *listen* di BEI, Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *return on equity* dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam memilih saham.
3. Variabel *deviden payout ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang *listen* di BEI, Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *deviden payout ratio* tidak dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam memilih saham.
4. Variabel *price earning ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang *listen* di BEI, Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *price earning ratio* tidak dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam memilih saham.
5. Variabel fundamental *debt to equity ratio*, *return on equity*, *deviden payout ratio*, dan *price earning ratio* berpengaruh secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang *listen* di BEI, Hal tersebut menunjukkan bahwa pola pergerakan harga saham dapat dipengaruhi faktor fundamental *debt to equity ratio*, *return on equity*, *deviden payout ratio*, dan *price earning ratio*.

Saran

Bagi Investor

Investor dalam menanamkan modalnya hendaklah mempertimbangkan faktor fundamental perusahaan dengan tujuan memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian. Bagi para investor agar memperhatikan pilihan investasi, investor bisa memilih perusahaan dengan nilai DER yang rendah karena dengan memilih perusahaan yang tingkat hutangnya rendah maka investor akan memperoleh *return* yang tinggi. Investor juga bisa memilih perusahaan dengan tingkat ROE yang

tinggi, ROE yang tinggi mencerminkan kemampuan kinerja manajemen yang baik, sehingga dengan memilih perusahaan dengan tingkat ROE yang tinggi akan memperoleh *return* yang tinggi.

Bagi Peneliti Lain

Untuk Penelitian selanjutnya di harapkan memperluas sampel penelitian mencakup seluruh populasi perusahaan BEI. Penelitian selanjutnya juga di harapkan untuk memperpanjang periode penelitian sebab dengan memperpanjang periode penelitian diharapkan diperoleh hasil yang maksimal. Dan juga untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan rasio-rasio keuangan yang berbeda dan lebih beragam dan banyak digunakan untuk memprediksi harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadji, Tjipto Dan Hendy M Fahrudin. 2006. *Pasar Modal Di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Salemba Empat: Jakarta
- Fahmi, Irfan. 2014. *Manajemen Keuangan Dan Pasar Modal Edisi Pertama*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- . 2015. *Pengantar Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Alfabeta: Bandung
- Fahmi, Irfan Dan Yovi Lavianti Hadi. 2009. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi Teori Dan Soal Jawab*. Alfabeta: Bandung
- Hadi, Adiatma Banau dan Willy Sri Y. 2014. Analisis Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Lq45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *E-proceeding of Managemen: Vol.2, No 1*
- Hadi, Noor. 2013. *Acuan Teoritis Dan Praktis Investasi Instrumen Keuangan Pasar Modal Edisi Pertama*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Hanafi, Mahmud M. 2012. *Analisis Laporan Keuangan Edisi Keempat*. Unit Penerbit. Yogyakarta
- Hartono, Jogiyanto. 2015. *Teori Portofolio Dan Analisis Infestasi Edisi Sepuluh*. BPFE. Yogyakarta
- Hermoningsih, Sri. 2012. *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta
- Hery. 2016. *Financial Ratio For Busines Analisis Keuangan Untuk Menilai Kondisi Finansial Dan Kinerja Keuangan*. Grasindo: Jakarta
- Hidayati, Nur (2016) Pengaruh faktor fundamental dan resiko sistematis terhadap harga saham studi kasus pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang *listed* di BEI tahun 2011-2014. *Dokumentasi Karya Ilmiah*
- Jiwandono. Analisis faktor fundamental terhadap harga saham sektor perbankan yang *go public* di indeks kompas 100. *Jurnal Ilmu Manajemen: Volume 2 Nomor 3*
- Kasmir. 2007. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana: Yogyakarta
- . 2012. *Analisa Laporan Keuangan*. Rajawali Pers: Jakarta
- Khairudin dan Wandita. 2017. Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) Dan Price to Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 8, No 1*
- Kodrat, David Sukardi dan Kurniawan Indojoya.. 2010. *Manajemen Investasi Pendekatan Teknikal dan Fundamental untuk Analisis Saham*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Murhadi, Werner R. 2013. *Analisis Laporan Keuangan: Proyeksi Dan Valuasi Saham*. Salemba Empat: Jakarta
- Puspitasri. 2013. Pengaruh faktor fundamental dan resiko sistematis terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek indonesia periode 2007-2009. *Dokumen Karya Ilmia*
- Sanusi, Anwar . 2011. *Metodelogo Penelitian Untuk Bisnis Edisi Keempat Buku Satu*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sari, Yuni Indra dan Suhermin. 2016. Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomer 7*
- Wijayanti Ratna. 2010. Pengaruh Faktor Fundamental Dan Resiko Sistematis Terhadap Harga Saham Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Dokumentasi Karya Ilmiah*

Sumber data

<http://www.idx.com>

<http://sahamoke.com>

**Pengaruh Perputaran Piutang, *Net Profit Margin*
dan *Firm Size* Terhadap Profitabilitas Pada
Perusahaan Makanan dan Minuman Yang
Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia**

Ria Atika Ratnasari¹
STIE Widya Gama Lumajang
riaatika25@gmail.com

Sochib,²
STIE Widya Gama Lumajang
Sochib.ak@gmail.com

Neny Tri Indrianasari³
STIE Widya Gama Lumajang
indriana85@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perputaran piutang *net profit margin* dan *firm size* terhadap profitabilitas secara simultan dan secara parsial. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman periode 2012-2016. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan diperoleh 10 perusahaan sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil secara parsial atau uji t, variabel perputaran piutang berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas, *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan *firm size* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan hasil secara uji F, semua variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Perputaran Piutang, Profit, Size, Profitabilitas

Abstract

This study aims to determine the effect of receivable turnover, net profit margin and firm size on profitability simultaneously and partially. This research was conducted at food and beverage companies listed in Indonesia Stock Exchange period 2012-2016. Population of this research is food and beverage company period 2012-2016. Sampling method used was purposive sampling and 10 companies were obtained as sample. The method of analysis used is multiple regression analysis. Based on the results partially or t test, receivable turnover variables have no significant effect on profitability, net profit margin significant effect on profitability and firm size have significant effect on profitability. While the results of F test, all independent variables have no significant effect on the dependent variable.

Keywords: Receivable Turnover, Profit, Size, Profitability

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis yang kompetitif mengharuskan pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mencapai tujuan perusahaannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Banyaknya perusahaan yang berdiri dan berkembang menjadi bukti bahwa perekonomian di Negara ini sudah semakin membaik pasca krisis ekonomi pada tahun 1998 silam. Hal ini tentu menjadi acuan bagi banyak perusahaan untuk terus berkembang dan meningkatkan kinerja perusahaannya.

Semakin banyaknya perusahaan baru yang berdiri akan menciptakan suatu persaingan usaha antar perusahaan. Persaingan ini tentunya menimbulkan kekhawatiran bagi kelangsungan hidup

perusahaan. Berbagai cara pun harus dilakukan perusahaan untuk dapat bersaing dengan banyaknya perusahaan lain. Demi mempertahankan usahanya tersebut perusahaan hendaknya dapat memperoleh keuntungan (laba) yang maksimal dari setiap penjualan produk yang didapatkan. Tidak sedikit perusahaan yang menjual produk-produk secara kredit kepada pelanggan. Penjualan secara kredit semacam ini sering dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan hasil produksi di pasar.

Menurut Hery (2012) istilah piutang mengacu pada sejumlah tagihan yang akan diterima oleh perusahaan (umumnya dalam bentuk kas) dari pihak lain, baik sebagai akibat penyerahan barang dan jasa secara kredit (untuk piutang pelanggan yang terdiri atas piutang usaha dan memungkinkan piutang wesel), memberikan pinjaman (untuk piutang karyawan, piutang debitur yang biasanya langsung dalam bentuk piutang wesel, dan piutang bunga), maupun sebagai akibat kelebihan pembayaran kas kepada pihak lain (untuk piutang pajak).

Setiap pengajuan kredit yang dilakukan oleh calon pembeli haruslah diuji atau dievaluasi terlebih dahulu kelayakan kreditnya. Bagian penjualan tidak boleh merangkap bagian kredit. Persetujuan pemberian kredit hanya boleh dilakukan oleh manajer kredit. Manajer penjualan tidaklah memiliki otorisasi atau wewenang untuk menyetujui proposal kredit pelanggan. Apabila bagian penjualan merangkap bagian kredit, maka dikhawatirkan (terutama apabila komisi penjualan ditetapkan berdasarkan pada besarnya omset penjualan) seluruh proposal kredit (tanpa kecuali) yang diajukan calon pembeli akan langsung disetujui tanpa adanya evaluasi terlebih dahulu Badjra (2015). Dalam hal ini, kemungkinan besar risiko akan muncul terutama terhadap calon pembeli dengan peringkat kredit yang buruk.

Pengelolaan piutang dalam suatu perusahaan menyangkut pada perputaran piutang. Semakin tinggi perputaran piutang, maka semakin meningkatnya profitabilitas perusahaan karena jumlah piutang yang tak tertagih semakin kecil. Akan tetapi perputaran piutang yang terlalu tinggi dapat menurunkan profitabilitas. Dengan demikian perputaran piutang harus mendapatkan perhatian khusus dari manajer perusahaan. Menurut Kasmir (2016) perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau beberapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

Selain itu, *net profit margin* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan pendapatan bersihnya terhadap total penjualan yang dicapai oleh perusahaan. *Net profit margin* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa semakin meningkat keuntungan bersih yang dicapai perusahaan. Dengan meningkatnya *net profit margin* maka akan meningkatnya daya tarik investor untuk menanamkan saham perusahaan juga cenderung akan meningkat.

Ukuran perusahaan juga merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Menurut Riyanto Bambang Riyanto (2008) ukuran perusahaan diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva. Ukuran perusahaan dalam hal ini diukur dengan melihat seberapa besar asset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. *Asset* yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak & kewajiban serta permodalan perusahaan.

Profitabilitas juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan akan menimbulkan biaya yang lebih besar yang dapat mengurangi profitabilitas, namun disisi lain perusahaan besar memiliki skala dan keleluasaan ekonomis dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan lebih mudah memperoleh pinjaman yang dapat meningkatkan profitabilitas Ambarwati, *et al*, (2015). Oleh karena itu, ukuran perusahaan (*firm size*) digunakan sebagai *variable* untuk menguji pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini menggunakan rumus ROA (*Return On Assets*) sebagai alat ukur laba perusahaan. Munawir (2007) "*Return On Assets* (ROA) merefleksikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas sumber daya keuangan yang ditanamkan pada perusahaan". Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini termotivasi dari peneliti Yessy (2017) yang berjudul Pengaruh Hutang Jangka Pendek, Perputaran Piutang dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Hasil penelitiannya bahwa hutang jangka pendek, perputaran piutang dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Tetapi peneliti (Badjra 2015) menyatakan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Diana Santoso (2016) menyimpulkan perputaran piutang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan uraian serta permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Perputaran Piutang, *Net Profit Margin* Dan *Firm Size* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)".

KAJIAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya, sebagai laporan arus kas, atau laporan arus kas dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Disamping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya, informasi keuangan segmen *industry* dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Menurut PSAK 1 (2015) laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Menurut Horrison (2011) laporan keuangan adalah dokumen bisnis yang digunakan perusahaan untuk melaporkan hasil aktivitasnya kepada berbagai kelompok pemakai, yang dapat meliputi manajer, investor, kreditor, dan agen regulator. Sebaliknya, pihak-pihak tersebut menggunakan informasi yang dilaporkan untuk membuat berbagai keputusan, seperti apakah akan melakukan investasi dalam atau meminjamkan uang kepada perusahaan.

Perputaran Piutang

Perputaran Piutang adalah masa-masa penerimaan piutang dari suatu perusahaan selama periode tertentu Fahmi (2011). Perputaran piutang akan menunjukkan berapa kali piutang yang timbul sampai piutang tersebut dapat tertagih kembali kedalam kas perusahaan. Kelancaran penerimaan piutang dan pengukuran baik tidaknya investasi dalam piutang dapat diketahui dari tingkat perputarannya.

Perputaran piutang merupakan salah satu *factor* yang menentukan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh perusahaan, jika melakukan pengelolaan piutang dengan baik, antara lain kemungkinan perusahaan dapat membayar semua kewajibannya tepat waktu dan memungkinkan perusahaan tersebut untuk dapat beroperasi dengan lebih efisien karena tidak ada kesulitan untuk memperoleh barang dan jasa yang diperlukan, dimana secara tidak langsung akan berdampak pada tingkat perolehan keuntungan perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya apabila tingkat perputaran piutang rendah, maka akan terjadi kelebihan piutang dan perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Untuk memperoleh nilai Perputaran Piutang dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang Rata - rata}}$$

$$\text{Rata - Rata Piutang} = \frac{\text{Piutang Awal} + \text{Piutang Akhir}}{2}$$

NET PROFIT MARGIN

Profit Margin adalah perbandingan antara keuntungan operasi dengan penjualan bersih yang dinyatakan dalam prosentase (%). *Profit Margin* digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualan.

Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2006) *net profit margin* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan operasional dapat diperoleh dari setiap rupiah penjualan. *Net profit margin* sering disebut sebagai *net income after tax* (NIAT) terhadap *net sales*. Rasio ini menunjukkan tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya sekaligus menunjukkan efisiensi biaya yang dikeluarkan perusahaan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* (NPM) adalah rasio yang mengukur profitabilitas yang berkaitan dengan penjualan yang dihasilkan.

Net profit margin yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sedangkan *net profit margin* yang rendah menunjukkan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. Secara umum rasio yang rendah dapat menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Jika *net profit margin* semakin besar maka berarti semakin efisien biaya yang dikeluarkan sehingga semakin besar tingkat kembalian keuntungan perusahaan. Untuk memperoleh nilai *Net Profit Margin* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{net profit margin} = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

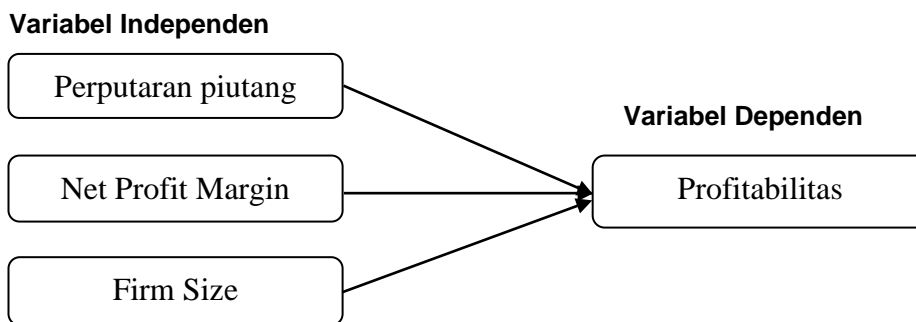
FIRM SIZE

Firm size merupakan salah satu *factor* yang dapat meningkatkan profitabilitas. Menurut Riyanto (2001) ukuran perusahaan (*firm size*) diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva. Semakin besar *firm size* akan mengakibatkan biaya yang lebih besar, sehingga dapat mengurangi profitabilitas. Perusahaan besar cenderung memiliki skala dan keleluasaan ekonomis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga akan lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan Priharyanto (2009).

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan dari besar/kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran perusahaan juga merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh penting dalam perusahaan, hal ini disebabkan karena ukuran perusahaan yang besar memiliki sumber daya pendukung yang lebih besar dibanding perusahaan yang lebih kecil. Pada suatu perusahaan yang kecil maka kompleksitas yang terdapat dalam organisasi juga kecil. Wijayanti and Paramita (2012) mengutip Fitriani (2012) bahwa terdapat tiga *alternative* yang digunakan untuk menghitung *size* perusahaan, yaitu total *asset*, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar. *Size* perusahaan juga diukur dengan total aktiva, karena menurutnya total aktiva lebih menunjukkan *size* perusahaan dibandingkan dengan kapitalisasi pasar. Untuk memperoleh nilai *Firm Size* dapat dihitung dengan rumus:

$$firm\ size = Ln\ Total\ Aset$$

Model Hipotesis



Gambar 1. Model Hipotesis

Berdasarkan model hipotesis diatas, maka dikembangkan beberapa hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

- H₁ : Terdapat pengaruh perputaran piutang terhadap profitabilitas.
- H₂ : Terdapat pengaruh net profit margin terhadap profitabilitas.
- H₃: Terdapat pengaruh firm size terhadap profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian jenis hipotesis (*hypothesis testing study*) yang memiliki tujuan untuk menguji variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Jenis metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugioyono, 2009).

Maka diperoleh 10 sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode laporan 2012 – 2016 sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Tabel 1. Daftar Sampel Perusahaan

No.	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1.	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk	AISA
2.	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk	CEKA
3.	PT. Delta Djakarta, Tbk	DLTA
4.	PT. Indofood Cbp Sukses Makmur, Tbk	ICBP
5.	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk	INDF
6.	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk	MLBI
7.	PT. Mayora Indah, Tbk	MYOR
8.	PT. Nippon Indosari Corporindo, Tbk	ROTI

9.	PT. Sekar Bumi, Tbk	SKBM
10.	PT. Ultrajaya Milk Industry And Trading Company, Tbk	ULTJ

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Analisis statistik deskriptif
- Uji asumsi klasik
- Uji hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdapat 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Adapun model peramalan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x^1 + b_2x^2 + b_3x^3 + e$$

Keterangan:

- Y = Profitabilitas
 a = Konstanta
 X1 = Perputaran Piutang
 X2 = *Net Profit Margin*
 X3 = *Firm Size*
 b = Koefisien Regresi
 e = Unsur Gangguan (*error term*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Deskripsi variabel menggambarkan dengan ringkas mengenai variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi nilai minimum, maksimum, rata – rata, dan standart deviasi. Hasil uji analisis statistik deskriptif terhadap variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERPUTARAN PIUTANG	50	-1,25	1,40	,2352	,56836
NET PROFIT MARGIN	50	-20,00	-4,81	-10,5086	3,60131
FIRM SIZE	50	13,44	14,91	14,4234	,33976
PROFITABILITAS	50	-1,70	-,18	-,9774	,31852
Valid N (listwise)	50				

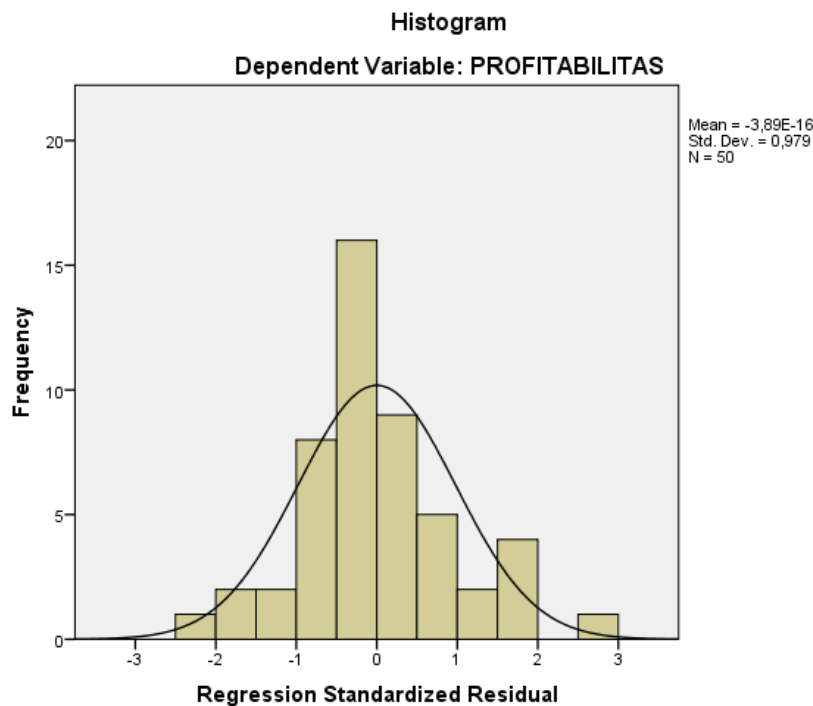
Sumber: data diolah, 2018

Tabel 2 menunjukkan hasil statistik deskriptif masing – masing variabel penelitian. Hasil statistik perputaran piutang menunjukkan nilai minimum -1,25, maksimum 1,40, mean 0,23 dan standart deviasi 0,56. Hasil statistik *net profit margin* menunjukkan nilai minimum -20,00, maksimum -4,81, mean -10,50 dan standart deviasi 3,60. Hasil statistik *firm size* menunjukkan nilai minimum 13,44, maksimum 14,91, mean 14,42 dan standart deviasi 0,34. Hasil statistik profitabilitas menunjukkan nilai minimum -1,70, maksimum -0,18 mean -0,98 dan standart deviasi 0,32.

Uji Asumsi Klasik

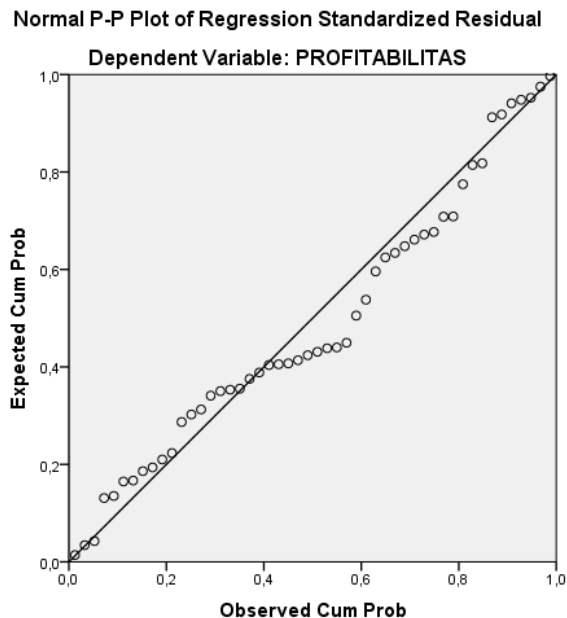
Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Profitabilitas (Y), serta variabel perputaran piutang (X₁), *net profit margin* (X₂) dan *firm size* (X₃) berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.



Gambar 2. Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Dari gambar diatas dijelaskan bahwa grafik histogram hampir membentuk lonceng atau pola distribusi mendekati normal. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dependen dan independen dalam model regresi mempunyai distribusi normal.



Gambar 3. Uji Normalitas (P-P Plot)

Sedangkan untuk hasil normal *probability plot*, berdasarkan gambar diatas terlihat dan menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50 ^c
Exponential parameter. ^{a,b}	Mean	,2719035
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,063
	Negative	-,158
Kolmogorov-Smirnov Z		,722
Asymp. Sig. (2-tailed)		,674

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dijelaskan bahwa variabel penelitian Perputaran Piutang, *Net Profit Margin* dan *Firm Size* mengikuti distribusi normal dengan nilai *asymptonic significance* lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,674 yang artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah tiap variabel independen yaitu perputaran piutang (X1), net profit margin (X2) dan firm size (X3) saling berhubungan secara linear. Apabila sebagian atau seluruh variabel independen berkorelasi kuat berarti terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dengan menghitung nilai Variance Inflation Faktor (VIF) dan tolerance value tiap – tiap variabel independen. Data dikatakan bebas dari multikorelasi, apabila nilai VIF<10 dan tolerance value mendekati angka 1.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Perputaran Piutang	,959	1,043
Net Profit Margin	,960	1,041
Firm Size	,974	1,026

Sumber: data diolah,

2018

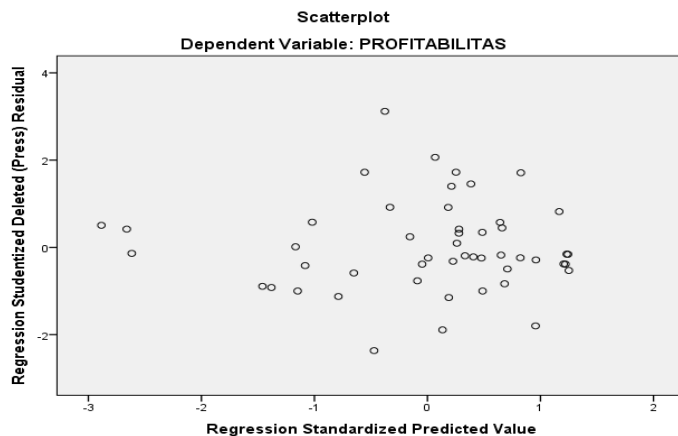
Tabel 4 menunjukkan nilai *tolerance* variabel perputaran piutang, *net profit margin* dan *firm size* mendekati angka 1 dan nilai VIF masing – masing variabel <10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Untuk menguji ada tidaknya dalam penelitian ini dapat digunakan grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Salah satu cara untuk mengetahui dan tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dengan residual

error. Jika tidak ada pola tertentu dan titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, tidak berkumpul disatu tempat, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada perputaran piutang (X_1), *net profit margin* (X_2), *firm size* (X_3), dan profitabilitas (Y). Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan uji statistik melalui uji Durbin Waston (DW test).

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,301

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas,nilai Durbin-Watson (DW) menunjukkan angka sebesar 2,301. Sedangkan besarnya $DW\text{-tabel} = 1,6739 < 2,301 < 2,3261$ maka dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa DW-test terletak pada daerah uji. Model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi karena nilai Durbin-Watsonnya berada diantara D_U dan $4-D_U$. Dengan demikian, model ini layak untuk digunakan untuk memprediksi pengaruh perputaran piutang, *net profit margin* dan *firm size*.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap jumlah variabel tak bebas (*dependent*) (Syofian Siregar, 2013). Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda dari masing – masing variabel :

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-3,254	,987
	PERPUTARAN PIUTANG	,010	,041
	NET PROFIT MARGIN	,073	,006

	FIRM SIZE	,211	,068
--	-----------	------	------

Sumber : data diolah, 2018

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa besarnya nilai konstanta yang dihasilkan adalah -3,254 ; koefisien regresi untuk perputaran piutang sebesar 0,010 ; koefisien *net profit margin* sebesar 0,073 ; koefisien regresi untuk *firm size* 0,211.

Persamaan Regresi :

$$Y = -3,254 + 0,010 X_1 + 0,073 X_2 + 0,211 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. = -3,254 : merupakan konstanta (a) yang menunjukkan apabila tanpa dipengaruhi oleh variabel X₁ (Perputaran Piutang), X₂ (*Net Profit Margin*), X₃ (*Firm Size*) maka besarnya profitabilitas adalah -3,254.
- b₁. = 0,010 : merupakan nilai koefisien regresi variabel X₁ (Perputaran Piutang) yang menunjukkan bahwa apabila Perputaran Piutang mengalami peningkatan sebesar 1% maka Profitabilitas akan mengalami peningkatan sebesar 0,010.
- b₂. = 0,073 : merupakan nilai koefisien regresi variabel X₂ (*Net Profit Margin*) yang menunjukkan bahwa apabila *Net Profit Margin* mengalami peningkatan sebesar 1% maka Profitabilitas akan mengalami peningkatan sebesar 0,073.
- b₃. = 0,211 : merupakan nilai koefisien regresi variabel X₃ (*Firm Size*) yang menunjukkan bahwa apabila *Firm Size* mengalami peningkatan sebesar 1% maka Profitabilitas akan mengalami peningkatan sebesar 0,211.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel kinerja keuangan. Jika koefisien determinasi (R²) yang diperolehnya besarnya mendekati satu (1) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,875 ^a	,766	,751

Sumber : data diolah, 2018

Dalam perhitungan dari model regresi ini menghasilkan nilai R square (R²) sebesar 0,766 artinya adalah variabel Profitabilitas mampu dijelaskan oleh variabel perputaran piutang, *net profit margin* dan *firm size* sebesar 76,6% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model pada penelitian ini. Variabel independen secara keseluruhan berdistribusi terhadap variabel dependen sebesar dan sisanya sebesar 23,4% dari variabel lain yang tidak dibahas dan diteliti dalam penelitian.

Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh perputaran piutang, *net profit margin* dan *firm size* terhadap profitabilitas. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah H diterima apabila Sig t < tingkat signifikan α (0,05).

Berdasarkan hasil output SPSS dapat dilihat bahwa pengaruh secara parsial variabel independen yaitu perputaran piutang, *net profit margin* dan *firm size* terhadap variabel dependen yaitu Profitabilitas, yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Uji t

Model	Sig.
1 (Constant)	,002
PERPUTARAN PIUTANG	,814
NET PROFIT MARGIN	,000
FIRM SIZE	,003

Sumber : Data diolah dari SPSS

Dalam uji t α (alpha) 0,05 pada variabel independen tersebut setelah diuji menghasilkan temuan sebagai berikut:

Pada variabel independen Perputaran Piutang ditemukan bahwa nilai signifikasinya $\geq 0,05$ yaitu 0,814. Hal ini mengindikasikan bahwa H_1 tidak dapat diterima dan hal ini berarti *Perputaran Piutang* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Pada variabel independen *Net Profit Margin* ditemukan bahwa nilai signifikasinya $\leq 0,05$ yaitu 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa H_2 dapat diterima dan hal ini berarti *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Pada variabel independen *Firm Size* ditemukan bahwa nilai signifikasinya $\leq 0,05$ yaitu 0,003. Hal ini mengindikasikan bahwa H_3 dapat diterima dan hal ini berarti *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

PEMBAHASAN

Pengaruh Perputaran Piutang terhadap Profitabilitas

Hipotesis pertama dalam penelitian ini memprediksi bahwa perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil pengujian nilai $PP > 0,05$ berarti menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari perputaran piutang terhadap profitabilitas. Tingkat perputaran piutang yang rendah berarti piutang dagang membutuhkan waktu yang lebih lama untuk dapat ditagih menjadi uang tunai atau menunjukkan modal kerja yang ditanamkan dalam piutang memiliki kecenderungan yang lebih besar.

Hal ini tidak sesuai dengan teori yang ada, jika mengelola perputaran piutang dengan efektif maka berdampak positif pada profitabilitas. Khususnya dalam penelitian ini hasil yang tidak signifikan dikarenakan rendahnya tingkat rasio perputaran piutang semakin rendah karena jumlah piutang yang tak tertagih semakin meningkat serta terjadinya *over investment* dalam piutang. Dengan begitu semakin lambat pula kas masuk bagi perusahaan dari tidak tertagihnya piutang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan perputaran piutang terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prakoso dkk (2014) serta Hoiryah dan Lestariningsih (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari perputaran piutang terhadap profitabilitas. Namun hasil penelitian ini didukung oleh Diana dan Santoso (2016) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari perputaran piutang terhadap profitabilitas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman tidak dapat meningkatkan laba yang disebabkan pertambahan piutang yang tidak tertagih. Dengan bertambahnya piutang maka akan tidak akan menambah kas perusahaan sehingga operasional perusahaan tidak dapat berjalan dengan lancar.

Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Profitabilitas

Hipotesis kedua dalam penelitian ini memprediksi bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Profitabilitas. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin* terhadap Profitabilitas. Hal ini terjadi karena semakin tinggi *Net Profit Margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan karena menampakkan keberhasilannya dalam meningkatkan penjualan (*sales*) / pendapatan (*income*). Sehingga hubungan antara *Net Profit Margin* dengan tingkat profitabilitas yaitu *Return On Asset (ROA)* adalah positif.

Hal ini sesuai dengan teori yang relevan bahwa *net profit margin* digunakan untuk mengukur seberapa efisien manajemen mengelola perusahaannya dan juga memperkirakan profitabilitas masa depan berdasarkan peramalan penjualan yang dibuat oleh manajemennya. Dengan membandingkan laba bersih dengan total penjualan, investor dapat melihat berapa persentase pendapatan yang digunakan untuk membayar biaya operasional dan biaya non-operasional serta berapa persentase tersisa yang dapat membayar deviden kepada para pemegang saham ataupun berinvestasi kembali ke perusahaannya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2015) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap Profitabilitas. Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Akbar (2014). Hasil tersebut menyatakan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh secara signifikan terhadap Profitabilitas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman dapat meningkatkan laba dari persentase *net profit margin*. Dengan bertambahnya atau meningkatnya persentase *net profit margin* maka pengelolaan perusahaan dan perkiraan profitabilitas di masa depan yang akan dikelola manajemen akan semakin efisien. Maka perusahaan dapat membayar deviden kepada para

pemegang saham. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh *Firm Size* terhadap profitabilitas

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini memprediksi bahwa *Firm Size* berpengaruh terhadap Profitabilitas. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Firm Size* terhadap Profitabilitas. Pengaruh *Firm Size* adalah positif, dimana pada saat *Firm Size* tinggi cenderung akan menurunkan profitabilitas dan pada saat *Firm Size* rendah cenderung akan menaikkan profitabilitas.

Hasil yang signifikan ini sesuai dengan teori yang relevan, bahwa pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya dalam mengelola perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, karena perusahaan besar cenderung membutuhkan laba agar perusahaannya dapat menjalankan operasi perusahaan serta membayar deviden. Namun pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar, juga dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Bagus (2015) yang menyatakan bahwa *Firm Size* berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap profitabilitas. Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fachrudin (2011), yang menunjukkan koefisien regresi *Firm Size* yang positif menunjukkan jika *Firm Size* meningkat maka profitabilitas perusahaan akan menurun. Pengaruh signifikan ini menunjukkan bahwa merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi profitabilitas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman dapat meningkatkan laba perusahaannya dikarenakan mempunyai sumberdaya yang besar yang akhirnya semakin besar pula akan melakukan pengungkapan lebih luas dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini *firm size* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Perputaran Piutang mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap Profitabilitas. ROA menunjukkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,814 artinya bahwa variasi variabel Perputaran Piutang secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan *firm size* secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas tidak dapat diterima atau ditolak.
- b. *Net Profit Margin* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas. ROA menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 artinya bahwa variasi variabel *Net Profit Margin* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua menyatakan *Net Profit Margin* secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas dapat diterima.
- c. *Firm Size* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas. ROA menunjukkan 0,05 yaitu sebesar 0,003 artinya bahwa variasi variabel *Firm Size* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga menyatakan *Firm Size* secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas dapat diterima.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan maka diajukan saran antara lain :

- a. Bagi perusahaan, sebaiknya harus lebih memperhatikan tingkat perputaran piutang, karena dari hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari satu variabel tersebut terhadap jumlah profitabilitas.
- b. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi sehingga profitabilitas perusahaan bisa dijadikan salah satu pertimbangan dalam berinvestasi, karena perusahaan besar mampu menghasilkan profit yang lebih baik.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, agar menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik mengambil sampel dari seluruh populasi, agar diperoleh sampel yang lebih baik sesuai dengan data yang diperlukan. Selain itu, sebaiknya dapat menambahkan variabel lain seperti, perputaran kas, perputaran modal kerja, likuiditas dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir. 2009. *Analisis Kinerja Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Badjra, A.A. Wela Yulia Putra dan Ida Bagus. 2015. "Pengaruh Lverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Proditabilitas".
- Bambang Riyanto. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Keempat. Jakarta: BPFE.
- . 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Budiyanto, Linda Ratnasari dan. 2016. "Pengaruh Lverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas".
- DR. Prof Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Revisi. Alfabeta.
- Gendro Wiyono. 2011. *3 in 1 Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta.
- Hery. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah I*. Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hery, S.e., M.Si., Crp., Rsa. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Denfan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Irham Fahmi. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Jr, Welter T. Horrison, dkk. 2011. *Akuntansi Keuangan Jilid 1*. 8thed. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Kesatu. Jakarta: Rajawali Pers.
- . 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. 6thed. Jakarta: Rajawali Pers.
- . 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. 1sted. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kerja, Pengaruh Modal, Aktivitas D A N Ukuran, Sagita Ambarwati, Gede Adi Yuniarta, and Ni Kadek Sinarwati. 2015. "Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia".
- M. Mamduh Hanafi dan Abdul Halim. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Margaretha, Farah, Nina Adriani, Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti, Farah Margaretha, and Nina Adriani. 2008. "Working Capital , Fixed Financial Assets , Financial Debt".
- Matilde Amaral Canizio. 2017. "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas".
- Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Keempat Be. Yogyakarta: Liberty.
- Rifai, Moh Arifati, Rina, and Maria Magdalena Si, MM. 2012. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas".
- Rudianto. 2012. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Sri Sulistyanto. 2014. *Manajemen Laba*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).
- Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Keempat. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

———. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Umar Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. 11thed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wijayanti, Ratna, and Daniar Paramita. 2012. "Pengaruh Firm Size Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) Dengan Voluntary Disclosure Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)".

<http://www.idx.co.id>

<http://www.sahamok.com>

Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma

Rika Wijaya¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:rikawijaya50@gmail.com

Ratna Wijayanti Daniar Paramita²
STIE Widya Gama Lumajang
email:pradnyataj@gmail.com

MUCHAMAD TAUFIQ³
STIE Widya Gama Lumajang
email:muchamadtaufiqmh@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apakah penerapan akuntansi penjualan konsinyasi pada Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma telah sesuai dengan akuntansi yang berlaku. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menemukan data secara terperinci untuk membuat suatu fakta tentang hal yang diteliti. Sumber data yang diambil adalah data dari koperasi karyawan rumah sakit wijaya kusuma. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di dalam laporan keuangan pada koperasi karyawan rumah sakit wijaya kusuma belum melakukan pencatatan konsinyasi yang sesuai dengan Standart Akuntansi yang berlaku. Metode pencatatan akuntansi penjualan konsinyasi yang digunakan yaitu metode tidak langsung.

Kata Kunci : konsinyasi, metode pencatatan, laporan keuangan.

Abstract

The purpose of this study to determine and analyze whether the application of sales accounting consignment on Prima Employee Cooperative Wijaya Kusuma Hospital has been in accordance with the applicable accounting. This research is a qualitative research. Qualitative research is a study that finds detailed data to make a fact about the subject matter. Source of data taken is data from cooperative employees hospital wijaya kusuma. The results of this study indicate that in the financial statements on the cooperative employees hospital wijaya kusuma not record consignment in accordance with applicable Standard Accounting. The method of recording the consignment sales accounting used is the indirect method.

Keyword: consignment, recording method, financial report.

PENDAHULUAN

Penjualan konsinyasi merupakan penjualan dengan perjanjian. Dimana pihak pemilik barang dinamakan pengamanat sedangkan agen yang diberi amanat dinamakan komisioner. Dalam penjualan konsinyasi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan :

1. Pada saat penyusunan laporan keuangan, barang-barang komisi yang ada di komisioner tidak boleh diakui sebagai persediaan.
2. Pengiriman barang konsinyasi tidak boleh diakui sebagai penjualan oleh pihak pengamanat sebelum barang tersebut terjual kepada pihak luar.
3. Pada saat penyusunan laporan keuangan, barang-barang konsinyasi yang ada di komisioner harus diakui oleh pihak pengamanat sebagai persediaannya.
4. Semua beban yang berhubungan dengan barang-barang konsinyasi sejak saat pengiriman sampai dengan terjual menjadi tanggung jawab pihak pengamanat.
5. Komisioner dalam batasan-batasan tertentu wajib memelihara dan menjaga keselamatan barang-barang komisi yang diterimanya.

Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma dengan Nomor 05 / BH / XVI.11 / V / 2012 yang bergerak dibidang usaha dagang, dimana koperasi tersebut juga melakukan penjualan secara konsinyasi dan koperasi tersebut berpihak sebagai komisioner. Koperasi ini merupakan salah satu koperasi di Lumajang juga melakukan penjualan konsinyasi. Di koperasi ini yang paling dominan adalah barang konsinyasi. Sehingga dengan demikian peneliti tertarik untuk membahas tentang pencatatan saat penjualan barang konsinyasi terjual dan pada saat pengiriman barang konsinyasi serta pada saat penyajian laporan laba-rugi.

Berdasarkan uraian di atas peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Di Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma Di Lumajang”.

KAJIAN PUSTAKA

PENGERTIAN KONSINYASI

Konsinyasi merupakan suatu perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak tertentu untuk dijual dengan memberikan komisi (tertentu). (Yunus, 2010) Penjualan konsinyasi adalah penjualan dengan perjanjian, dimana pihak pemilik barang/*consignor*/pengamat, menyerahkan barangnya kepada pihak lain, yaitu *consignee*/komisioner untuk dijual kepada pihak luar dan pihak *consignee* mendapatkan sejumlah komisi dari pihak *consignor*.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penjualan konsinyasi adalah sebagai berikut :

1. Pada saat penyusunan laporan keuangan, barang-barang komisi yang ada di komisioner tidak boleh diakui sebagai persediaan.
2. Pengiriman barang konsinyasi tidak boleh diakui sebagai penjualan oleh pihak pengamat sebelum barang tersebut terjual kepada pihak luar.
3. Pada saat penyusunan laporan keuangan, barang-barang konsinyasi yang ada di komisioner harus diakui oleh pihak pengamat sebagai persediaannya.
4. Semua beban yang berhubungan dengan barang-barang konsinyasi sejak saat pengiriman sampai dengan terjual menjadi tanggung jawab pihak pengamat.
5. Komisioner dalam batasan-batasan tertentu wajib memelihara dan menjaga keselamatan barang-barang komisi yang diterimanya.

Karakteristik Penjualan Konsinyasi

Menurut (Waluyo, 2006) yang membedakan perlakuan akuntansi terhadap penjualan konsinyasi dengan penjualan-penjualan lain adalah :

- a. Hak pemilik terhadap barang-barang tersebut masih berada ditangan *consignor*, barang ini masih dilaporkan sebagai persediaan dalam laporan *consignor*.
- b. Selama barang-barang tersebut belum dapat terjual, baik oleh pihak *consignor* maupun *consignee* belum dapat diakui adanya pendapatan.
- c. Pihak *consignor* tetap bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua biaya yang berhubungan dengan barang-barang konsinyasi sejak pengiriman sampai dengan barang tersebut terjual. Kecuali ada perjanjian lain.
- d. Komisioner bertanggung jawab untuk menjaga keamanan dan keselamatan barang-barang yang ditetapkan tersebut. Harga jual ke konsumen tetap terkontrol.

Pencatatan yang Digunakan oleh Pihak *Consignee* untuk Mencatat Penjualan Konsinyasi

- a. Pencatatan dilakukan secara terpisah dari penjualan regularnya.
Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi ikhtisar secara terpisah dan laba atas masing-masing penjualan konsinyasi juga dilakukan secara terpisah dengan laba atas penjualan regulat.
- b. Pencatatan dilakukan secara tidak terpisah dari penjualan regularnya.
Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi diikhtisarkan tidak secara terpisah dengan laba atas penjualan regulat. Oleh sebab itu pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan kegiatan konsinyasi dicatat seperti halnya pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan penjualan regulat.

Pencatatan Penjualan Konsinyasi Dilakukan Secara Terpisah Dari Penjualan Regular

Apabila cara ini yang dipakai maka *consignee* harus membuat rekening barang komisi. Rekening ini akan didebet untuk semua beban yang di tanggung oleh *consignor* dan akan dikredit untuk semua hasil penjualan barang-barang komisi. Saldo debetnya merupakan piutang kepada *consignor* dan

saldo kreditnya merupakan utang kepada *consignor*. Dengan demikian, rekening barang komisi menunjukkan hak dan kewajiban antara *consignor* dan *consignee*.

Pencatatan Penjualan Konsinyasi Dilakukan Secara Tidak Terpisah Dari Penjualan Regulernya.

Apabila cara ini yang dipakai, maka setiap terjadi penjualan dicatat kedalam rekening penjualan diikuti dengan pengakuan pembelian atau harga pokok penjualan. Cara pengakuannya dengan mendebet rekening pembelian atau harga pokok penjualan dan mengkredit rekening hutang pada *consignor*. Semua beban yang dikeluarkan oleh *consignee* dan ditanggung oleh *consignor* akan didebet ke rekening hutang kepada *consignor*. Dengan demikian, besarnya jumlah yang harus disetorkan kepada *consignor* tercermin pada saldo kredit dalam rekening utang kepada *consignor*.

Akuntansi Penjualan Konsinyasi Bagi *Consignor*

Terlepas dari cara apapun yang dipakai, *consignor* harus membentuk rekening barang konsinyasi. Ada dua cara yang dapat dipakai *consignor* untuk mencatat persediaannya, yaitu metode fisik dan perpetual.

Selain pencatatan secara terpisah dan tidak terpisah dari penjualan reguler agi *consignor* pencatatan bagi penjualan konsinyasinya terdapat 2 metode yaitu:

1. Metode Fisik/ Periodik

Pada sistem fisik, harga pokok penjualan (*cost off goods sold*) baru dihitung dan dicatat pada akhir periode akuntansi. Carayang dilakukan adalah dengan menghitung kuantitas barang yang ada di gudang disetiap akhir periode, kemudian mengalikannya dengan harga pokok per satuannya. Dengan cara ini maka jumlahnya, baik fisik maupun harga pokoknya, tidak dapat diketahui setiap saat. Konsekuensinya, jumlah barang yang hilang tidak dapat dideteksi dengan sistem ini (sugiri, slamet.2002.84)

Dalam sistem pencatatan persediaan berdasarkan sistem periodik, mutasi barang tidak ditelusuri lebih lanjut. Pada saat pembelian, barang dicatat dalam akun pembelian barang sebesar biaya perolehannya, sedangkan pada saat penjualan, barang dicatat dalam akun penjualan barang sebesar harga jualnya. Oleh karena itu dicatatannya mutasi barang, maka beban pokok penjualan tidak dapat diketahui disetiap transaksi penjualan yang terjadi. Selanjutnya dilakukan penyesuaian pada akhir periode. Beban pokok penjualan dapat diketahui setelah persediaan barang akhir diketahui nilainya. (Purwaji Agus,dkk.2017.97)

2. Metode Perpetual

Metode pencatatan *perpetual* yaitu metode pengolahan persediaan yang melakukan pencatatan secara rinci arus masuk dan arus keluar persediaan.

Pada sistem *perpetual*, tiap-tiap jenis barang dicatat secara detail dalam kartu persediaan (sebagai kartu pembantu pencatatan persediaan). Pada kartu tersebut, mutasi tiap-tiap jenis barang dicatat secara kontinyu, baik kuantitas maupun biaya perolehannya. Pada saat terjadi pembelian barang dagang, hal tersebut dicatat diposisi debit akun persediaan barang sebesar biaya perolehannya. Dan posisi kredit akun utang usaha atau kas. Pada saat penjualan barang dagang, hal tersebut dicatat dalam dua jurnal. Jurnal pertama mencatat akun penjualan barang diposisi kredit sebesar nilai penjualan dan posisi debit akun piutang atau kas., sedangkan jurnal kedua mengkredit akun persediaan barang dan mendebet akun piutang usaha atau kas.

Apabila pencatatannya dilakukan secara terpisah, maka rekening barang konsinyasi akan didebet untuk mencatat harga pokok barang yang dikirim dan semua beban pengirimannya dan akan dikredit untuk mencatat harga pokok barang yang dijual dan untuk mencatat penutupan saldo rekening pengiriman barang konsinyasi ke rugi-laba.

Transaksi Penjualan Konsinyasi Yang Belum Terjual Seluruhnya

Pada akhir periode akuntansi apabila barang-barang konsinyasinya (barang komisi) belum seluruhnya laku dijual pada waktu pengamanat dan komisioner tutup buku maka laba yang direalisasi atas barang-barang yang telah terjual harus dihitung.

Barang-Barang Konsinyasi Yang Dikembalikan

Apabila barang-barang konsinyasi dikembalikan kepada pengamanat (*consignor*), maka rekening barang-barang konsinyasi harus dikreditkan dengan harga pokok yang bersangkutan. Biaya-biaya yang berhubungan dengan aktivitas untuk menjual barang tersebut (ongkos angkut, biaya pengepakanm biaya perakitan dan biaya pengiriman kembali), harus dibebankan kepada pendapatan

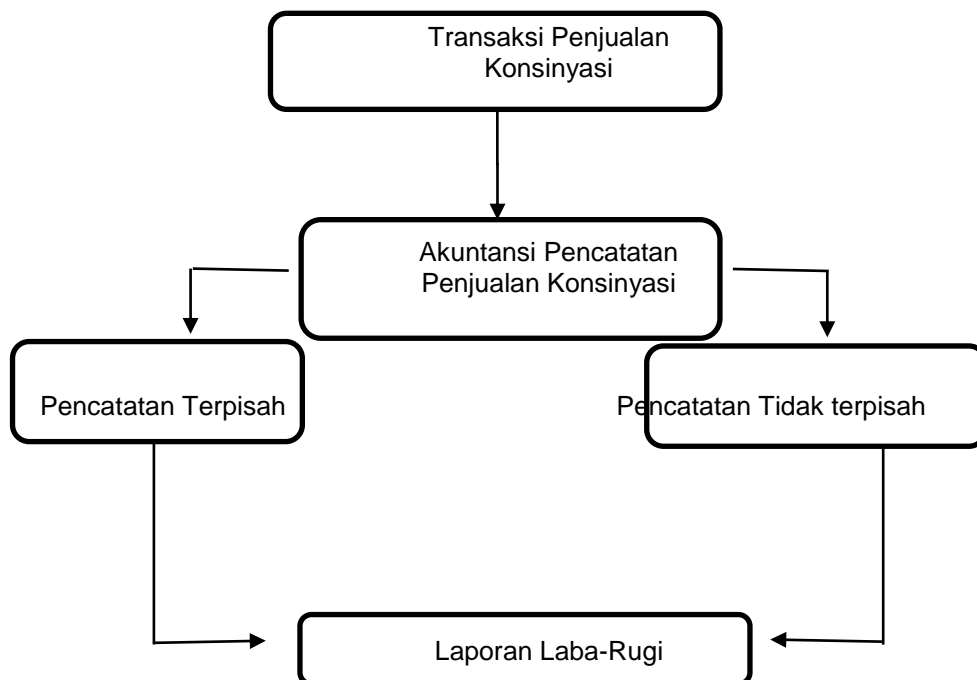
untuk periode yang bersangkutan. Biaya-biaya itu dikapitalisasi sebagai bagian harga pokok barang-barang yang dikembalikan atau tidak perlu ditangguhkan pembebanannya, karena tidak memberi manfaatnya dimasa yang akan datang. Dalam hal barang-barang dikembalikan karena rusak sehingga manfaatnya tidak lagi sebanding dengan harga pokoknya, maka penurunan nilai itu harus diakui sebagai kerugian. Jika biaya-biaya perbaikan diperlukan untuk dapat menjual barang-barang tersebut, maka biaya perbaikan (reparasi) demikian harus diakui sebagai biaya periode yang bersangkutan.

Uang Muka Dari Komisioner

Perjanjian konsinyasi memungkinkan disertai persyaratan akan adanya uang muka yang harus dibayar oleh komisioner untuk barang –barang komisi (titipan) yang diterimanya.

Apabila hal ini terjadi maka terhadap uang muka yang diterimanya itu harus dicatat sebagai “*uang muka dari komisioner*”. Jumlah uang muka yang diterima oleh pengamanat tidak boleh dikredit pada rekening barang-barang konsinyasi. Uang muka yang diterima dari komisioner harus disajikan sebagai hutang didalam neraca sampai dengan perhitungan penyelesaian atas barang-barang yang telah laku dijual dibuat oleh komisioner yang bersangkutan.

KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1

Kerangka pemikiran ini menjelaskan tentang bagaimana koperasi karyawan prima wijaya kusuma melakukan transaksi penjualan konsinyasinya. Setelah itu peneliti menjelaskan bagaimana pencatatan akuntansi penjualan konsinyasi yang dilakukan koperasi tersebut. Sehingga nantinya akan dilakukan analisis pencatatan yang dibuat oleh koperasi karyawan prima rumah sakit wijaya kusuma. Dengan adanya pencatatan metode terpisah dan tidak terpisah maka nanti akan terlihat bagaimana laporan laba-rugi yang dilakukan koperasi tersebut. Dari laporan laba-rugi tersebut akan diketahui pencatatan manakah yang dapat melihat secara jelas laba-rugi penjualan konsinyasinya. Dengan demikian nantinya peneliti menarik kesimpulan apakah pada penyajian laporan laba-ruginya telah sesuai dengan akuntansi yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut (Morissan, 2012) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang mendalam (*in-depth*), berorientasi pada kasus dari sejumlah kecil kasus, termasuk satu study kasus. Penelitian kualitatif berupaya menemukan data secara terperinci dari kasus tertentu, sering kali dengan tujuan menemukan bagaimana sesuatu terjadi. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk membuat suatu fakta dapat dipahami, dan seringkali tidak terlalu

menekan penarikan kesimpulan (generalisasi) atau tidak menekan pada perkiraan (prediksi) dari berbagai pola (yang ditemukan).

Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu penjualan konsinyasi dan pencatatan laporan laba-rugi atas penjualan konsinyasi pada koperasi karyawan prima rumah sakit wijaya kusuma.

Sumber Dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Penelitian ini menggunakan jenis data internal. Data Internal yaitu data yang sudah tersedia dan sudah dikumpulkan oleh pihak lain (koperasi).

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.
- Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa ada pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.
- Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, yakni baik secara pribadi maupun kelembagaan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

- Peneliti mengambil data transaksi penjualan konsinyasi dari koperasi karyawan prima wijaya kusuma yang berupa pencatatan penjualan konsinyasi dan pencatatan laba-ruginya.
- Setelah mendapatkan data peneliti akan melihat dan menganalisis bagaimana pencatatan penjualan konsinyasi dan pencatatan laba-ruginya.
- Selanjutnya barulah peneliti akan menarik kesimpulan dari hasil pencatatan transaksi penjualan konsinyasi dan pencatatan laporan laba-rugi. Serta menjelaskan juga mengenai metode yang dipergunakan dalam menyusun laporan laba-ruginya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penerapan akuntansi penjualan konsinyasi menggunakan Laba terpisah dan Laba Tidak Terpisah

Akuntansi penjualan konsinyasi pada Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma jika menggunakan Laba terpisah :

a. Penerimaan barang

Saat penerimaan barang Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma akan mencatat memorandum. Berikut contoh memorandum :

Gambar 2
Memorandum perjanjian konsinyasi

Koperasi karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma Memorandum

Pada hari senin dan kamis diterima barang dagangan dari Sari Roti dengan ketentuan harga jual sesuai dengan harga yang tertera pada kemasan produk. Produk yang belum terjual akan diganti dengan produk yang baru.

Pencatatan penerimaan barang konsinyasi tidak perlu ada penjurnalan. Karena Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma bertindak sebagai *consignee* (Komisioner). *Consignee* tidak mengakui barang konsinyasi sebagai barang persediaan. Hal ini dikarenakan resiko barang tersebut masih berada pada pihak *consignor* (pengamanat).

b. Penjualan Barang Konsinyasi

Penjualan konsinyasi menggunakan pencatatan secara terpisah menggunakan jurnal dengan mendebet kas dan mengkredit barang komisi

Kas Rp. 219.500
Barang Komisi Rp. 219.500

Menggunakan akun barang komisi ini bertujuan untuk membedakan antara penjualan regular dengan penjualan barang konsinyasi.

c. Pengiriman Barang

Jurnal yang harus dicatat pada saat terdapat pengiriman barang pada koeprasi Karyawan Rumah Sakit Wijaya kusuma yakni :

Barang komisi Rp. xxx
Kas Rp. xxx

Barang Komisi didebit dan kas di kredit. Hal ini dikarenakan semua biaya yang dikeluarkan oleh pihak *consignee* akan diganti oleh pihak *consignor* pada saat penerimaan komisi. Jurnal ini juga berfungsi untuk memudahkan *consignee* pada saat melaporkan hasil penjualan kepada pihak *consignor*

d. Perhitungan Komisi

Perhitungan komisi koperasi karyawan Rumah Sakit Wijaya Kusuma dengan jurnal yang seharusnya dicatat yaitu mendebit barang komisi dan mengkredit pendapatan komisi.

Barang Komisi Rp438.723
Pendapatan Komisi Rp438.723

e. Pelaporan penjualan Konsinyasi dan pengiriman uang kepada pihak *Consignor*.

Pelaporan penjualan konsinyasi perlu diberikan perhitungan seperti berikut :

Penjualan	Rp 4.594.000
Komisi	Rp438.723
Biaya pengiriman	Rp. - +
Jumlah beban	<u>(Rp. 438.723) -</u>

Total yang harus disetor Rp 4.155.277

Hasil perhitungan di atas maka dilanjutkan dengan mencatat jurnal sebagai berikut:

Barang Komisi Rp. 4.155.277
Kas Rp. 4.155.277

Penerapan Akuntansi penjualan konsinyasi menggunakan pencatatan tidak terpisah yang dilakukan oleh di koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma.

a. Pada saat penerimaan barang

Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma melakukan penjumlahan pada saat terjadi penerimaan barang. Akan tetapi penjumlahan yang dilakukan oleh pihak koperasi tidak dilakukan secara terpisah antara penerimaan barang konsinyasi dengan penerimaan barang penjualan regular.

Saat penjualan barang

Pada saat penjualan barang konsinyasi koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma melakukan pencatatan dengan mendebit kas dan mengkredit penjualan. Berikut jurnal yang disajikan oleh koperasi tersebut:

Kas Rp 219.500
Penjualan Rp 219.500

Sedangkan pada konsep akuntansi penjualan konsinyasi yang sebenarnya adalah :

Kas Rp 219.500
Penjualan Rp 219.500
Pembelian / Hpp (Harga Pokok Penjualan) Rp 205.180
Hutang pada *consignor* Rp 205.180

b. Pada saat pembayaran ongkos angkut

Koperasi Karyawan Rumah Sakit Wijaya Kusuma tidak mengeluarkan biaya untuk barang konsinyasi produk Sari Roti. Jadi tidak ada jurnal yang dicatat untuk pembayaran biaya ongkos angkut. Apabila terdapat biaya ongkos angkut maka perlu dicatat jurnal sebagai berikut :

Hutang kepada *consignor* Rp. xxx
Kas Rp. Xxx

Perhitungan Komisi

Perhitungan komisi dilakukan untuk mengetahui berapa komisi yang akan diterima oleh pihak koperasi dari hasil penjualan barang konsinyasinya.

Pada saat pelaporan dan pengiriman uang hasil penjualan konsinyasi

Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma mencatat pelaporan dan pengiriman uang hasil penjualan konsinyasi dengan mendebit pembelian dan mengkredit kas. Berikut jurnal yang disajikan oleh pihak koperasi :

Pembelian Rp 4.155.277
Kas Rp 4.155.277

Sedangkan pada konsep pencatatan akuntansi penjualan konsinyasi yang seharusnya adalah:

Hutang kepada *consignor* Rp4.155.277
Kas Rp 4.155.277

Dengan perhitungan sebagai berikut :

Penjualan Rp 4.594.000
Komisi Rp438.723
Biaya angkut penjualan Rp - +
Jumlah beban Rp 438.723 -

Jumlah yang harus disetor Rp 4.155.277

Penyajian Laporan Laba Rugi Jika Koperasi Karyawan Rumah Sakit Wijaya Kusuma Menggunakan Metode Laba Terpisah

Tabel1
Penyajian Laporan Laba-Rugi Penjualan Konsinyasi Metode Laba Terpisah
Per 1 s/d 31 Desember 2017

Keterangan	Penjualan Konsinyasi	Penjualan Regular	Jumlah
Hasil penjualan	Rp4.594.000	Rp92.544.320	Rp97.138.320
Pendapatan penjualan konsinyasi		Rp 438.723	Rp 438.723
Harga pokok penjualan	(Rp 4.155.277)	(Rp74.007.556)	(Rp78.162.833)
Labanya kotor	Rp 438.723	Rp18.975.487	Rp 19.414.210
Beban-beban			
Kresek		(Rp 345.000)	(Rp 345.000)
Atk		(Rp 95.000)	(Rp 95.000)
Gaji karyawan		(Rp2.050.000)	(Rp2.050.000)
Pulsa HP took		(Rp 1.300.000)	(Rp 1.300.000)
Transport		(Rp 100.000)	(Rp 100.000)
Total biaya operasional		(Rp 3.890.000)	(Rp 3.890.000)
Labanya bersih	Rp 438.723	Rp15.085.487	Rp 15.524.210

Sumber Data: Koperasi Karyawan Prima Rumah sakit Wijaya Kusuma diolah

Tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat pemisahan antara penjualan konsinyasi dengan penjualan regular. Dengan terpisahnya pencatatan penjualan maka dapat dengan mudah mengetahui berapa omset yang telah diperoleh dari hasil penjualan. Dan dapat terpisah dengan baik antara penjualan konsinyasi dan penjualan regular. Selain itu harga pokok penjualan juga dapat terlihat jelas antara penjualan konsinyasi dengan penjualan regular.

Penyajian Laporan Laba Rugi Jika Koperasi Karyawan Rumah Sakit Wijaya Kusuma Menggunakan Metode Laba Tidak Terpisah

Tabel2
Penyajian Laporan Laba-Rugi Penjualan Konsinyasi Metode Laba Tidak Terpisah
Per 1 s/d 31 Desember 2017

Hasil Penjualan		Rp 97.138.320
Komisi Penjualan Kosninyasi		Rp 438.723
Harga Pokok Penjualan		(Rp 78.162.833)
Laba Kotor		Rp 19.414.210
Beban-Beban		
Kresek	(Rp 345.000)	
Atk	(Rp 95.000)	
Gaji Karyawan	(Rp 2.050.000)	
Pulsa HP Toko	(Rp 1.300.000)	
Transport	(Rp 100.000)+	
Total Biaya Operasional		(Rp 3.890.000)
Laba Bersih		Rp 15.524.210

Data:Koperasi Karyawan Prima Rumah sakit Wijaya Kusuma diolah

Tabel di atas terlihat bahwa hasil penjualan merupakan hasil penjualan secara keseluruhan dari penjualan konsinyasi dan penjuala regular. Harga pokok penjualan juga merupakan jumlah dari seluruh harga ppokok penjualan barang konsinyasi maupun penjualan barang regular. Dalam pencatatan laba-rugi metode tidak terpisah kolom yang digunakan sangatlah sederhana. Tidak terdapat pemisahan antara penjualan regular dan penjualan konsinyasi. Penggunaan metode tidak terpisah pada pencatatan laba-rugi ini tidak dapat diketahui perhitungan komisi secara detail. Meskipun laba-yang diperoleh sama akan tetapi perincian dari transaksi yang dihasilkan tidak terlihat jelas.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma, diamana dalam hal ini pencatatan akuntansi penjualan konsinyasi dilakukan dengan menggunakan metode pencatatan terpisah dan tidak terpisah. Sedangkan pada koperasi Prima dilaporkan keuangan telah menggunakan metode pencatatan tidak terpisah berarti dalam hal ini penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan standart akuntansi yang berlaku.

Berdasarkan dari teori (Waluyo : 2006) yang ada dimana Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi ikhtisar secara terpisah dan laba atas masing-masing penjualan konsinyasi juga dilakukan secara terpisah dengan laba atas penjualan regular.

Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi diikhtisarkan tidak secara terpisah dengan laba atas penjualan regular. Oleh sebab itu pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan kegiatan konsinyasi dicatat seperti halnya pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan penjualan regular. Penelitian yang dilakukan Amelia : 2012 menyatakan bahwa Penerapan akuntansi atas penjualan konsinyasi dengan laba terpisah memisahkan antara penjualan konsinyasi dan penjualan regular sedangkan penerapan akuntansi atas penjualan konsinyasi yang diterapkan di Apotek Jambak Palembang dengan laba tidak terpisah yaitu menggabungkan penjualan konsinyasi dan penjualan regular. Berarti penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu terkait akuntansi pencatatan penjualan konsinyasi metode tidak terpisah.

Pencatatan Akuntansi Konsinyasi Laporan Laba Rugi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa pada koperasi karyawan prima melakukan pencatatan metode laba rugi secara tidak terpisah. Hal ini telah sesuai dengan standart akuntansi yang berlaku.

Berdasarkan dari teori (Waluyo : 2006) yang ada dimana Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi ikhtisar secara terpisah dan laba atas masing-masing penjualan konsinyasi juga dilakukan secara terpisah dengan laba atas penjualan regular.

Dalam metode ini transaksi-transaksi konsinyasi diikhtisarkan tidak secara terpisah dengan laba atas penjualan regular. Oleh sebab itu pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan kegiatan konsinyasi dicatat seperti halnya pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan penjualan regular.

Penelitian yang dilakukan Amelia : 2012 menyatakan bahwa Penjualan konsinyasi disajikan bergabung dengan penjualan regular, demikian juga harga pokok penjualannya. Hal ini dapat dilihat pada daftar laba rugi yang dibuat oleh Apotek Jambak Palembang dimana tidak ada pemisahan antara penjualan konsinyasi dan penjualan regular.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Koperasi karyawan prima rumah sakit wijaya kusuma merupakan koperasi yang bergerak dibidang perdagangan. Koperasi ini melakukan dua jenis penjualan yakni penjualan regular dan penjualan konsinyasi. Dimana pada penjualan konsinyasi koperasi berpihak sebagai *consignee* (komisioner).

1. Koperasi dengan *consignor* melakukan perjanjian secara lisan saja.
2. Pencatatan yang digunakan oleh koperasi karyawan prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma merupakan pencatatan dengan metode tidak terpisah. Baik pada saat terjadi transaksi maupun pada saat pencatatan pada laporan laba-rugi.
3. Koperasi tidak mengakui hutang pada saat terjadi pengiriman barang konsinyasi, melainkan mengakui sebagai penjualan kepada pihak *consignor*.
4. Koperasi tidak melakukan pencatatan pada saat penerimaan komisi melainkan koperasi mencatat sebagai penjualan.
5. Penjualan barang konsinyasi dicatat secara tidak terpisah oleh koperasi.

Saran

1. Pada saat terjadi perjanjian kontrak penjualan konsinyasi sebaiknya dibuat perjanjian secara tertulis supaya jelas bagaimana perjanjian yang disepakati. Dan apabila suatu saat terjadi kejadian yang tidak diharapkan akan tetap ada arsip perjanjian konsinyasi sebagai bukti.
2. Akan lebih baik jika pencatatan penjualan konsinyasi dilakukan sesuai dengan Standar Akuntansi yang baku supaya terlihat jelas dan akan mudah dipahami oleh pihak-pihak luar apabila laporan keuangan tersebut dibutuhkan

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Pradipto Balowo. 2015. *Analisis Pencatatan Penjualan Konsinyasi Pada Apotek Obor*. Universitas Gunadarma. Depok.
- Amelia Kiki, Sri Winarni. 2012. *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada Apotek Jambak Palembang*. Palembang.
- Diana Anastasia, Lilis Setiawan. 2017. *Akuntansi Keuangan Menengah Berdasarkan Standart Akuntansi Keuangan Terbaru*. Yogyakarta : Cv Andi Offset.
- Halim Abdul. 2005. *Akuntansi Keuangan Lanjutan Edisi Pertama*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Hartono, Slamet. 2017. *Analisis Penerapan Akuntansi Konsinyasi Terhadap Penjualan Barang Konsinyasi Toko Buku Togamas Lumajang*. Skripsi. Stie Widya Gama Lumajang.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2017. *Standart Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia.
- Martani Dwi Dkk. 2015. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis Psak*. Jakarta: Salemba Empat;
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei* Jakarta : Prenadamedia Group Wibisana,
- M Jusuf Dkk. 2016. *Standart Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia.
- Simora, Maria. 2005. *Analisis Penerapan Akuntansi Konsinyasi Studi Kasus Pada PT. Nusa Bakti Pratama*. Skripsi. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Sara, Natasha., *Akuntansi Konsinyasi*. <http://www.academia.edu/6823354>. Diakses 21 Februari 2018.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian*. www.bphn.go.id/data/documents/92uu025.doc Diakses pada 01 Maret 2018.
- Yunus, Hadori Dan Harnanto. 2010. *Akuntansi Keuangan Lanjutan Edisi Pertama*. Yogyakarta : Bpfe Yogyakarta.
- Waluyo, A Jati. 2006. *Akuntansi Keuangan Lanjutan 1 Edisi Revisi*. Universitas Muhammadiyah Malang.

E-ISSN :2622-304X , P-ISSN : 2622-3031

Available online at:

<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>

PROGRESS
-Conference

Winarni, Sri. Kiki Amelia. 2016. *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan
Konsinyasi Pada Apotek Jambak Palembang.* Darussalam Palembang.
Palembang

Pengaruh *Capital Adequacy Ratio*, *Loan To Deposit Ratio*, dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Kinerja Bank Umum Swasta Nasional di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2016Nilta Manzila¹

STIE Widya Gama Lumajang

email: rizzal.lmj@gmail.com

Sochib, S.E., MM., Ak., CA²

STIE Widya Gama Lumajang

email:sochib.ak@gmail.com

Wahyuning Murniati, M.Si³

STIE Widya Gama Lumajang

email: wahyuning123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Loan to Deposit Ratio* (LDR), *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap kinerja Bank Umum Swasta Nasional di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2016. Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif berupa uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis regresi berganda serta hipotesis. Selama periode pengamatan menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasitidak ditemukan variabel yang menyimpang dari asumsi klasik. Hal ini menunjukkan bahwa data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model persamaan regresi linier berganda. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa data CAR, LDR dan DER secara parsial dan simultan signifikan terhadap ROA Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2016 pada level signifikansi kurang dari 5%.

Kata Kunci : CAR, LDR, DER dan ROA**Abstract**

This study aims to examine the effect of Capital Adequacy Ratio (CAR), Loan to Deposit Ratio (LDR) and Debt to Equity Ratio (DER) on perform of Bank Swasta Nasional on BEI. This research uses sample of manufacturing company and listed in Indonesian Stock Exchange period 2013-2015. Data analysis was done quantitatively in term of classical assumption test include normality test, multykolinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation. This study also uses multiple regression and hypothesis test. During research show as data research was normally distributed, Based on normality test, multicolinearity test, heteroscedasticity test and autocorelation test variable digressing of classic assumption has not founded. Its indicate that the available data has fulfill the condition to use multi linier regression model. From the result of analysis indicate that data CAR, LDR dan DER partial and simultaneously significant toward ROA of Bank Swsata Nasional on BEI at level of significant less than 5%.

Keywords: CAR, LDR, DER and ROA**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Bank bermanfaat untuk memperlancar arus lalu lintas finansial yang berperan dalam mobilitas perkembangan ekonomi sebuah negara dan juga sebagai penunjang pembangunan ekonomi. Oleh sebab itu, industri perbankan harus selalu sehat terutama ditinjau dari sisi permodalan. Bank sebagai lembaga perantara finansial dimana landasan utama pekerjaan usaha bank ialah kepercayaan dari nasabah. Dalam operasinya bank tidak sedikit menggunakan dana dari masyarakat dibandingkan dengan modal sendiri dari pemilik saham. Oleh sebab itu, perbankan harus memiliki kinerja yang baik agar dapat mendapatkan kepercayaan lebih para nasabah guna mendukung dan memperlancar pekerjaan yang dilakukannya.

Kinerja keuangan bank merupakan cerminan kondisi finansial bank pada sebuah periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang dapat diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas serta profitabilitas bank. Kinerja keuangan dipakai untuk mengukur kemajuan suatu entitas yang menunjukkan keterampilan mendayagunakan aset yang dipunyai, sehingga memberikan nilai tambah bagi perusahaan berupa pendapatan Sohib, (2016). Dengan kinerja bank yang baik pada maka akan berdampak baik pada pihak intern maupun pihak eksteren bank.

Informasi kinerja keuangan dibutuhkan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang dikendalikan di masa mendatang serta untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang ada. Pengukuran kinerja bank bisa dilaksanakan dengan memakai analisis rasio keuangan untuk mengetahui sejumlah aspek yang berpengaruh terhadap posisi keuangan serta perkembangan bank tersebut.

Capital Adequacy Ratio (CAR) merupakan rasio dibidang permodalan yang lazim dipakai sebagai alat ukur kesehatan sebuah bank. CAR adalah indikator terhadap keterampilan bank guna menutupi penurunan aktivasnya sebagai dampak dari kerugian - kerugian bank yang diakibatkan oleh aktiva yang berisiko dengan kecukupan modal yang dimilikinya. Semakin tinggi CAR maka semakin kuat keterampilan bank itu untuk menanggung risiko dari masing - masing kredit atau aktiva produktif yang berisiko Wardiyah, (2013).

Salah satu ukuran guna menghitung Likuiditas bank yakni dengan memakai *Loan to Deposit Ratio* (LDR). Rasio LDR adalah ukuran likuiditas yang mengukur besarnya dana yang ditempatkan dalam format kredit yang berasal dari dana yang dikumpulkan oleh bank, khususnya masyarakat. Apabila hasil pengukuran jauh berada diatas target dan batasnya, berarti tidak menutup bisa jadi bank akan mengalami kendala likuiditas yang pada gilirannya akan memunculkan tekanan pada penghasilan bank Dendawijaya, (2009). Semakin tinggi tingkat rasio LDR maka laba perusahaan dapat semakin bertambah dengan anggapan bank tersebut dapat memberikan distribusi kredit untuk masyarakat dengan efektif, sampai - sampai akan meminimalisir jumlah kredit macetnya.

Debt to Equity Ratio (DER) adalah rasio yang dipakai untuk mengukur tingkat solvabilitas perusahaan. DER ialah rasio yang mencerminkan perbandingan total hutang dengan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan keterampilan modal sendiri perusahaan itu untuk mengisi seluruh kewajibannya Venimas, (2015). Rasio ini bermanfaat untuk memahami jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Semakin tinggi rasio maka semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham serta semakin rendah rasio akan semakin baik keterampilan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya.

Beberapa penelitian mengindikasikan bahwa rasio keuangan terbukti berperan dalam evaluasi kinerja sebuah bank. Tolak ukur evaluasi kinerja bank pada riset ini dengan menggunakan analisis rasio profitabilitas sebagai variabel dependen. Pada umumnya pengukuran profitabilitas yang digunakan ialah *Return On Asset* (ROA). Alasan dipilihnya ROA sebagai variabel dependen sebab ROA memfokuskan kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aset perusahaan yang dimiliki.

Berdasarkan persoalan yang ada maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan to Deposit Ratio dan Debt to Equity Ratio Terhadap Kinerja Bank Umum Swasta Nasional di Bursa Efek Indonesia."

Memperhatikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten maka penelitian ini dilakukan ingin menguji pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan to Deposit Ratio dan Debt to Equity Ratio Terhadap Kinerja Bank Umum Swasta Nasional di Bursa Efek Indonesia.

Kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Loan to Deposit Ratio* (LDR), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional di BEI.

KAJIAN PUSTAKA

Kinerja perusahaan merupakan manifestasi dari kinerja manajemen sehingga laba dapat pula diinterpretasi sebagai pengukur keefektifan dan keefisienan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan kepadanya Sohib (2016). Kinerja suatu entitas bisa diukur dengan menganalisis dan mengevaluasi laporan keuangan. Pengukuran laba sebagai indikator kinerja perusahaan menjadi konsentrasi utama dari pelaporan keuangan modern. Salah satu kiat analisis laporan keuangan yang biasa dilaksanakan yaitu analisis rasio keuangan yang menyerahkan informasi sederhana tentang hubungan antara pos satu dengan pos lainnya sehingga mempermudah penilaian kinerja serta kesehatan perusahaan perbankan.

Ukuran kinerja perbankan yang sangat tepat ialah dengan mengukur kemampuan perbankan dalam menghasilkan laba atau profit dari sekian banyak kegiatan yang dilakukannya. Sebagaimana lazimnya tujuan sebuah perusahaan didirikan ialah untuk menjangkau nilai (*value*) yang tinggi, dimana untuk menjangkau *value* itu perusahaan harus bisa secara efisien dan efektif dalam mengelola berbagai macam kegiatannya Sukarno, (2006) . Dengan melihat profitabilitas perusahaan dapat mengetahui seberapa jauh keefektifan serta keefisienan pengelolaan kegiatan yang dicapai perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA) untuk mengukur kinerja profitabilitas sebuah bank. Lukman, (2007) mengatakan bahwa ROA adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Venimas, (2015) mengatakan bahwa ROA adalah rasio antar laba sesudah pajak terhadap total aset. *Return on Asset* (ROA) dipakai untuk mengukur efektifitas pihak manajemen dalam mengelola aset perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian sebagai bentuk evaluasi untuk pihak di dalam manajemen Baroroh, (2013).

ROA ialah suatu rasio yang dipakai untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan dalam menghasilkan deviden dengan memanfaatkan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan sesudah disesuaikan dengan biaya - biaya untuk menandai aset tersebut. ROA yang semakin besar maka berdampak semakin besar juga tingkat deviden yang dicapai oleh suatu bank, sehingga semakin kecil kemungkinan suatu bank tersebut mengalami masalah atau kebangkrutan.

Capital Adequacy Ratio (CAR)

Dendawijaya, (2009) mengungkapkan bahwa CAR ialah rasio yang menunjukkan seberapa jauh semua aktiva bank yang mengandung risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri disamping mendapat dana - dana dari sumber - sumber diluar bank. Dengan kata lain, CAR ialah suatu rasio kinerja bank yang dipakai untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki oleh suatu bank guna menunjang aktiva yang mengandung dan menghasilkan risiko, contohnya kredit yang diberikan.

Masalah kecukupan modal adalah hal penting dalam bisnis perbankan. Modal yang dimiliki oleh sebuah bank pada dasarnya harus cukup untuk menutupi seluruh risiko usaha yang dihadapi oleh bank. Bank yang mempunyai tingkat kecukupan modal yang baik mengindikasikan indikator sebagai bank yang sehat. Kecukupan modal minimum yang harus dipenuhi oleh setiap bank adalah sebesar 8 %.

.*Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang merupakan rasio di bidang permodalan berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). Semakin besar rasio CAR sebuah bank, maka ROA pun juga akan meningkat dan profitabilitas sebuah bank pun akan meningkat .Tetapi bilamana CAR menurun, maka ROA pun juga menurun sehingga profitabilitas bank juga akan menurun.

H₁ : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Loan to Deposit Ratio (LDR)

Loan to Deposit Ratio (LDR) ialah rasio kinerja bank guna mengukur likuiditas bank untuk mencukupi kebutuhan dana yang ditarik oleh masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito Sudyanto (2010). LDR menyatakan bahwa seberapa jauh kemampuan bank membayar kembali penarikan yang dilakukan nasabah deposan dengan mengandalkan kredit yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) mencerminkan besarnya jumlah kredit yang bisa di salurkan kepada masyarakat Purwoko, (2013). Semakin tinggi rasio ini semakin rendah pula kemampuan likuiditas bank yang bersangkutan. Hal ini disebabkan jumlah dana yang dibutuhkan untuk membiayai kredit menjadi semakin besar. Rasio ini pun adalah indikator kerawanan dan kemampuan dari sebuah bank. Standar terbaik LDR adalah diatas 85% Agung et al. (2011).

Sebuah perusahaan diwajibkan untuk mempertahankan likuiditasnya serta menjamin kelancaran operasi dalam memenuhi kewajibannya. Bank yang mempunyai total aset besar, mempunyai kesempatan untuk menyalurkan kreditnya pada pihak penjamin dalam jumlah yang lebih besar, sehingga memperoleh laba yang tinggi.

LDR berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). Semakin tinggi angka rasio ini, maka semakin tinggi pula Return On Asset (ROA). Begitu pun sebaliknya, jika LDR mengalami penurunan, maka Return On Asset (ROA) pun juga akan turun sehingga profitabilitas bank akan menurun. Kurangnya likuiditas adalah salah satu alasan utama kegagalan bank. LDR yang tinggi akan menunjukkan profitabilitas yang besar, karena kredit yang disalurkan oleh bank dapat dijalankan secara efektif.

H₂ : *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh signifikan terhadap ROA

Debt to Equity Ratio (DER)

Dendawijaya, (2009) menyatakan bahwa Rasio DER dipakai untuk mengukur kemampuan Bank dalam menyelesaikan sebagian atau semua utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan dana yang berasal dari modal Bank sendiri. Semakin tinggi rasio DER menunjukkan bahwa solvabilitas bank semakin rendah karena kemampuan membayar hutangnya rendah, hal ini menggambarkan risiko Bank relatif tinggi. Tingginya rasio ini mengindikasikan bahwa perusahaan akan mempunyai masalah riil dalam jangka panjang, salah satunya adalah kemungkinan guna terjadinya kebangkrutan.

Debt to Equity Ratio adalah rasio yang dipakai untuk menghitung utang dan modal, yang bisa menutupi utang - utang untuk pihak luar Harahap, (2013). Rasio ini bermanfaat untuk memahami jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Mahardhika, (2016) menyatakan bahwa DER adalah rasio yang mencerminkan perbandingan total hutang dengan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

Debt to Equity Ratio (DER) ialah rasio yang sering dipakai untuk mengetahui seberapa besar hutang. DER berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). Hutang mempunyai dampak yang kurang baik kepada kinerja perusahaan, tingkat hutang yang semakin tinggi akan mengurangi keuntungan bagi perusahaan tersebut. Semakin tinggi angka rasio DER maka tingkat untuk mendapat keuntungan akan semakin rendah.

H₃: *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap ROA.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Obyek Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif yang bersifat kausalitas dengan menggunakan rasio - rasio keuangan. Penelitian Kausalitas merupakan penelitian untuk memperlihatkan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa konsep atau variabel.. Obyek dalam penelitian ini ialah Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015 – 2016.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang didapat secara tidak langsung atau melalui perantara dari luar perusahaan. Jenis data yang dipakai berupa laporan taunan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2015. Data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain : *Capital Adequacy Ratio*, *Loan to Deposit Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*. Data tersebut diperoleh dari website www.idx.co.id, tahun 2015-2016 dan berbagai sumber media lain.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah perusahaan - perusahaan perbankan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan periode penelitian dilakukan mulai tahun 2015 - 2016 yang terdiri dari 43 jenis perusahaan perbankan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan memakai metode *purposive sampling* (sampling yang mempunyai tujuan tertentu yang berdasarkan kriteria - kriteria tertentu) dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan :

- a) Perusahaan perbankan umum swasta nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015 - 2016.
- b) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan audit rutin selama periode penelitian .
- c) Memiliki data penelitian yang lengkap mengenai *Capital Adequacy Ratio*, *Loan to Deposite Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*.
- d) Bank Umum Swasta Nasional yang IPO pada tahun 2015 - 2016

Teknik Analisis Data

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis pengukuran fenomena ekonomi yang merupakan gabungan antara informasi laporan keuangan, model matematika dan statistika yang diklasifikasikan dalam k kelompok tertentu dengan memakai tabel - tabel tertentu guna mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS 22 for windows.

Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik deskriptif dalam penelitian dipakai untuk mengumpulkan serta menganalisis data sehingga memberikan informasi tentang gambaran terhadap variabel - variabel yang sedang

dilakukan penelitian. Dengan statistik deskriptif, kelompok data yang didapatkan akan tersaji dengan ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada. Statistik deskriptif dapat digunakan dalam penelitian sampel bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, tidak bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel itu diambil.

Uji Asumsi dan Analisis Regresi

Menurut Sofyan, (2009) ialah pemeriksaan terhadap asumsi: pengujian normalitas residual, tidak adanya problem heteroskedastisitas, dan autokorelasi pada residual.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas residual bertujuan untuk melakukan pengujian apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang bisa digunakan harus memiliki data yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas residual dilakukan dengan analisis grafik, yaitu dengan menggunakan grafik *Normal Probability Plot* atau grafik *P-Plot*. Untuk mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data - data atau titik - titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram. Menurut Sofyan, (2009) apabila setiap pancaran data residual berada di sekitar garis lurus melintang maka dapat dikatakan bahwa residual mengikuti fungsi distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan guna menguji apakah pada model regresi didapatkan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen) dengan variabel independen lainnya. Multikolonieritas sendiri berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara sejumlah atau seluruh variabel independen dari model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Teknik yang dapat digunakan untuk multikolinieritas ialah dengan memakai *Variance Inflation Factor* (VIF). Sofyan, (2009) bila *nilai Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dapat dikatakan terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Autokolerasi

Pengujian autokolerasi bertujuan guna menguji dan memastikan apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat kolerasi antara kekeliruan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik ialah regresi yang bebas dari autokorelasi. Autokolerasi sebagian besar ditemukan dalam kasus regresi yang datanya (*time series*). Pengujian ada tidaknya problem autokolerasi pada residual dapat dilihat dari nilai statistik *Durbin - Waston* pada tabel *Model Summary*. Menurut Sofyan, (2009) apabila nilai *Durbin - Waston* menunjukkan nilai lebih besar dari nilai tabel disimpulkan tidak ada problem autokorelasi pada residual.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu penelitian yang lain. Suatu model regresi yang baik ialah model regresi yang harus homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dideteksi dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Menurut Sofyan, (2009) bilamana data tidak membentuk suatu pola tertentu berarti tidak adanya problem heteroskedastisitas pada residual.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui suatu hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah memiliki hubungan yang positif atau negatif. Model regresi linier berganda (*multiple linier regression method*), dipakai untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Model hubungan ROA dengan CAR, LDR dan DER dapat disusun dalam persamaan linier sebagai berikut Ghazali, (2009)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

Dimana:

- Y = ROA
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi berganda
- X₁ = *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

- X_2 = Loan to Deposit Ratio (LDR)
 X_3 = Debt to Equity Ratio (DER)
 e_1 = Kesalahan residual (error)

HASIL DAN PEMBAHASAN
Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian, pertama diperoleh Deskripsi Statistik Variabel Penelitian terhadap 23 Bank sebagai sampel obyek penelitian dengan jumlah pengamatan sebanyak 43 item data. Data-data Bank Umum Swasta Nasional diambil dari Laporan Tahunan perbankan yang tercatat di BEI selama periode 2015-2016. Variabel penelitiannya meliputi variabel dependen (*Return on Asset*) dan variabel independen (*Capital Adequacy Ratio, Loan to Deposit Ratio dan Debt to Equity Ratio*)

Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CAR	46	14.37	35.12	20.6235	4.34227
LDR	46	53.00	102.40	81.8543	13.21737
DER	46	2.95	11.52	6.2389	2.14388
ROA	46	-3.17	4.07	1.3474	1.27486
Valid N listwise	46				

Sumber: Data Sekunder diolah dengan SPSS Ver.22

CAR terendah (minimum) sebesar 14.37 % dan tertinggi (maksimum) sebesar 35.12 %. Nilai minimum yang wajib dipenuhi bank untuk Rasio CAR adalah 8 %. Dengan nilai mean pada tabel di atas menunjukkan bahwa rasio CAR bank yang tercatat di BEI sudah memenuhi standart dari Bank Indonesia. Sementara standart deviasi sebesar 4.34 % masih lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata - rata (mean) yaitu sebesar 20.62 %. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data variabel CAR adalah baik.

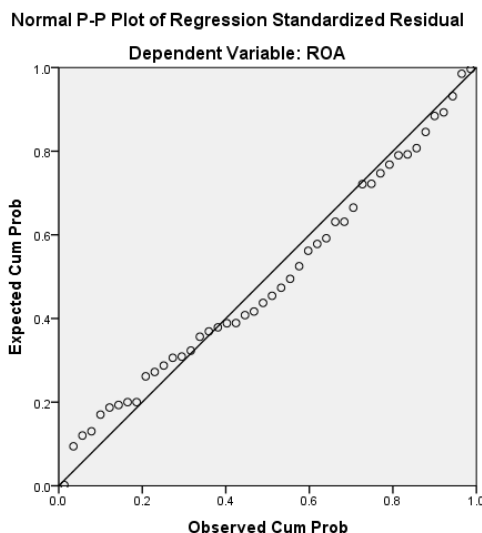
Variabel LDR terendah sebesar 53.00 % dan nilai tertinggi sebesar 102.40 %. Sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia bahwa batas LDR yang masih bisa ditoleransi adalah sebesar 80 % dan batas atas sebesar 100 %. Berdasarkan nilai mean dari tabel diatas yaitu sebesar 81.85% dapat diambil kesimpulan bahwa nilai LDR sudah sudah memenuhi standart dari Bank Indonesia. Ini berarti kemampuan penyaluran kredit bank sudah baik. Sementara nilai standart deviasi menunjukkan angka sebesar 13.22 % yang masih berada di bawah mean variabel LDR. Maka dapat dikatakan bahwa data variabel LDR adalah baik.

Variabel DER nilai terendah adalah sebesar 2.95 % dan tertinggi sebesar 4.52 % dengan tingkat rata - rata sebesar 6.23 % dan standart deviasi sebesar 2.14 % menunjukkan simpangan data yang relative kecil karena standart deviasi lebih kecil dari nilai rata - rata (mean). Dengan nilai Standart deviasi yang kecil berarti data variabel penelitian rasio DER dikatakan cukup baik.

Sedangkan untuk variabel ROA nilai terendah adalah - 3.17% dan tertinggi sebesar 4.07 %. Kemudian diperoleh nilai rata - rata (mean) ROA adalah sebesar 1,3 % Sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia batas ROA ideal berkisar di angka 1,5 % Ini berarti bahwa tingkat perolehan laba bank Umum yang terdaftar di BEI sudah sesuai dengan ketentuan dari Bank Indonesia. Sementara standar deviasi sebesar 1.2 % mengindikasikan simpangan data yang relative kecil karena nilaikuang dari nilai mean variabel ROA. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel ROA adalah baik.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas bermanfaat untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, artinya data harus berdistribusi normal. Pada gambar grafik normal P-Plot di bawah ini dapat diketahui bahwa titik - titik menyebar disekitar garis normal mengikuti arah garis - garis diagonal dan hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Data hasil SPSS

Selain metode grafik normal P-P Plot, untuk memvalidasi bahwa residual mengikuti distribusi normal, perlu dilakukan pengujian normalitas dengan statistik uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana hasil pengujian ini diperoleh dari *nilai p-value*. Berdasarkan mengindikasikan bahwa semua variabel yang digunakan terdistribusi normal, dimana berdasarkan nilai signifikansi Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai diatas 0,05 yaitu 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12037829
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.071
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data hasil SPSS

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yakni adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Adanya multikolinearitas dalam regresi dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), Sofyan, (2009) bila *nilai Variance Inflation Factor* (VIF) > 0.1 dapat disebutkan terdapat gejala multikolinieritas. Jika nilai VIF < 10 maka tingkat kolinearitas bisa ditoleransi.

Coefficients^a

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.121		
CAR	.024	.720	1.388
LDR	.048	.800	1.249
DER	.915	.608	1.645

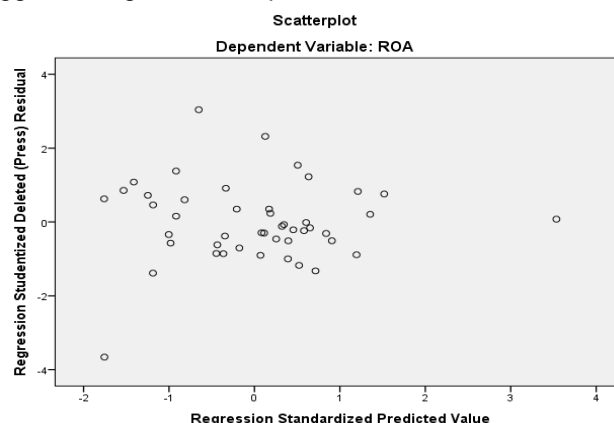
a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data Hasil SPSS

Berdasarkan tabel diatas bisa diketahui bahwa hasil dari nilai *varians inflation factor* (VIF) untuk variabel CAR 1.388, LDR 1.249, dan DER 1.645 dimana ketiga variabel tersebut kurang dari 10, sedangkan nilai *tolerance* masing - masing sebesar 0.720, 0.800, 0.608 dari ketiga variabel tersebut juga lebih dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinieritas karena $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan scatterplot, titik - titik yang berbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, bila situasi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi pantas digunakan. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan dengan menggunakan grafikscatterplot berikut ini:



Berdasarkan gambar *Scatterplot* diatas tampak bahwa data (titik - titik) menyebar secara merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yakni korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi. Jika terjadi korelasi berarti ditemukan problem autokorelasi. Jika nilai observasi (n) sebesar 46 dan variabel dependen (k) sebanyak 3, pada tabel Durbin – Waston (DW) didapatkan nilai $dU = 1.3912$ dan $dL = 1.6176$. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai DW seperti yang disajikan pada tabel berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.477 ^a	.228	.173	1.498

- a. Predictors: (Constant), DER, LDR, CAR
- b. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data Hasil SPSS

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya suatu autokorelasi dapat diketahui dengan melihat nilai Durbin Waston , jika terjadi autokorelasi berarti ditemukan masalah autokorelasi. Dari hasil SPSS hitung sebesar 1.498 dengan variabel bebas yang berjumlah 3 maka K-3 dalam tabel DW dimana yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$D_u = 1.3912$ sehingga dapat $4 - 1.3912 = 2.6088$

$D_l = 1.6176$ sehingga dapat $4 - 1.6176 = 2.3824$

Berdasarkan dari hasil durbin waston (DW) sebesar 1.498 maka dinyatakan bebas autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang serbaguna yang dapat memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen matrik. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS untuk memperoleh persamaan regresi linier berganda disajikan dalam tabel berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.426	2.165		-1.582	.121		
CAR	.110	.047	.375	2.349	.024	.720	1.388
LDR	.030	.015	.308	2.032	.048	.800	1.249
DER	.011	.103	.019	.107	.915	.608	1.645

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data Hasil SPSS

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi Unstandardized Coefficiens adalah sebagai berikut:

$$Y = - 3.426 + 0.110X_1 + 0.030X_2 + 0.011X_3 + e_1$$

Uji Hipotesis

Pembahasan Hipotesis I

Dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi untuk variabel CAR sebesar 2.349 dengan nilai signifikasi sebesar 0.024 dimana nilai signifikasi lebih kecil dari 0.05. Karena tingkat signifikasinya kurang dari 0.05 % maka dalam hal ini pengaruh CAR terhadap ROA nyata. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa CAR berpengaruh signifikan terhadap kinerja (ROA) Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di BEI diterima.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin besar CAR maka ROA yang diperoleh bank akan semakin besar sebab semakin besar CAR maka semakin tinggi kemampuan permodalan bank dalam menjaga kemungkinan timbulnya risiko kerugian kegiatan usahanya namun belum tentu secara nyata berpengaruh terhadap peningkatan ROA Bank Umum Swasta Nasional. Disisi lain CAR yang tinggi bisa mengurangi kemampuan bank dalam melakukan ekspansi usahanya karena semakin besarnya cadangan modal yang digunakan untuk menutupi risiko kerugian. Terhambatnya ekspansi usaha akibat tingginya CAR yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja keuangan bank tersebut.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Kartika Wahyu Sukarno (2006) dan Bambang Sudyanto (2010) hasil penelitian tersebut menunjukkan CAR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Pembahasan Hipotesis II

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel LDR sebesar 2.032 dengan nilai signifikasi sebesar 0.48 yang kurang dari dari 0.05 mengartikan ada hubungan yang signifikan antara variabel LDR dengan ROA. Untuk koefisien regresi sebesar 2.032 berarti setiap penambahan LDR sebesar 1% akan meningkatkan ROA sebesar 2.032%. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa LDR berpengaruh signifikan terhadap ROA dapat diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi LDR maka semakin riskan kondisi likuiditas bank. Jika presentase penyaluran kredit terhadap dana pihak ketiga berada antara 80 % -

110 %, maka bank tersebut dapat dikatakan mempunyai tingkat profitabilitas yang baik, sehingga kinerja keuangan bank tersebut juga baik. Peningkatan pada laba, menyebabkan ROA juga akan meningkat, karena laba merupakan komponen yang membentuk ROA.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Kartika Wahyu Sukarno (2006) dan Listyorini Wahyu Widati (2012), yang memperlihatkan hasil bahwa LDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Pembahasan Hipotesis III

Hasil pengujian hipotesis ini mendapatkan bukti empiris bahwa variabel *Debt To Equity Ratio* (DER) tidak mempengaruhi kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) pada Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015 - 2016. Penelitian *Debt To Equity Ratio* (DER) ini memberikan hasil yang sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Mahardhika et al (2016) dan Kartika Wahyu Sukarno (2006). Berbeda dengan penelitian Listiyorini Wahyu Widati (2012) yang menghasilkan bahwa DER berpengaruh signifikan positif terhadap ROA. Temuan ini menunjukkan bahwa DER berapapun yang telah dibentuk tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan bank umum untuk meningkatkan laba secara signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh *Capital Adequacy Ratio*, *Loan to Deposit Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Kinerja Bank Umum Swasta Nasional di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2016 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja Bank yang diukur dengan menggunakan ROA. Jadi bisa dijelaskan bahwa variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) memiliki pengaruh terhadap kinerja Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 - 2016 .
2. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja Bank yang diukur dengan menggunakan ROA. Jadi bisa dijelaskan bahwa variabel *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memiliki pengaruh terhadap kinerja Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 - 2016 .
3. *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja Bank yang diukur dengan menggunakan ROA. Jadi bisa dijelaskan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak mempengaruhi kinerja Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 - 2016 .

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka diberikan saran sebagai berikut:

Bagi Peneliti selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sejenis sebaiknya memperpanjang periode pengamatan sehingga pengaruh dapat dilihat dari jangka waktu yang lebih panjang. Karena semakin lama waktu pengamatan berlangsung semakin besar kesempatan untuk memperoleh informasi variabel yang lebih akurat lagi. Diharapkan juga untuk peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan dan mempertajam hasil penelitian ini dengan menambah variabel penelitian. Memperluas cakupan penelitian tentang pengaruh rasio keuangan terhadap kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan dengan menggunakan rasio - rasio lain yang dipakai dalam penelitian ini.

Bagi Perbankan

Bagi perbankan diharapkan mampu menjaga keseimbangan rasio keuangan CAR, LDR dan DER agar tetap terjaga sesuai dengan Peraturan yang telah ditetapkan Oleh Bank Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, Dwi Priyanto, et al. *Pengaruh Rasio CAR, NPL, LDR, BOPO, Dan NIM Terhadap Kinerja Bank Umum Di Indonesia*. 2011, pp. 7-12.

- Baroroh, Niswah, 2013. *Analisis Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*. Vol. 5, no. 2, 2013, pp. 172–82.
- Dendawijaya, Lukman, 2009. *Manajemen Perbankan*. Edisi Kedu, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Exyu Sandy, Gyan, 2015. *Pengaruh Liquiditas Dan Solvabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 – 2012*. 2015.
- Fahmi, Irham, 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: ALFABETA,CV.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multiovariate Dengan Program SPSS*. Cetakan ke IV, Semarang: UNDIP.
- Harahap, S.S., 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jumingan, 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta (ID): Bumi Aksara.
- Lukman, Syamsudin, 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mahardhika, P. ..., et al. "Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Assets." *Widyakala*, vol. 3, 2016.
- Mudrajad, Kuncoro, 2002. *Manajemen Perbankan*. Teori dan Aplikasi, Yogyakarta: BPF.
- Mujariyah, 2016. *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan*. Vol. 3, no. 2, 2016, pp. 1–15.
- Mulatsih, 2014. *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Tingkat Kinerja Pada Bank Pembangunan Daerah*. Vol. 13, no. 2, 2014, pp. 164–75.
- Prasanjaya, Yogi A. A., and I.Wayan Ramantha. *Analisis Pengaruh Rasio CAR, BOPO, LDR Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Bank Yang Terdaftar Di BEI*. Vol. 1, 2013, pp. 230–45.
- Purwoko, Didik, and Bambang Sudyanto. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Bank (Studi Empirik Pada Industri Perbankan Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, vol. 20, no. 1, 2013, pp. 25–39.
- Sochib, 2016. "Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Debt To Equity Ratio, Rasio Biaya Operasional Pendapatan Operasional Dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, vol. 6, no. 1, 2016, pp. 1–14.
- Sofyan, Yamin, 2009. *SPSS Complete, Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Sudyanto, Bambang. "Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, BOPO, CAR Dan LDR Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Perbankan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia (BEI)." *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, vol. 2, no. 2, 2010, pp. 125–37.
- Sukarno, Kartika Wahyu, and Muhamad Syaichu. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Bank Umum Di Indonesia." *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, vol. 3, no. 2, 2006, pp. 46–58.
- Venimas C.D, Ni Kadek, et al. *Pengaruh LDR, LAR, DER Dan CR Terhadap ROA*. Vol. 3, no. 1, 2015.
- Wahyu Widati, Listyorini. "Analisis Pengaruh Camel Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Yang Go Publik." *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, vol. 1, no. 2, 2012, pp. 105–19.
- Wardiyah, Mia Lasmi, 2013. *Dasar - Dasar Perbankan*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Analisis Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Studi Kasus SMK 02 YP 17 Lumajang Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang

Achmad Fuad Hasan¹
STIE Widya Gama Lumajang
email:fuadh450@gmail.com

Neny Tri Indrianasari²
STIE Widya Gama Lumajang
email:Indriana85@gmail.com

Soemartono³
STIE Widya Gama Lumajang

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah di SMK 02 YP 17 Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, penelitian ini berlokasi di SMK 02 YP 17 Lumajang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Dokumentasi teknik analisis data yaitu mencocokkan antara laporan BOS SMK 02 YP 17 Lumajang dengan buku Petunjuk Teknis Tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RKAS yang disusun berdasarkan kebutuhan masing-masing sumber daya manusia. Pengambilan Dana BOS SMK diambil oleh Bendahara BOS. Penggunaan Dana BOS SMK dialokasikan untuk membiayai kegiatan operasional sekolah non-operasional sebagaimana di petunjuk teknis BOS SMK, Pengawasan dan Evaluasi dilakukan secara internal oleh Komite Sekolah dan Dinas Pendidikan Kabupaten, Pelaksanaan secara eksternal dilakukan oleh Dinas Pendidikan Provinsi, Pelaporan Dana BOS SMK dilakukan setiap semester melalui LPJ BOS SMK beserta lampiran.

Kata Kunci : Dana BOS SMK, Perencanaan, Pelaksanaan, Pelaporan

Abstract

The purpose of this research is to know Management of School Operational Assistance Fund at SMK 02 YP 17 Lumajang. This research is a qualitative research, this research is located at SMK 02 YP 17 Lumajang. Data collection techniques used are Documentation data analysis techniques that match between the BOS report SMK 02 YP 17 Lumajang with Technical Guidebook Year 2016. The results showed that the RKAS stacking based on the needs of each human resource. BOS Funding of SMK is taken by BOS Treasurer. The use of BOS funds of SMK is allocated to finance the operational activities of non-operational schools as in the technical guidance of BOS SMK, Supervision and Evaluation performed internally by School Committee and District Education Office, External Implementation conducted by Provincial Education Office, Reporting of BOS Fund SMK conducted every semester through LPJ BOS SMK and attachments.

Keywords: Donation of Bos SMK, Planning, Implementation, Reporting

PENDAHULUAN

Peranan BOSSMK adalah memberikan kesempatan kepada semua siswa untuk memperoleh layanan pendidikan bermutu dengan mengharuskan sekolah memberikan keringanan/pengurangan tarif operasional sekolah pada siswa. Dana BOS yang diperoleh akan diperhitungkan untuk meringankan beban semua siswa pada sekolah tersebut secara rata-rata. Adapun pelaksanaan Dana BOS SMK menurut Permendiknas No.69 Tahun 2009 adalah untuk mendukung kebutuhan tarif operasional sekolah atau personalia.

Berdasarkan Kebijakan Direktorat Pembinaan SMK, Dana BOS dapat dimanfaatkan untuk keperluan belanja/penggandaan buku teks pelajaran, belanja media tulis sekolah yang digunakan untuk pembelajaran, pegandaan soal dan pengadaan lembar jawaban anak didik dalam aktivitas tes dan ujian, belanja peralatan untuk keperluan pendidikan, belanja bahan praktik atau bahan habis pakai, penyelenggaraan kegiatan pembinaan siswa/ekstrakurikuler, penyelenggaraan kegiatan uji kompetensi, penyelenggaraan praktik kerja industri, perawatan dan pemeliharaan ringan sarana prasarana sekolah, langganan daya dan jasa lain, kegiatan penerimaan siswa baru, pengembangan sekolah rujukan, peningkatan mutu proses pembelajaran, operasional fasilitas sekolah berbasis TIK dan pelaporan.

Dana BOS disalurkan kepadaseluruh SMA dan SMK negeri atauswastadi seluruh Indonesia. Dana BOS yang dialokasikan kepada Sekolah Menengah Atas disebut dengan BOSSMA. Sedangkan dana BOS yang alokasikan kepada Sekolah Menengah Kejuruan disebut dengan BOSSMK, diberikan 3 bulan, yaitu tahap Januari - Maret, April - Juni, Juli - September, Oktober-Desember, pada tahun anggaran 2017. Dana BOS dialokasikan selama 1 Tahun untuk periode Januari sampai dengan Desember 2016, yaitu TW I (satu) dan TW II yaitu Tahun Ajaran 2015/2016 dan TW III dan IV Tahun Ajaran 2016/2017. SMK 02 "YP 17" Lumajang saat ini mempunyai siswa sebanyak 83 dan semua siswa mendapatkan BOS (Bantuan Operasional Sekolah). Pendidikan Menengah Univesal bertujuan untuk memberikan layanan, pelebaran, dan pemerataan peluang memperoleh pendidikan menengah yang bertaraf bagi setiap warga negara Indonesia. Untuk mencapai hal tersebut pemerintah membuat Strategi Bantuan Operasional Sekolah (BOS).

KAJIAN PUSTAKA

BOS (Bantuan Operasioanl Sekolah)

BOS adalah strategi pemerintah yang pada dasarnya adalah untuk pengadaan pendanaan biaya operasi non personalia bagi satuan pendidikan dasar sebagai pembuat Strategi wajib belajar. Sedangkan BOS SMK adalah strategi Pemerintah berupa bantuan dana langsung ke SMK baik Negeri maupun Swasta dimana besarnya dana bantuan yang diterima sekolah dihitung berdasarkan jumlah siswa masing-masing sekolah dikalikan satuan biaya bantuan.

Pembiayaan

Pendidikan merupakan komponen yang sangat penting dalam pengadaan pendidikan. Pembiayaan adalah biaya pendidikan yang di peroleh dan dibelanjakan oleh sekolah sebagai satuan lembaga. Di sisi lain pembiayaan pendidikan merupakan jumlah uang yang dihasilkan dan dibelanjakan untuk berbagai keperluan peneadaan pendidikan yang mencakup gaji guru, peningkatan profesionalisme guru, pengadaan fasilitas ruang belajar, perbaikan ruang, pengadaan peralatan, buku belajar, ATK, pendukung kegiatan ekstra kulikuler, kegiatan pengelolaan pendidikan, dan pengawasan pendidikan.

Pengelolaan

pengelolaan keuangan adalah perencanaan, pengarahan, pemantauan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya moneter dari sebuah organisasi yang efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Sebagaimana yang terjadi pengelolaan pendidikan pada biasanya, kegiatan

pengelolaan keuangan dilakukan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengawasan atau pengendalian.

Menurut Depdiknas (2000) bahwa Pengelolaan keuangan merupakan tindakan pengurusan dan ketatausahaan keuangan yang meliputi, perencanaan, pelaksanaan, pertanggung jawaban dan pelaporan. Dengan demikian, pengelolaan keuangan sekolah dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang mengatur keuangan sekolah mulai dari perencanaan, pembukuan, pembelanjaan, pengawasan dan pertanggung jawaban keuangan sekolah.

Perencanaan (RKAS)

RKAS adalah dokumen yang berisikan rencana program pengembangan sekolah satu tahun kedepan yang disusun berdasarkan RKS untuk mengatasi kesenjangan yang ada antara kenyataan yang diharapkan menuju terlaksananya SNP. RKS adalah suatu file yang berisi program pengembangan yang berisi rencana program pengembangan sekolah empat tahun yang akan datang dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki menuju sekolah untuk terpenuhinya Standar Nasional Pendidikan (NSP).

Pelaksanaan Dana BOS

Pelaksanaan pengalokasian Dana BOS sebagai berikut:

1. Tim PKPS-BBM Pusat menggabungkan data semua siswa setiap sekolah menggunakan tim PKPS-BBM Propinsi dan Kabupaten/ Kota setelah menetapkan kuota Dana BOS setiap Propinsi.
2. Atas dasar data semua siswa setiap Sekolah, Tim PKPS BBM Pusat membuat alokasi Dana BOS setiap Propinsi yang di tuangkan dalam DIPA Propinsi.
3. Tim PKPA Propinsi dan Tim Kabupaten/ Kota diharapkan melakukan pemeriksaan ulang data jumlah siswa tiap sekolah sebagai dasar dalam menerapkan alokasi di tiap sekolah.
4. Tim PKPS BBM Kabupaten/Kota ditetetapkan sekolah yang bersedia menerima Dana BOS melalui Surat Keputusan (SK) yang ditandatangani oleh Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten/Kota, Kepala Kandepag Kabupaten/Kota, dan Dewan Pendidikan serta melampirkan daftar nama sekolah dan besar jumlah bantuan yang akan diterima (format BOS-02A dan format BOS-02B). Sekolah yang bersedia menerima Dana BOS harus menandatangani Surat Perjanjian Pemberian Bantuan (SPPB) Tim PKPS-BBM Kab/Kota mengirimkan SK Alokasi BOS dengan melampirkan daftar ke Tim PKPS-BBM Propinsi, tembusan ke Pos/ Bank dan Sekolah penerima BOS.

Pelaporan dan Pertanggungjawaban Keuangan BOS

Sebagaimana salah satu bentuk pertanggung jawaban dalam pelaksanaan Strategi BOS, tiap-tiap pengelola Strategi di tiap tingkatan (Pusat, Provinsi, Kabupaten/Kota, Sekolah) harus melaporkan hasil kegiatannya kepada pihak yang berkaitan.

Secara umum, laporan pelaksanaan kegiatan yang meliputi statistik penerima bantuan, penyaluran, penyerapan, pemanfaatan dana, pertanggungjawaban keuangan serta hasil monitoring evaluasi dan pengaduan masalah. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah menyiapkan software/perangkat lunak untuk membantu sekolah dalam menyusun laporan keuangan tingkat sekolah. Aplikasi ini dinamakan Aplikasi Laporan Pertanggung jawaban Keuangan Dana BOS (Alpeka BOS) yang dapat diunduh secara gratis dari www.bos.kemdikbud.go.id.

Oleh karena itu, sekolah tidak boleh membeli aplikasi lain yang serupa dengan menggunakan Dana BOS. Bilamana terdapat kesulitan dalam keuangan aplikasi ini, sekolah/ tim Manajemen BOS Kabupaten/Kota dapat menghubungi tim Manajemen BOS pusat

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana desain penelitian ini dibuat dalam rangka memberikan gambaran secara teratur tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian Anwar Sanusi (2011:13). Penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan atau mendeskripsikan pelaksanaan Strategi Bantuan Operasional Sekolah (BOS) serta keefektifan bagi sekolah,

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian analisis deskriptif, yang artinya teknik analisis yang mendeskripsikan atau mengungkapkan karakteristik variabel yang memfokuskan kajian yang berkaitan dalam pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah. Setelah memahami tentang petunjuk teknis penggunaan dan pertanggung jawaban keuangan Dana Bantuan Operasional Sekolah Tahun 2016.

Objek Penelitian

Menurut Sanusi (2011:15) bahwa Kriteria Objektif yaitu dalam metode ilmiah menghendaki bahwa segala fenomena yang ditangkap oleh indrawi kemudian diamati dan dianalisis harus berlangsung secara objektif.

Objek penelitian pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) di SMK 02 "YP 17" Lumajang periode 2016.

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan factor-faktor yang penting yang menjadi pertimbangan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian menggunakan sumber data internal. Menurut Umar (2008) data internal merupakan data yang didapat dari data perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan, sedangkan data eksternal merupakan data yang didapat dari luar. Sumber data yang digunakan adalah data internal karena penelitian ini memperoleh data dari SMK 02 "YP 17" Lumajang.

Jenis Data

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain, terkait dengan data sekunder, peneliti lalu memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya Anwar Sanusi (2011:104). Data sekunder adalah data sekunder yang didapatkan dalam bentuk yang sudah jadi berupa laporan bukti keuangan yang tercatat secara historis di SMK 02 "YP 17" Lumajang. Berupa bukti penerimaan Dana BOS dan pengeluaran BOS, Struktur Organisasi, Profil Sekolah, Kegiatan-kegiatan sekolah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan digunakan agar dapat memperoleh data yang benar, akurat dan relevan agar dapat dijadikan acuan dalam suatu penelitian. Jenis data yang diperlukan yaitu data sekunder. Maka penggunaan metode penelitian ini adalah dokumentasi.

Dokumentasi

Dokumentasi biasanya dilaksanakan untuk mengumpulkan dokumen sekunder dari beragam sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan Anwar Sanusi (2011:114) Data yang tersedia berbentuk surat-surat, laporan, foto, dan sebagainya. Dalam penelitian ini menganalisis dokumen yang meliputi

RKAS Tahun 2016, data siswa penerima BOS, Laporan penggunaan Dana BOS, rincian penggunaan Dana BOS.

Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian analisis deskriptif, yang artinya teknik analisis yang mendeskripsikan atau mengungkapkan karakteristik variabel yang memfokuskan kajian yang berkaitan dalam pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah.

Setelah memahami tentang petunjuk teknis penggunaan dan pertanggung jawaban keuangan Dana Bantuan Operasional Sekolah Tahun 2016. Selanjutnya melakukan analisis tentang pengelolaan keuangan Sekolah SMK 02 "YP 17" Lumajang Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang, dengan data-data yang telah terkumpul seperti dokumen. Tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

Laporan BOS dibandingkan dengan buku petunjuk teknis tahun 2016 berupa :

- a. Komponen Pembiayaan
- b. Laporan penggunaan Dana BOS
- c. Mekanisme belanja barang/jasa Di Sekolah
- d. Pencatatan barang Inventaris

Melakukan Observasi terhadap SMK 02 "YP 17" Lumajang untuk membandingkan kesesuaian data

Data dipilih dan diolah

Data-data diproses kemudian ditarik kesimpulan.

Hasil dan pembahasan

HASIL PENGUMPULAN DATA

Data yang diperoleh dari SMK 02 "YP 17" Lumajang adalah data mengenai Pengelolaan Dana BOS SMK Tahun 2015 dan 2016. Data dikelompokkan menjadi empat komponen, yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, Pengawasan dan Evaluasi, serta Pelaporan. Data diperoleh dari dokumentasi. Komponen Perencanaan Dana BOS SMK difokuskan pada: (a) Penyusunan RKAS. RKAS SMK 02 YP 17 Lumajang sebagai berikut:

Rencana Kegiatan Dan Anggaran Sekolah (RKAS)

Tahun Anggaran 2016

Nama Sekolah : SMK 02 YP 17 Lumajang
 Alamat/Desa/Kecamatan : Jl. M Husni Thamrin No.17 Lumajang
 Kabupaten/ Kota : Lumajang
 Provinsi : Jawa Timur

Tabel 1

Rencana Kegiatan dan Anggaran Sekolah (RKAS)

No. Kode	Penerimaan/Uraian	Jumlah	No. Kode	Pengeluaran Belanja Uraian	Jumlah
1	SISA TAHUN LALU				
			1	Pengembangan Kompetensi Lulusan	Rp 36,176,000
2	PENDAPATAN RUTIN		2	Pengembangan Standar Isi	Rp -
	Gaji Pegawai Sipil		3	Pengembangan Standar Proses	Rp 24,773,000
	Gaji Pegawai Tidak Tetap		4	Pengembangan Pendidikan dan Tenaga Kependidikan	Rp -
	Belanja Barang Dan Jasa		5	Pengembangan Sarana dan Prasarana Sekolah	Rp 63,126,000
	Belanja Pemeliharaan		6	Pengembangan Standar Pengelolaan	Rp 1,134,000
	Belanja Lain-Lain		7	Pengembangan Standar Pembiayaan	Rp 126,321,000
			8	Pengembangan dan Implementasi Sistem Penilaian	Rp 3,870,000
3	BOS				
	BOS Pusat 86x RP 1.4000.000	Rp 120,400,000			
	BOS Provinsi	Rp 1,500,000			
	BOS Kabupaten/Kota 89xRp 1.500.000	Rp 133,500,000			
4	BANTUAN				
	Dana Dekonsentrasi				
	Dana Tugas Pembantuan				
	Dana Alokasi Khusus				
	Lain-Lain				
5	SUMBERPENDAPATAN LAIN NYA				
	Jumlah Penerimaan	Rp 255.400.000		Jumlah Pengeluaran	Rp 255.400.000

Data komponen Pelaksanaan Dana BOS SMK difokuskan pada:

(a)Penyaluran Dana BOS(b) Pengambilan Dana BOS SMK(c) Penggunaan Dana BOS SMK (d) Proses pembelanjaan(e) Proses pembukuan Dana BOS SMK(f) Pengembalian Dana BOS SMK. Data komponen Pengawasan dan Evalausi Dana BOS SMK terdiri dari(a) Pengawasan Dana BOS SMK dan (b)Evaluasi Dana BOS SMK. Data komponen Pelaporan Dana BOS SMK difokuskan pada:(a) Pelaporan Dana BOS SMK dan(b) Publikasi Dana BOS SMK.

Hasil Analisis

PerencanaanDana BOS SMK di SMK 02 “YP 17” Lumajang

Perencanaan Pengelolaan Dana BOS SMK di SMK 02 “YP 17” Lumajang merupakan hal yang sangat penting. Hal ini tentunya bertujuan untuk menggapai taujuan yang diinginkan. Namun,untuk mencapai target tersebut maka diperlukan perencanaan dalam penyusunan RKAS dan RAB berdasarkan kebutuhan dan kondisi sekolah.Berikut penjelasan masing- masing komponen tersebut

Penyaluran Dana BOS

Dana digunakan untuk membiayai keperluan sekolah berdasarkan perencanaan yang telah dibuat.Dalam hal ini,penyaluran Dana BOS pada SMK 02 “YP 17” Lumajang dicairkan setiap triwulan. Hal tersebut tentunya sesuai dengan petunjuk teknis yang berlaku.

Pengambilan Dana BOS

Proses pengambilan Dana BOS SMK Tahun 2015 dan 2016 tidak jauh berbeda,melalui bank Jatim penyalur dari Pemerintah Pusat yang kemudian oleh pihak sekolah dipindahkan ke rekening sekolah, kemudian slip yang ditandatangani oleh Kepala Sekolah dan Bendahara BOS dengan menunjukkan bukti KTP/SIM. Pengambilan Dana BOS harus disesuaikan dengan jumlah siswa dan harus dengan izin/tandatangan Kepala Sekolah dan Bendahara BOS.

Penggunaan Dana BOS

Setelah dana cair,maka yang selanjutnya sekolah akan membahas mengenai penggunaan dana BOS SMK. Yang mana, penggunaan dana\ tersebut harus disesuaikan dengan rancana yang telah dilakukan pada awal tahun pelajaran Penggunaan Dana BOS SMK hanya untuk membiayai kegiatan-kegiatan yang bersifat operasional non-personalia.

Pembelanjaan Dana BOS

Data pembelanjaan Dana BOS SMK Tahun 2015 dan 2016 berupa barang dan jasa. Tim pembelajaan dilakukan oleh Wakil Kepala Sekolah bidang sarana dan prasarana dan karyawan tata usaha bagian inventarisasi. Pembelanjaan barang/jasa tidak dilakukan dengan asal membeli barang/jasa saja, namun disesuaikan dengan kebutuhan yang telah dibuat dalam rencana awal

Proses pembukuan Dana BOS

Proses pembukuan merupakan salah satu bentuk pertanggung jawaban atas Dana BOS. Pembukuan dilakukan secara rutin setiap bulannya dan setiap pelaksanaan pembukuan akan disertakan bukt ifisik transaksi. Hal tersebut berdasarkan petunjuk teknis yang ada. Pembukuan keseluruhan penggunaan dana yang berasal dari berbagai sumber dana diperoleh,disusun oleh Bendahara Sekolah

Pengembalian Dana BOS

Pengembalian Dana BOS dilakukan apabila terjadi kelebihan dana yang dikirim dari Pemerintah Pusat ke-SMK. Perencanaan yang dibuat oleh sekolah dengan keadaan yang nyata-nyatanya apabila perbedaan jumlah siswa, sehingga sekolah perlu melakukan verifikasi kepada dinas mengenai jumlah siswa yang sebenarnya dan mengembalikan kelebihan dana tersebut. Sekolah perlu mengirim dana tersebut ke-Kas Negara melalui rekening khusus untuk pengembalian dana. Pengembalian kelebihan Dana BOS SMK dilakukan pada akhir semester atau akhir periode dari Dana BOS SMK.

Pengawasan dan Evaluasi DanaBOS

Pengawasan Dana BOS

Pengawasan Dana BOS SMK Tahun 2015 dan 2016 terdiri dari pengawasan pihak intern dan pengawasan dari pihak ektern sekolah. Pihak intern sekolah yang melakukan pengawasan adalah Komite Sekolah dan Dinas Kabupaten bersama dengan Pengawas Sekolah. Pengawas dari pihak ektern sekolah adalah Dinas terkait yaitu Dinas Provinsi bersama Pusat.

Evaluasi DanaBOS

Evaluasi Pengelolaan Dana BOS di SMK 02 "YP 17" Lumajang Tahun 2015 dan 2016 dilakukan oleh Komite Sekolah dan Dinas Pendidikan Provinsi yaitu terkait dengan LPJ atas Pengelolaan Dana BOS SMK. Evaluasi diberikan karena ada kesalahan dalam tata cara pembukuan ataupun perincian penggunaan Dana BOS SMK, sehingga sekolah perlu melakukan pembuatan laporan ulang. Penggunaan Dana BOS SMK yang dilakukan oleh SMK 02 "YP 17" Lumajang telah sesuai dengan rencana anggaran sekolah, karena pelaksanaannya memang harus sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah Menengah Kejuruan (BOSSMK) di SMK02 "YP 17" Lumajang 2015 dan 2016. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Hasil analisis akan dilakukan dengan membandingkan antara pernyataan sesuai petunjuk teknis BOSSMK dan pernyataan yang ada di sekolah. Pengelolaan dana BOSSMK, meliputi Perencanaan Dana BOS SMK, Pelaksanaan Dana BOS SMK, Pengawasan dan Evaluasi Dana BOS SMK, dan Pelaporan Dana BOS SMK

Perencanaan Dana BOS

Dari hasil penelitian Perencanaan Proses Penyusunan Rencana Kegiatan dan Anggaran Sekolah (RKAS) BOS SMK 02 "YP 17" Lumajang terlaksana dengan baik.

RKAS disusun untuk merencanakan kerja tahunan sekolah dan untuk menetapkan anggaran pendapatan dan belanja sekolah selama satu tahun. Penyusunan RKAS didasarkan atas kebutuhan dari masing-masing sumber daya manusia untuk jangka waktu pendek, menengah, hingga panjang. Kegiatan yang paling diprioritaskan untuk dianggarkan dalam RKAS adalah kegiatan yang paling dibutuhkan dengan segera.

Pelaksanaan Dana BOS

Analisis pelaksanaan Dana BOS SMK 02 "YP 17" Lumajang yang meliputi 5 komponen yaitu : (a) Penyaluran Dana BOS (b) Pengambilan Dana BOSSMK (c) Penggunaan Dana BOS SMK (d) Proses pembelanjaan (e) Proses pembukuan Dana BOSSMK (f) Pengembalian Dana BOS SMK, telah sesuai dengan buku Petunjuk Teknis BOS SMK.

Pengawasan dan Evaluasi Dana BOS

Analisis hasil Pengawasan dan Evaluasi DanaBOS di SMK 02 “YP 17” Lumajang sudah berjalan dengan sesuai Petunjuk Teknis BOS SMK, Pengawasan Dana BOS SMK dilakukan dalam rangka mewujudkan akuntabilitas dan tranparansi Strategi BOS SMK. analisis hasil terhadap komponen pengawasan pengelolaan BOS SMK Tahun 2015 dan 2016 di SMK 02 “YP 17” Lumajang dilakukan dari pihak interal sekolah dan pihak eksternal sekolah.Pihak internal sekolah yang melakukan pengawasan adalah Komite Sekolah dan Dinas Pendidikan Kabupaten melalui pengawas sekolah.Pihak eksternal sekolah yang melakukan pengawasan adalah Dinas Pendidikan Provinsi dan Pusat (Direktorat Pendidikan Menengah).

Pelaporan Dana BOS

Analisis hasil Pelaporan BOS di SMK 02 “YP 17” Lumajang,sekolah telah membuat laporan sesuai petunjuk teknis BOS SMK. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadira Sukma Amiini Universitas Negeri Yogyakarta pada Tahun 2016 yang berjudul Analisis Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah, SekolahMenengah Atas(BOS SMA) di SMANegeri Jumapolo KabupatenKaranganyarTahun2013-2014). SMK 02 “YP 17” Lumajangmelakukan pelaporan pertanggung jawaban kepada dinas terkait,yaitu Direktorat Pembinaan SMK(pusat), Dinas Pendidikan Kabupatenyang berupalaporanringkasdandengandikirimemail.Laporan ringkas tersebut juga dikirimkan tembusan untuk Dinas Pendidikan Provinsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan,maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dana BOS SMK 02 “YP 17” Lumajang yang meliputi Perencanaan, Pelaksanaan, Pengawasan dan Evaluasi serta Pelaporan sudah berjalan dengan baik, Pengambilan DanaBOS SMK diambil olehBendaharaBOS. Penggunaan DanaBOS SMK dialokasikan untuk membiayai kegiatan operasional sekolah non-operasional sebagaimana di petunjuk teknis BOSSMK, Pengawasan dan Evaluasi dilakukan secara internal oleh Komite Sekolah dan Dinas Pendidikan Kabupaten, Pelaksanaansecara eksternaldilakukan oleh Dinas Pendidikan Provinsi, Pelaporan Dana BOSSMK dilakukan setiap semester melalui LPJ BOSSMK beserta lampiran.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dilakukan peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Bagi Sekolah

Pelaporan penggunaan Dana BOSSMK,Kepala Sekolah, Komite, Bendahara BOS, dan guru sebaiknya berkordinasi dengan baik,supaya pembuatan Laporan Pengelolaan Dana BOS SMK dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu

Bagi Peneliti Selanjutnya.

Peneliti selanjutnya diharapkan agar memperluas jangkauan penelitian agar menambahkan variabel, sampel dan faktor-faktor lain tentang Pengelolaan Dana BOS SMK.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal.2016.*Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Rajangrafindo Persada : Jakarta
- Amalia, Eka Rezeki. 2008. *Pengelolaan Manajemen Keuangan Sekolah di SDN 1N Mulyoagung dan MAN 1 Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang :Malang. (Online). (<https://mafiadoc.com>)
- Amalia, Robiatul Nurul. 2014. *Pengaruh Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Terhadap Prestasi Belajar Siswa Sekolah Dasar Negeri 035 di Tenggorong*. Universitas Kutai Kartanegara: Kalimantan Timur. (Online).(<http://ejurnal.unikarta.ac.id/index.php/jemi/index>).

- Fattah, N. 2004. *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Gunawan, Iman. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Praktek)*. Bumi Aksara : Jakarta
- Harsono, 2007. *Pengelolaan Biaya Pendidikan*. Pustaka Book Publisher: Yogyakarta.
- Karding, Abdul Kadir. 2008. *Evaluasi Pelaksanaan Progam Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Sekolah Menengah Pertama Negeri di Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang. Semarang
- Kharisma, Bayu. 2013. *Dampak Progam Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Terhadap Tingkat Putus Sekolah di Indonesia*. Universitas Padjajaran : Padjajaran.
- Mulyono. 2010. *Konsep Pembiayaan Pendidikan*. Ar - Ruzz: Yogyakarta.
- Nurchahyo, Rendy. 2015. *Evaluasi Tindak Lanjut Hasil Audit Progam Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Kota Yogyakarta Tahun 2011/2012*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 161 Tahun 2014. 2014. *Petunjuk Teknis Penggunaan dan Pertanggungjawaban Keuangan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Tahun 2015*.
- Petunjuk Teknis Bantuan Operasional Sekolah (BOS SMK) Sekolah Menengah Kejuruan. 2013. *Direktorat Jendral Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat : Jakarta
- Sholikatur, Ismi. 2016. *Analisis Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Studi Kasus SMK Negeri 1 Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Sudarmawan. 2014. *Analisis Dana Bantuan Operasional Sekolah di Yogyakarta Dalam Upaya Rancangan Bangunan Sistem Informasi Berbasis Web*. STMK AMIKOM Yogyakarta : Yogyakarta
- Sumarni, Neni. 2015. *Analisis Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Studi Kasus SMP N 6 Satap Rambah Samo*. Universitas Pasir Pengairan: Rokan Hulu
- Widyaningsih, Sri Rejeki. 2011. *Efektifitas Pengelolaan Dana BOS di SDN 1 Buran dan SDN 3 Kaling Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta

Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD. Jatidiri 007 Purwosono Lumajang

Abdul Rouf¹
STIE Widyagama Lumajang
email:abdulrouf7277@gmail.com

Mokhammad Taufik²
STIE Widya Gama Lumajang
email: mtaufikwiga@gmail.com

Ainun Jariah³
STIE Widya Gama Lumajang
email:anjar040820@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *causal* atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang baik secara persial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dan tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. Hasil penelitian terdapat 30 responden dengan menggunakan analisis regresi linier berganda adalah tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dan tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan adalah $Y = 16,640 + 0,548 (X1) - 0,473 (X2)$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 09,0% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 91,0% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti harga dan kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan tempat yang berbeda.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This research is a quantitative research by looking for associative relationship which is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. This study aims to determine the influence of pricing and product quality to customer loyalty in UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang both in a persial and simultaneous manner. This research tested hypothesis that there is no influence of price to customer loyalty, there is no effect of product quality to customer loyalty, and there is no influence of price and product quality simultaneously to customer loyalty at UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. The result of the research there are 30 respondents by using multiple linear regression analysis is there is no influence of price to customer loyalty, there is no effect of product quality to customer loyalty, and there is no influence of price and product quality simultaneously to customer loyalty at UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. The resulting simple linear regression function is $Y = 16.640 + 0.548 (X1) - 0.473 (X2)$. The result of determination coefficient shows that equal to 09,0% customer loyalty can be explained by independent variable that is price and product quality, while the rest is 91,0% customer loyalty influenced by other variables not examined in this research. The limitation of this research is only to examine price and product quality

as a factor influencing customer loyalty, while other variable that can influence customer loyalty is expected to be examined by next researcher in different period and place.

Keywords: Price, Product Quality, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembanganbisnis sekarang telah berkembang sangat pesat. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama, akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan.

Setiap orang ingin memiliki suatu bisnis, yang membuat persaingan dalam bisnis menjadi sangat banyak sehingga pelanggan memiliki ragam pilihan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan berhak memilih sesuai keinginannya. Dengan adanya persaingan tersebut, menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing dipasar.

Setiap pelaku usaha pada tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki strategi untuk bersaing dalam bisnis dan menempatkan orientasi kepada pelanggan sebagai tujuan utama. Perusahaan dalam memberikan loyalitas kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan mereka pada saat ini dan yang akan datang.

Lovelock dan Wright dalam Priansa (2017:215), "Loyalitas pelanggan adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama".

Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra dalam Priansa (2017:216), "Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen tersebut secara konsisten".

Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Sehingga isu penting yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitasnya, agar dapat terus bertahan dan berkembang.

Sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian dan penjualan yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek, Perusahaan untuk mendapatkan loyalitas atau kesetiaan pelanggan perlu strategi yang tepat dan kompleks. Dan perusahaan harus menerapkan strategi marketing guna meningkatkan volume penjualan.

Dalam menghadapi ketatnya persaingan ini diperlukan strategi pemasaran yang menyangkut beberapa aspek, yaitu harga, kualitas produk dan promosi. Sebagai pelaku usaha yang profit motif, selalu menginginkan untuk menghasilkan laba yang optimal guna menjaga kelangsungan hidup usahanya baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Perolehan laba pada suatu usaha tidak begitu saja terjadi tetapi harus di upayakan dengan manfaat segala sumber daya ekonomi yang tersedia serta melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien kearah tercapainya tujuan perusahaan. Sunarwan dkk (2009:45), "Harga merupakan satu – satunya elemen dari bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi) yang menghasilkan pendapatan". Sedangkan elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga memiliki pengaruh signifikan pada keberhasilan perusahaan, karena keuntungan perusahaan tergantung dari keuntungan penjualan.

Dengan harga perusahaan dapat menjangkau produk kepada pembeli. keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh pelanggan dan dapat menarik pelanggan untuk mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut, dan untuk perusahaan sendiri juga harus melihat kualitas produk yang akan dijual oleh para pelanggan. agar sama-sama tahu dan tidak saling merugikan satu pihak saja. Jadi harga merupakan suatu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan harga, kualitas produk dan promosi, perusahaan yang melakukan persaingan harus menetapkan strategi yang baik.

Menurut Wahyuni dkk (2015:3), "Kualitas merupakan aspek penting bagi perkembangan perusahaan". Saat ini, sebagian besar mereka mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/ layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali menjadi sarana promosi yang secara otomatis mampu menaikkan/ menurunkan nilai jual produk perusahaan. Assauri (2015:211), "Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan". Setiap perusahaan harus

memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Peneliti Jahanshahi dkk (2011), Meneliti tentang *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang tinggi antara konstruk dari layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Peneliti Widiyanto dan Toro (2012), Meneliti tentang *Analysis of Influence of Service Quality and Price on Fairness With Customer Satisfaction Customer Loyalty, Corporate Image and Variable Trust As Mediation: Studies In Consumer PO. Rosalia Indah Surakarta*. Dan hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan. kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada loyalitas pelanggan. kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada citra perusahaan. kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepercayaan. keadilan harga mendapat kepuasan positif pada pelanggan. keadilan harga memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan. satisfaction pelanggan memiliki pengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Citra perusahaan memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan. Citra perusahaan memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan. citra perusahaan memiliki hubungan positif pada kepercayaan. kepercayaan terbentuk pada loyalitas pelanggan.

Peneliti Wardhani (2012), Meneliti tentang Analisis kualitas produk dan harga dalam meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada minuman Sari Buah Frutang. Dan hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada minuman Sari Buah Frutang. Bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada minuman Sari Buah Frutang. Bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada minuman Sari Buah Frutang.

Peneliti Saputro (2013), Meneliti tentang Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk, harga dan pelayanan pada toko bangunan Indah Kiat Gemilang Kudus. Dan hasil penelitian Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko bangunan Indah Kiat Gemilang Kudus. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko bangunan Indah Kiat Gemilang Kudus. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko bangunan Indah Kiat Gemilang Kudus. Kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko bangunan Indah Kiat Gemilang Kudus.

Peneliti Pongoh (2013), Meneliti tentang Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu As Telkomsel di Kota Manado. Dan hasil penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado. Kualitas Produk berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado. Variabel harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado.

Peneliti Setiono dan Holili (2016), meneliti tentang Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada percetakan UD. Prisma Jember. Dan hasil penelitian Bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Bahwa dua variabel yaitu kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

Peneliti Shartykarini dkk (2016), Meneliti tentang Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dan hasil penelitian Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti Noorhayati (2018), meneliti tentang Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar telkomsel (studi kasus pada mahasiswa STIE Muara Teweh). Dan hasil penelitian Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa STIE Muara Teweh. Harga memiliki pengaruh yang signifikan loyalitas pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa STIE Muara Teweh. Dengan demikian hipotesis diterima. Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa STIE Muara Teweh. Kualitas produk dan harga berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa

STIE Muara Teweh. Kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa STIE Muara Teweh.

UD. JATIDIRI 007 adalah perusahaan kayu yang berlokasi di Purwosono Lumajang. Perusahaan ini kegiatan operasionalnya menjual kayu untuk bahan bangunan yang berbahan dasar kayu sengon. Perusahaan ini membeli dari para petani sengon yang berasal dari beberapa daerah misalnya jember, bondowoso, malang dan lain-lain. Seiring dengan perkembangan zaman banyak gudang kayu yang berdiri disekitar perusahaan kayu JATIDIRI 007 seperti perusahaan kayu Sanjaya, perusahaan kayu Kombun yang membuat persaingan semakin ketat untuk menarik minat beli pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah responden yang di jadikan sampel penelitian. Pada penelitian terdahulu respondennya adalah pembeli atau pelanggan sedangkan penelitian ini menggunakan pemasok sebagai responden.

Alasan meneliti variabel harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga yang ditawarkan dan kualitas produk terhadap loyalitas pemasok kayu di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. Pada saat ini petani kayu sangat banyak bermunculan dimana-mana bahkan menjadi sumber pendapatan bagi beberapa orang. Dengan melihat kondisi tersebut petani akan memilih menjual pada perusahaan yang berani menetapkan harga beli tinggi. Karena kayu ini untuk bahan bangunan secara otomatis kualitas produk sangat diperhatikan. Dengan alasan tersebut maka penulis tertarik menelitinya.

Alasan meneliti di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang karena perusahaan ini masih tetap eksis sejak awal berdiri sampai sekarang bahkan lebih berkembang meskipun banyak bermunculan perusahaan sejenis disekitarnya. Berdasarkan latar belakang diatas , maka peneliti mengambil judul sebagai berikut "PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN UD. JATIDIRI 007 PURWOSONO LUMAJANG".

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Philip Kotler dalam Sunyoto (2014:32-33), "Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana atau kelompok apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai".

Manajemen Pemasaran

Philip Kotler dan Armstrong dalam Manap (2016:79), "Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangkai mencapai tujuan organisasi".

Harga

Menurut Kotler dan Keller (2007:77), "Harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya yang menghasilkan biaya". Harga barang kali adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi sebagai nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebuah produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menentukan harga dan mendapatkan laba yang besar.

Kualitas Produk

Sunarto (2006:159), "Kualitas produk adalah salah satu alat utama untuk positioning menetapkan posisi bagi pemasar". Kualitas produk mempunyai dua dimensi, tingkat dan konsistensi. Dalam pengembangan suatu produk, pemasar awalnya harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran. Disini, kualitas produk berarti kualitas kinerja, kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin dalam Utama (2017:205-206), "Loyalitas Pelanggan adalah mesin penggerak atau kesuksesan suatu bisnis". Usaha untuk mempertahankan konsumen yang merupakan bagian penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan bukanlah lah yang sederhana, karena perusahaan harus mengintegrasikan semua dimensi bisnis dan menentukan bagaimana sebaiknya menciptakan nilai bagi konsumennya. Dengan menciptakan nilai bagi konsumennya akan membangun loyalitas konsumen dan mempertahankannya.

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pengajuan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. “penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat” (Sugiyono, 2008:36). “Desain penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory serearch*) yaitu menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya” (Umar, 2008:166).

Rancangan penelitian yang dijelaskan adalah bersifat kuantitatif yakni “penelitian asosiatif (*explanatory serearch*), penelitian asosiatif yaitupenelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat serta besarnya arah hubungan yang terjadi” (Umar, 2008:166).

Menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari dua variabel penetapan harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan, dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda, dengan menggunakan teknik tersebut akan diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang secara persial dan simultan antara variabel independen (X) yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal. “Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut” (Mudrajad, 2009:148).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. “data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”(Sugiyono, 2012:193). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner oleh responden yaitu pemasok yang mengirim/menjual kayunya ke UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Sunyoto, 2013:130).

Dalam penelitian ini populasinya adalah pemasok yang datang dan melakukan penjualan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang periode Bulan Maret sampai dengan Mei 2018.

“Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi. Teknik yang digunakan adalah *Sample Random Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sample dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel” (Sugiyono, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Laki-laki	30	100%
Perempuan	0	0%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Data tersebut menunjukkan bahwa dari 30 responden yang terpilih, 30 orang atau 100% adalah laki-laki dan 0 orang atau 0% adalah perempuan. Jumlah data tersebut menunjukkan bahwa semua responden adalah laki-laki.

Tabel 2
Deskripsi Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
Pegawai Swasta	20	67%
Wiraswasta	7	23%
Lainnya	3	10%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Data tersebut menunjukkan bahwa dari 30 responden yang terpilih, 20 orang atau 67% adalah pegawai swasta, 7 orang atau 23% adalah wiraswasta, dan sisanya 3 orang atau 10% adalah lainnya. Data ini menunjukkan bahwa pegawai swasta yang paling dominan di UD. JATIDIRI 007.

Tabel 3
Deskripsi Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah	Prosentase (%)
21 – 29 Tahun	14	47%
30 – 39 Tahun	11	37%
40 – 49 Tahun	4	13%
Di atas 50 Tahun	1	3%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Data tersebut menunjukkan bahwa dari 30 responden yang terpilih 14 orang atau 47% adalah usia 21-29 tahun, 11 orang atau 37% adalah 30-39 tahun, 4 orang atau 13% adalah usia 40-49 tahun, dan 1 orang atau 3% adalah usia diatas 50 tahun. Data ini menunjukkan bahwa usia 21-29 tahun yang paling mendominasi di UD. JATIDIRI 007.

Uji Validitas

Variabel harga mempunyai 4 item pernyataan dimana semua pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r hitung > 0.3 . Variabel kualitas produk mempunyai 4 item pernyataan dimana semua pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r hitung > 0.3 . Variabel loyalitas pelanggan mempunyai 4 item pernyataan, dan semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r hitung > 0.3 .

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

No.	Kuesioner	r hitung	r minimal	Sig.	Ket.
1	Harga (X1)				
	- pernyataan 1	0.469	0.3	0.009	Valid
	- pernyataan 2	0.388	0.3	0.034	Valid
	- pernyataan 3	0.508	0.3	0.004	Valid
2	Kualitas Produk (X2)				
	- pernyataan 1	0.700	0.3	0.000	Valid
	- pernyataan 2	0.709	0.3	0.000	Valid
	- pernyataan 3	0.700	0.3	0.000	Valid
3	Loyalitas Pelanggan (Y)				
	- pernyataan 1	0.659	0.3	0.000	Valid
	- pernyataan 2	0.679	0.3	0.000	Valid
	- pernyataan 3	0.614	0.3	0.000	Valid

	- pernyataan 3 - pernyataan 4	0.451	0.3	0.012	Valid
--	----------------------------------	-------	-----	-------	-------

Sumber : Data primer diolah, 2018

Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas untuk variabel harga (X1) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien harga sebesar 0,637. Menurut pendapat Yohanes Antón Nugroho (2011:33), koefisien sebesar 0,637 masuk dalam kriteria reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel harga ini merupakan kuesioner yang cukup handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan.

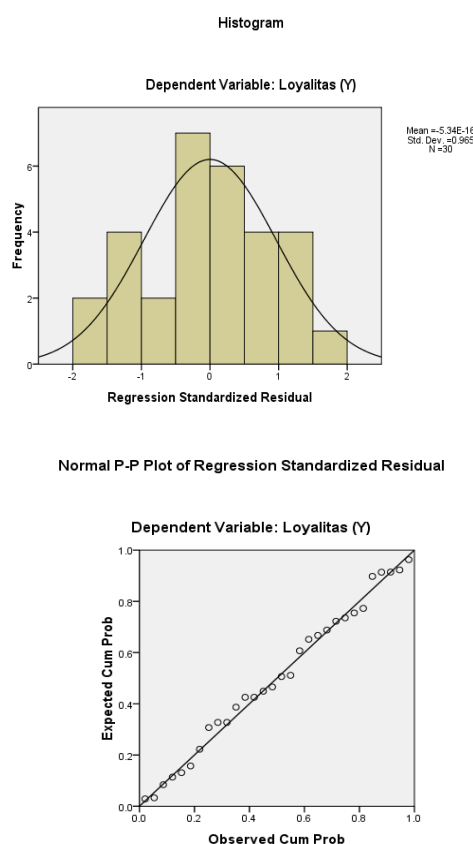
Tabel 5
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Harga	0.637	0.601 – 0.80	Reliabel
Kualitas Produk	0.789	0.601 – 0.80	Reliabel
Loyalitas pelanggan	0.705	0.601 - 0.80	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018

Hasil Uji Normalitas

Gambar 1
Pengujian Normalitas



Sumber: Hasil Analisis Data Dengan SPSS 16

Distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah (Lupiyoadi dan Ikhsan 2015:134). Dan jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Santoso, 2012:361). Hasil pengujian menunjukkan nilai mean, median, dan mode mengumpul di satu titik tengah dan titik-

titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Tabel 6
Rekapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas

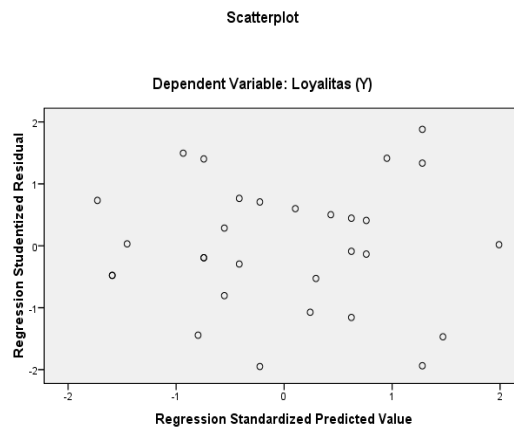
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,919	1,089	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Produk	0,919	1,089	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Analisis Data Dengan SPSS 16

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.507	5.131		1.463	.155		
Harga (X1)	.305	.267	.218	1.140	.264	.919	1.089
Produk (X2)	.193	.241	.153	.801	.430	.919	1.089

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut: $Y = 7,507 + 0,305 (X1) - 0,193 (X2) + e$.

Tabel 8
Uji t
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.507	5.131		1.463	.155		
Harga (X1)	.305	.267	.218	1.140	.264	.919	1.089
Produk (X2)	.193	.241	.153	.801	.430	.919	1.089

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing - masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = $30 - 2 - 1 = 27$, maka diperoleh t tabel = $\pm 2,048$.

Tabel 9

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.012	2	5.006	1.341	.278 ^a
	Residual	100.788	27	3.733		
	Total	110.800	29			

a. Predictors: (Constant), Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2018

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F_{tabel} . Hasil F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = $30 - 2 - 1 = 27$, maka diperoleh $F_{tabel} = 2,73$.

Tabel 10
Koefisien Determinasi
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.301 ^a	.090	.023	1.932

a. Predictors: (Constant), Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,090 Hal ini berarti 09,0% loyalitas pelanggan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk sedangkan sisanya 91,0% loyalitas pelanggan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh harga terhadap loyalitas menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang

Dalam penelitian ini harga tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dikarenakan harga bukan faktor utama pelanggan untuk menjadi loyal. Loyalitas pelanggan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang tidak dapat diukur dengan harga yang ditetapkan oleh UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang, melainkan kemampuan pelanggan itu sendiri dalam memenuhi kebutuhannya. Meskipun harga yang ditetapkan oleh UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang pada setiap produk yang tersedia dengan UD lainnya, pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini tetap melakukan pengiriman di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang, karena hampir semua kebutuhan responden tersedia di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, apabila dilihat dari segi harga, pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini tidak loyal akan harga yang ditetapkan. Harga yang ditetapkan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang relatif sama dengan UD lainnya. Tetapi pelanggan tetap melakukan pengiriman di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang bukan melihat dari segi harga, melainkan melihat dari kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Dalam penelitian ini kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan kualitas produk bukan faktor utama pelanggan untuk menjadi loyal.

Pembahasan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Hal ini berarti kedua variabel harga dan kualitas produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang terjadi karena adanya harga dan kualitas produk yang bersaing dengan UD lainnya. Secara bersama-sama (simultan) kedua variabel independen ini yaitu harga dan kualitas produk menunjukkan pengaruh yang tidak cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 09,0% dimana sisanya 91,0% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam hal ini, harga menjadi hal yang paling sensitif untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa loyal akan harga dan kualitas produk dari UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang akan memberikan beberapa manfaat, antara lain: pengaruh antara UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang dengan pelanggan agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mourth*) yang menguntungkan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang. Yang dimaksud dengan rekomendasi dari mulut ke mulut ini, yaitu apabila pelanggan merasa loyal terhadap harga serta kualitas produk yang diberikan oleh UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang, maka secara tidak langsung pelanggan tersebut akan merekomendasikan kepada pelanggan atau konsumen lain untuk melakukan pembelian di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Atas kondisi ini disarankan kepada pihak UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang untuk tetap menjaga harga yang dapat memenuhi harapan pelanggan serta kualitas produk yang diberikan. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dimana pelanggan melakukan transaksi ulang secara teratur, selalu berharap agar konsumen membeli produk yang dibutuhkan di UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang, serta merefrensikan kepada orang lain dan tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang baik secara persial maupun simultan, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- i. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini menunjukkan bahwa secara parsial signifikan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.
- j. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini menunjukkan bahwa secara parsial signifikan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.
- k. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini menunjukkan bahwa secara simultan signifikan harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- f. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu disarankan kepada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang untuk mempertahankan harga terhadap barang yang sehingga dapat mempertahankan pelanggan agar tidak berpaling kepada UD lainnya.
- g. Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu disarankan kepada UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang untuk tetap mempertahankan kualitas produk yang baik lagi bagi seluruh pelanggan UD. JATIDIRI 007 Purwosono Lumajang.
- h. Penelitian lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang loyalitas pelanggan harus dapat mengembangkan penelitiannya dengan variabel yang berbeda dari penelitian yaitu selain variabel harga dan kualitas produk, karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar penelitian lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (B. Sarwiji, Ed.) (Bahasa Ind). Yogyakarta: PT Mancanan Jaya Cemerlang.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sumarwan, U., Djunaidi, A., Aviliani, Singgih, R., Sayono, J. A., Budidarmo, R. R., & Rambe, S. (2009). *Pemasaran Strategik*. (N. Aulia & E. Rusniati, Eds.) (1st ed.). Jakarta Timur: Inti Prima Promosindo.
- Sunyoto, D. (2014b). *Studi Kelayakan Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Utama, G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. (A. Ari, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wahyuni, H. C., Sulistiyowati, W., & Khamim, M. (2015). *Pengendalian Kualitas* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Karyawan Mustikatama Di Lumajang

Afiqotul Fitri¹

STIE Widya Gama Lumajang
email : afiqotulf550@gmail.com

Mokhamad Taufik²

STIE Widya Gama Lumajang
email : mtaufikwiga@gmail.com

Ainun Jariah³

STIE Widya Gama Lumajang
email : anjar040820@gmail.com

Abstrak

Koperasi Karyawan Mustikatama disingkat menjadi KKMT, merupakan bagian dari pasar modern yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya. Kenyamanan dalam suasana toko pada KKMT tersebut yaitu kesabaran dari karyawan dalam merapikan barang-barang setelah diacak-acak pembeli, terdengar alunan musik yang santai, kemudian tata letak produk yang rapi, kebersihan ruangan, pendingin beserta pengharum ruangan. Harga jualnya juga *standart* dan sedikit lebih murah dari toko swalayan lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara parsial dan simultan. Jumlah responden 40 orang yang melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Dengan metode analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya keragaman produk dan persepsi harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisiendeterminasi sebesar 0,792.

Kata Kunci: suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga

Abstract

Mustikatama Employee Cooperative abbreviated as KKMT, is part of the modern market that provides a variety of daily needs products both basic and other needs. Convenience in the atmosphere of the shop at the KKMT is the patience of employees in tidying up goods after ransacked buyers, sounds the music relaxed, then the layout of a neat product, cleanliness of the room, coolers and air freshener. The selling price is also standard and slightly cheaper than other supermarkets. The purpose of this research is to know the influence of store atmosphere, product diversity, and perception of price as partial and simultaneous. Number of respondents 40 people who made purchases at KKMT in Lumajang. With multiple linear regression analysis method, the result of research indicate that partially only product diversity and price perception influence to purchase decision. While simultaneously store atmosphere, product diversity, and price perception have an effect on purchasing decision. This is evidenced by the coefficient determination of 0.792.

Keywords: Store Atmosphere, Product Diversity, And Price Perception

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, sehingga membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Koperasi Karyawan Mustikatama disingkat menjadi KKMT, yang memberikan pelayanan, khususnya terhadap karyawan

mustikatama dan masyarakat pada umumnya. KKMT merupakan bagian dari pasar modern yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya.

Alasan melakukan penelitian mengenai suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, karena menurut pengamatan kami suasana toko dan keberagaman produk pada KKMT sangat menarik disebabkan swalayan ini menyediakan kebutuhan pokok sandang dan pangan bagi masyarakat dan dikemas dengan *layout* yang bisa terjangkau. Sedangkan persepsi harga menjadi pengamatan kami juga karena beberapa pembeli banyak yang berpendapat bahwa harga pada swalayan ini sangat murah dibanding swalayan lainnya. Alasan KKMT dijadikan tempat penelitian karena meskipun swalayan ini baru berdiri tetapi setiap hari tidak pernah sepi pengunjung dibuktikan dengan tempat parkir yang disediakan selalu penuh baik oleh sepeda motor atau mobil.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Karyawan Mustikatama Di Lumajang”.

KAJIAN PUSTAKA

Suasana Toko

Suasana toko (*store atmosphere*) adalah “suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli” (Kotler & Keller, 2007:177).

Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan “kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, *temperature*, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen” (Utami, 2017:322). Konsumen akan lebih memilih tempat yang memberikan atau menawarkan suasana toko yang nyaman, menarik, fasilitas yang lengkap untuk tempat berbelanja.

Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat disimpulkan suasana toko adalah satu penataan lingkungan yang dirancang untuk membuat konsumen merasa nyaman dalam belanja.

Ciri-ciri *Atmosphere* Toko

Ciri-ciri *Atmosphere* toko diantaranya:

1. Eksterior toko meliputi keseluruhan bangunan fisik yang dapat dilihat dari luar, bentuk bangunan, warna, model. Tujuannya adalah agar konsumen bisa membayangkan seperti apa toko yang akan dibeli.
2. Bagian depan toko ini harus ditata dengan rapi, indah, dan mengesankan calon konsumen. Karena bagian depan ini merupakan sorotan pertama.
3. Etalase harus menarik. Barang ditata secara beraturan dan rapi serasi warna dan bentuknya.
4. Suasana sekeliling toko, apakah banyak toko lain atau tidak. Apabila banyak toko lain berakibat munculnya persaingan.
5. Sarana parkir. Apakah tersedia cukup lahan, keteraturan dan keamanan parkir. Apakah gratis atau membayar sesuai dengan jam kita parkir.
6. Unsur interior menyangkut banyak hal seperti desain, estetika, penerangan, warna, suara dan sebagainya (Alma, 2011:62).

Keragaman Produk

Produk dalam perspektif pemasaran adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan (*attention*), dimiliki (*acquisition*), digunakan (*use*), atau dikonsumsi (*consumption*), dan dapat diberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pasar” (Amirullah & Hardjanto, 2005:136).

Keragaman produk (*Product Assortment*) adalah “kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual” (Kotler & Keller, 2007:15).

Keragaman produk adalah “kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu” (Kotler & Keller, 2009:15).

Berdasarkan pengertian keragaman produk diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah beraneka macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari segala merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut pada pusat perbelanjaan.

Klasifikasi Produk

Suatu produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok besar, yaitu:

1. Produk Konsumen (*consumer product*) adalah produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Produk mencakup produk sehari-hari (*convenience products*), produk shopping (*shopping products*), produk khusus (*specialty products*) dan produk yang tidak dicari (*unshought products*).
2. Produk Industri merupakan barang yang dibeli oleh individu atau organisasi (perusahaan) untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam melakukan bisnis (Amirullah dan Hardjanto, 2005:136).

Persepsi Harga

Persepsi adalah “proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti” (Kotler & Keller, 2007:228).

Harga merupakan “penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud” (Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Harga adalah “jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa” (Kotler & Armstrong, 1996 dalam Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan persepsi harga adalah pandangan seseorang atau konsumen dalam melihat harga dilihat dari tinggi rendahnya harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Tujuan Ketetapan Harga

Tujuan ditetapnya harga pada sebuah produk adalah untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

- e. Mendapatkan posisi pasar. Seperti contoh penggunaan harga rendah untuk mendapatkan penjualan dan pangsa pasar.
- f. Mencapai kinerja keuangan. Harga-harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan seperti kontribusi laba dan arus kas. Harga yang terlalu tinggi mungkin tidak dapat diterima oleh para pembeli.
- g. Penentuan posisi produk. Harga dapat digunakan untuk meningkatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lain.
- h. Mempengaruhi persaingan. Manajemen mungkin ingin menghambat para pesaing yang sekarang untuk tidak dapat masuk ke pasar atau untuk tidak melakukan pemotongan harga (Amirullah & Hardjanto, 2005:146).

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah preferensi konsumen atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai”.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Sumarwan (2011:357) mendefinisikan bahwa “keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”.

Menurut Sumarwan (2011:377) bahwa “keputusan pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya”.

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan atau proses evaluasi untuk memilih dan membeli suatu produk.

Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:184) menyatakan bahwa “proses psikologis dasar memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka”.

Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Riset pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian. Lima tahap proses keputusan pembelian:

1. Pengenalan masalah
Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencarian informasi
Konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas.
3. Evaluasi alternatif
Beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi: pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan inti.
4. Keputusan pembelian
Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan.
5. Perilaku pasca pembelian
Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:99) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel independen (X) yaitu suasana toko (X_1), keragaman produk (X_2) dan persepsi harga (X_3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini berada pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang. Obyek yang dipilih dalam penelitian variabel independen ini adalah suasana toko (X_1), keragaman produk (X_2), dan persepsi harga (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

SUMBER DAN JENIS DATA

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Sumber data eksternal adalah menurut Suryani dan Hendryadi (2015:171) "Sumber data Eksternal merupakan data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan di luar sebuah organisasi".

b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data Primer menurut Suryani dan Hendryadi (2015:171). "Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya".

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pembeli pada KKMT di Lumajang.

Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah pembeli pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang periode Bulan Maret sampai Mei 2018.

b. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

- Survey
- Wawancara
- Kuisisioner
- Observasi
- Dokumentasi
- Studi Pustaka

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian terdiri dari 3 (tiga) variabel independen (X) yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

- Pengaruh Suasana Toko (X_1)
- Pengaruh Keragaman Produk (X_2)
- Pengaruh Persepsi Harga (X_3)

b. Variabel Dependen

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya KKMT Di Lumajang

Koperasi Karyawan Mustikatama atau disebut KKMT diresmikan pada tanggal 06 Juni 2015 oleh Bapak H. Iskandar Abdullah yang beralamatkan di Jl. Gajah Mada Lumajang. Tujuan koperasi ini didirikan adalah hanya memberikan pelayanan jasa pinjam dan penjualan barang-barang konsumsi yang dikhususkan untuk karyawan perusahaan Mustikatama. Disadari atau tidak keberadaan unit usaha ini sangat membantu karyawan, khususnya anggota koperasi ini dan sebagai suatu upaya untuk menolong diri sendiri secara bersama-sama. Oleh karena itu dasar *self help and cooperation* atau *individualitet* dan *solidaritet* selalu disebut bersamaan sebagai dasar pendirian koperasi. Sejak berdirinya unit itulah gerakan koperasi kembali memperbaharui tekadnya dengan menyatakan keinginan untuk lebih maju, seiring dengan bertambahnya kebutuhan anggota dan masuknya keanggotaan baru, dengan terbentuknya unit usaha baru dibidang penjualan barang-barang konsumsi serta kebutuhan rumah tangga lainnya.

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
n = Jumlah observasi / responden
X = Skor pertanyaan
Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008:134) menyatakan bahwa “syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid”.

b. Pengujian Realibitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. (Sugiyono, 2008: 137).

Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

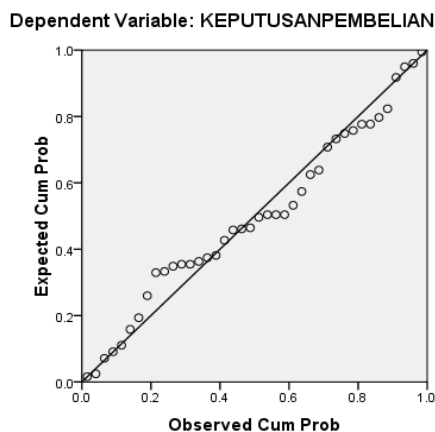
Hasil Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

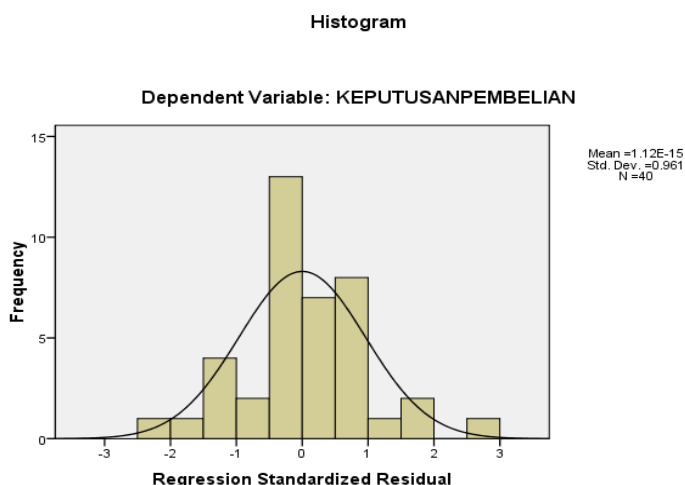
Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal. Berikut adalah hasil pengujian normalitas data penelitian:

Normal Probability Plot dan Grafik Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1
Hasil Pengujian Normalitas Data



Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2018

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa dari 40 responden diperoleh nilai mean sebesar 1,12 dengan standart deviasi 0,961 dan titik puncak tepat berada di titik tengah atau tepat diangka 0. Hal ini berarti model regresi tersebut sudah berdistribusi normal. Jika mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang berkumpul di satu titik tengah maka persyaratan normalitas terpenuhi (Mudrajad Kuncoro, 2007:94). Dan jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Singgih Santoso, 2012:361). Hasil pengujian menunjukkan nilai mean,median, dan mode berkumpul di satu titik tengah dan titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ni berarti bahwa model regresi tersebut sudah tersebut berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas data menunjukkan bahwa pada grafik *normal probability plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, begitu pula pada grafik hitrogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Pengujian Multikolinieritas

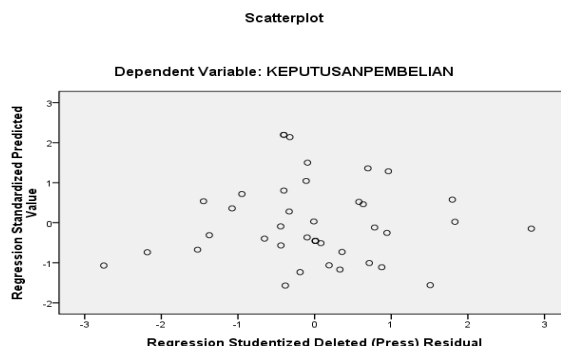
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Suasana Toko (X_1)	0,551	1,814	Bebas Multikolinieritas
Keragaman Produk (X_2)	0,551	1,956	Bebas Multikolinieritas
Persepsi Harga (X_3)	0,777	1,287	Bebas Multikolinieritas

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.644	3.257		-.812	.422		
	SUASANATOKO	.121	.073	.229	1.674	.103	.551	1.814
	KERAGAMANPRO DUK	.469	.183	.365	2.564	.015	.511	1.956
	PERSEPSIHARGA	.775	.240	.373	3.233	.003	.777	1.287

a. Dependent Variable:
 KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -2,644 + 0,121X_1 + 0,469X_2 + 0,775X_3$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- 2,644 = Konstanta
- 0,121 = Koefisien Suasana Toko
- 0,469 = Koefisien Keragaman Produk
- 0,775 = Koefisien Persepsi Harga
- X₁ = Suasana Toko
- X₂ = Keragaman Produk
- X₃ = Persepsi Harga

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai *constant* sebesar -2,644 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian sama dengan -2,644 jika nilai dari variabel suasana toko (X_1), keragaman produk (X_2) dan persepsi harga (X_3) sama dengan 0.
- b. Koefisien variabel suasana toko (X_1) sebesar 0,121 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel suasana toko akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,121 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel suasana toko akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,121, dengan asumsi variabel X_2 yaitu keragaman produk adalah konstan.
- c. Koefisien variabel keragaman produk (X_2) sebesar 0,469 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel keragaman produk akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,469 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel keragaman produk akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,469, dengan asumsi variabel X_1 yaitu suasana toko adalah konstan.
- d. Koefisien variabel persepsi harga (X_3) sebesar 0,775 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel keragaman produk akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,775 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel persepsi harga akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,775 dengan asumsi variabel X_3 yaitu persepsi harga adalah konstan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu suasana toko diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,674$ dengan signifikan 0,103. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t_{hitung} (1,619) terletak di daerah terima H_0 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,103 yang berada di atas batas signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana toko yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu keragaman produk nilai $t_{hitung} = 2,564$ dengan signifikansi 0,015. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t_{hitung} (2,564) terletak di daerah terima H_0 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,015 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Hasil uji t pada variabel X_3 yaitu persepsi harga nilai $t_{hitung} = 3,233$ dengan signifikansi 0,003. Dengan menggunakan batas signifikan 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,024$. Ini berarti t_{hitung} (3,233) terletak di daerah terima H_0 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,003 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai F hitung = 20,202 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 2,87. Ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). "Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase" (Singgih Santoso, 2012:355).

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.792 ^a	.627	.596	1.71429	.627	20.202	3	36	.000

a. Predictors: (Constant), PERSEPSIHARGA, KERAGAMANPRODUK, SUASANATOKO

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) yang diperoleh sebesar 0,792. Hal ini berarti 0,627 keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga, sedangkan sisanya yaitu 20,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis deskriptif bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa tiga variabel independen yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang. Penjelasan dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Suasana Toko Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis atas pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa suasana toko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang. Ini berarti suasana toko tidak memberikan peranan yang sangat penting terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang didukung oleh Ramlee, dkk (2014), Supit (2015), Waloejan (2016), Agustina dan Parjono (2017), dan Indah Sulistiorini (2017).

Suasana toko adalah penataan ruangan atau lingkungan yang bertujuan untuk melayani, mempengaruhi dan menarik konsumen agar merasa nyaman dalam berbelanja.

Suasana toko tidak memiliki peran penting dalam mempengaruhi dalam konsumen melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Papan nama pada KKMT di Lumajang terlihat jelas, papan nama terlihat menonjol dengan warna merah yang menyala dan kombinasi warna kuning membuat papan nama KKMT mudah untuk dikenali, tetapi hal ini tidak menjadi alasan pembeli melakukan pembelian pada KKMT. Pembeli memutuskan melakukan pembelian pada KKMT karena isu yang berkembang mengenai murahnya harga produk dan lengkapnya produk yang dijual. Pintu masuk pada KKMT di Lumajang yang cukup sehingga memudahkan akses masuk ke dalam. KKMT memiliki pintu masuk yang cukup untuk lalu lintas konsumen, hal tersebut tidak menjadi alasan bagi pembeli untuk memutuskan melakukan pembelian pada KKMT.

KKMT di Lumajang memiliki fasilitas parkir. fasilitas parkir pada KKMT cukup untuk kendaraan roda 2, sedangkan untuk kendaraan roda 4 masih belum memenuhi criteria. Tetapi hal itu tidak menyurutkan pembeli untuk melakukan transaksi pembelian. Pembeli merasa nyaman saja terkait dengan tempat parkir yang kurang memadai, yang terpenting bagi mereka semua kebutuhan yang diinginkan bisa terpenuhi. KKMT di Lumajang menyediakan gerai untuk bersantai. Gerai untuk bersantai yang disediakan oleh KKMT hanya cukup untuk 5 sampai 6 orang, artinya kursi hanya 6 buah yang tersedia dengan 2 meja. Kondisi seperti ini tidak menjadi penyebab pembeli melakukan transaksi pembelian, karena rata-rata mereka setelah selesai dengan kebutuhan yang diinginkan segera meninggalkan tempat.

Kondisi ruangan pada KKMT di Lumajang selalu bersih. Ruangan KKMT selalu bersih dan penerangan yang memadai, ini tidak menjadi hal yang mempengaruhi pembelian dalam melakukan

pembelian pada KKMT. Aroma ruangan pada KKMT di Lumajang harum. Harum menjadi ciri khas ruangan pada KKMT. Hal ini bertujuan agar pembeli merasa nyaman, tetapi keharuman ruangan tidak menjadi faktor utama mereka untuk melakukan pembelian pada KKMT. Karyawan pada KKMT di Lumajang ramah. Dengan ramahnya seorang karyawan maka akan membuat pembeli cenderung terus melakukan pembelian di KKMT, akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi pembeli.

Pemasangan tanda petunjuk atau informasi mengenai kategorisasi barang misalnya harga pada KKMT di Lumajang memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan. *List* harga ada yang tercantum dan ada yang tidak, hal tersebut tidak mempengaruhi pembeli karena persepsi mereka harga produk yang dijual pasti lebih murah dari yang lain. Jarak antar rak mendukung kelancaran melintas pengunjung pada KKMT di Lumajang, jarak antar rak kurang luas sehingga tidak nyaman bagi pembeli untuk melintas dan berpapasan dengan pembeli lain. Kondisi tersebut tidak merubah keputusan pembeli melakukan pembelian pada KKMT.

Terdapat rak yang tidak begitu tinggi pada KKMT di Lumajang sehingga memudahkan saya untuk mengambil produk yang saya inginkan. Rak yang tidak terlalu tinggi mengindikasikan penataan produk menjadi tidak rapi, karena pembeli merasa kebingungan untuk mencari harga produk yang sesuai dengan produk yang diinginkan. Kondisi tersebut tidak menjadi penghalang bagi pembeli. KKMT di Lumajang menyediakan fasilitas keranjang belanja memudahkan saya membawa beberapa produk. Dengan keranjang belanja pembeli bisa meletakkan barang belanjanya dengan aman dan tidak terjadi kesulitan dalam berbelanja. Fasilitas keranjang yang disediakan KKMT ada 2 tipe yaitu keranjang yang besar dan kecil. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian.

Dengan kondisi diatas tidak menjadi penyebab pengaruhnya pembeli yang melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Karena pembeli mengutamakan harga yang dijual begitu *standart* dan sedikit lebih murah dan sangat terjangkau bukan suasana yang terdapat pada KKMT di Lumajang. Jadi pembeli memutuskan membeli karena harga produk yang disediakan sangat terjangkau.

Pengaruh Keragaman Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis atas pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Penelitian ini mendukung dengan penelitian yang didukung oleh Fure (2013), Supit (2015), Agustina dan Parjono (2017).

Keragaman produk adalah beraneka macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari segala merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut pada pusat perbelanjaan.

Jenis produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang cukup lengkap. Jadi KKMT menyediakan banyak sekali beberapa produk yang diinginkan pembeli namun untuk keperluan pangan yang masih mentah seperti daging, telur masih belum terpenuhi. Jenis merek produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang bervariasi. Dari beberapa merek yang disediakan KKMT kebanyakan dari merek lokal, untuk merek impor hanya kebutuhan sekunder saja. Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada KKMT di Lumajang bervariasi. Pembeli dapat memilih dengan mudah dari banyaknya pilihan ukuran yang disediakan pada rak. Kualitas produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen. Di KKMT sendiri menyediakan barang yang berkualitas, yaitu barang yang masih baru dan bukan barang bekas.

Dengan kondisi tersebut diatas menyebabkan para konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Jenis produk yang disediakan ada berbagai macam dengan berbagai merek dan ukuran serta kualitas produk sesuai keinginan semua konsumen. Yang mana konsumen KKMT bukan hanya karyawan mustikatama tetapi masyarakat pada umumnya.

Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis atas persepsi harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Penelitian ini mendukung dengan penelitian yang didukung oleh Harjati, dkk (2015), Wariki, dkk (2015)

Persepsi harga adalah pandangan seseorang atau konsumen dalam melihat harga dilihat dari tinggi rendahnya harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sangat terjangkau. KKMT mengutamakan harga yang dijual begitu *standart*

dan sedikit lebih murah dan sangat terjangkau. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk. Walaupun harga sangat terjangkau, produk yang dijual tidak pernah melebihi tanggal *expired*. Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara manfaat dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk. Penetapan harga pada KKMT menerapkan kesesuaian antara manfaat produk dengan kualitasnya sehingga menghasilkan perbandingan antara harga dan produk yang memberikan nilai bagi pelanggan.

Dengan demikian harga produk yang disediakan sangat terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, sesuai dengan manfaat diberikan. Hal tersebut yang mempengaruhi pembeli melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Pembeli akan memutuskan membeli karena produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka dan KKMT menyediakan hal tersebut.

Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara bersama variabel yang terdiri dari suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan atau bersama-sama keputusan pembelian.

Hal ini berarti ketiga variabel tersebut yang terdiri dari suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Suasana toko adalah penataan ruangan atau lingkungan yang bertujuan untuk melayani, mempengaruhi dan menarik konsumen agar merasa nyaman dalam berbelanja.

Keragaman produk adalah beraneka macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari segala merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut pada pusat perbelanjaan.

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Yaitu terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual. Oleh karena itu keragaman produk dapat memenuhi kebutuhan tertentu maka produk dapat juga diartikan sebagai nilai yang memberikan kepuasan terhadap pembeli.

Persepsi harga adalah suatu pandangan seseorang tentang kesesuaian harga terhadap produk dan harga produk terhadap kemampuan *finansial* untuk mendapatkan produk tersebut. Dikarenakan persepsi harga setiap orang berbeda-beda, maka dari itu pemasar harus dapat menentukan dengan sesuai harga dengan produk dan memberikan saran yang sesuai dan memiliki solusi yang tepat bagi para calon pembelinya.

Papan nama pada KKMT di Lumajang terlihat jelas. Pintu masuk pada KKMT di Lumajang yang cukup sehingga memudahkan akses masuk ke dalam. KKMT di Lumajang memiliki fasilitas parkir. KKMT di Lumajang menyediakan gerai untuk bersantai. Kondisi ruangan pada KKMT di Lumajang selalu bersih. Aroma ruangan pada KKMT di Lumajang harum. Karyawan pada KKMT di Lumajang ramah. Pemasangan tanda petunjuk atau informasi mengenai kategorisasi barang misalnya harga pada KKMT di Lumajang memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan. Sistem penataan barang atau produk pada KKMT di Lumajang rapi. Jarak antar rak mendukung kelancaran melintas pengunjung pada KKMT di Lumajang. Terdapat rak yang tidak begitu tinggi pada KKMT di Lumajang sehingga memudahkan saya untuk mengambil produk yang saya inginkan. KKMT di Lumajang menyediakan fasilitas keranjang belanja memudahkan saya membawa beberapa produk. Jenis produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang cukup lengkap. Jenis merek produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang bervariasi. Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada KKMT di Lumajang bervariasi. Kualitas produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen. Harga produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sangat terjangkau. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk. Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara manfaat dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk.

Kondisi-kondisi tersebut diatas yang mempengaruhi pembeli memutuskan untuk melakukan pembelian pada KKMT di Lumajang. Suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga harus tetap dijaga oleh perusahaan agar pembeli bukan hanya sekali melakukan pembelian. Tetapi diharapkan bisa berkali-kali bahkan bisa mengajak pembeli lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan antara variabel suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada KKMT di

Lumajang. Dari perumusan masalah penelitian yang diajukan, dan analisis data yang dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang, menunjukkan bahwa hanya suasana toko tidak memiliki pengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.
- b. Hipotesis kedua menyatakan bahwa suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut:

- a. Bagi Swalayan

Diharapkan KKMT di Lumajang dalam menetapkan harga harus yang mudah dijangkau oleh pembeli dan memperbanyak *item* jenis produk serta memperbanyak merek pada setiap item produk yang lebih banyak diminati oleh pembeli.

- b. Bagi penelitian lain yang ingin meneliti lebih lanjut lagi tentang suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga dapat mengembangkan lagi penelitiannya dengan variabel berbeda dari penelitian ini, karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.

Amirullah dan Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. PT. Macana Jaya Cemerlang Kaltan Jawa Tengah.

. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. PT. Macana Jaya Cemerlang: Kaltan Jawa Tengah.

. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Erlangga: Jakarta.

. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Erlangga: Jakarta.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Unit*. (UPP) STIM KYPN: Yogyakarta.

Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Nonparametik*. Skripta Media Creative: Yogyakarta

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan Penerbit*. Alfabeta: Bandung.

Suryani dan hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Edisi pertama. Prenadamedia Group: Jakarta.

Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel*. Edisi 3 penerbit salemba empat Jakarta.

Determinan Faktor Pembeda Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Dita Mandraini¹
STIE Widya Gama Lumajang
email :chanjishipper@gmail.com

Ainun Jariah²
STIE Widya Gama Lumajang
email : anjar040820@gmail.com

Rendra Wirawan³
STIE Widya Gama Lumajang
email : rendrawiga2018@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembeda keputusan pembelian pada pasar tradisional dan pasar modern dengan menggunakan 4 variabel yaitu harga, kualitas pealayan, lokasi dan keberagaman produk. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang yang melakukan pembelian pada pasar tradisonal lumajang dan pasar modern di indomaret kecamatan Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 40 responden untuk masing-masing tempat dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis diskriminan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan keempat variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara signifikan harga, kualitas pelayanan dan keberagaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di kedua pasar. Sedangkan Lokasi tidak signifikan. Hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan sebanyak 43,56% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keberagaman produk, sedangkan sisanya 48,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah produk, distribusi, orang, dan lain sebagainya.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kebeagaman Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the difference in purchasing decisions on traditional markets and modern markets by using 4 variables, namely price, quality of peasayan, location and product diversity. Population in this research is Lumajang society which make purchases at traditional market of lumajang and modern market in Indomaret of Lumajang Subdistrict. This population is heterogeneous that can be seen from the various age and sex with the number of 40 respondents for each place with sampling technique in this study is random sampling. This research uses discriminant analysis method of hypothesis test. The results of this study indicate that the partial or simultaneous four variables affect the purchase decision. Significant price, service quality and product diversity have a significant positive effect on purchasing decision in both market. While Location is not significant. The result of determination coefficient of R^2 shows that 43,56% of consumer purchasing decision can be explained by price variable, service quality, location and product diversity, while the rest 48,2% consumer purchasing decision influenced by other variable not examined in this research. Variables not studied in this research are product, distribution, people, and so forth.

Keywords: Price, Service Quality, Location, Product Diversity, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung

dengan penggunaannya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok.

Pasar berdasarkan manajemen pengelolaannya dibagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern, definisi dari pasar modern atau toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dengan tempat usaha berupa kios, los dan tenda dengan skala usaha kecil, modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Pasar Tradisional dan pasar modern memiliki persamaan, yaitu sama-sama menyediakan kebutuhan masyarakat.

Harga merupakan "penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud" (Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Pada umumnya konsumen akan memilih pasar tradisional yang letaknya strategis, seperti di tengah kota, dekat dengan penduduk tersebut. Masalah lokasi merupakan masalah penting harus dipertimbangkan oleh pengecer. Masalah lokasi tersebut antara lain meliputi masalah banyaknya lokasi, tiga tingkat keputusan mengenai lokasi yang dihadapi oleh para ahli strategi pemasaran adalah seleksi pasar, analisis area, dan evaluasi tempat.

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepastian kepada pelanggan atau sesama karyawan (Kasmir, 2017:47).

Selain itu juga diperlukan keberagaman produk yang lebih banyak. Keragaman produk merupakan jenis dan ukuran produk yang variatif yang dijual oleh sebuah toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepastian kepada pelanggan atau sesama karyawan (Kasmir, 2017:47).

Menurut Kotler dan Keller (2009:240) keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi atas merk-merk yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Perkembangan pasar modern yang begitu pesat memberikan dampak yang secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional selaku pemain lama dalam industri ritel nasional. Kondisi pasar tradisional lebih identik dengan kumuh/becek, semrawut, bau dan sebagainya menambah keterpurukan pasar tersebut. Harga yang murah saja tidak menjadi jaminan bagi pasar tradisional untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang, karena dibalik itu ada pasar modern yang mampu menawarkan harga yang sama bahkan lebih murah dari pasar tradisional. Pelanggan dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar tradisional ke pasar modern, apabila pasar tradisional tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya.

Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian terdahulu, dan batasan masalah yang telah diungkap di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah determinan faktor pembeda mampu membedakan secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional dan pasar modern?
2. Apakah determinan faktor pembeda mampu membedakan secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional dan pasar modern?
3. Dari determinan faktor pembeda manakah yang mampu membedakan secara dominan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional dan pasar modern?
4. Apakah hasil prediksi determinan faktor pembeda dengan menggunakan *analisis discriminant models z score* dapat dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian di pasar tradisional dan pasar modern?

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Buchari Alma (2007:169), menyebutkan bahwa harga, nilai dan utility, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan memuaskan konsumen (satisfaction). Harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah dengan beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Kualitas pelayanan

Menurut American *Society for Quality Control* dalam Ririn Tri Ratnasari dan Astti H Aksa (2011:103-104) “Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat paten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasinya.” Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Lokasi

Menentukan lokasi untuk setiap usaha merupakan tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum usaha dimulai. Lokasi adalah gabungan antara lokasi dan saluran distribusi, yaitu berhubungan dengan cara penyampaian jasa atau produk melalui lokasi yang strategis.

Keberagaman Produk

“Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan” (Kotler & Keller, 2007:4). Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, dan gagasan. Setiap produk secara hierarkis berhubungan dengan produk tertentu lainnya.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah preferensi konsumen atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai”.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Sumarwan (2011:357) mendefinisikan bahwa “keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan keseluruhan prosedur perencanaan dan pelaksanaan penelitian yang meliputi pula prosedur pengumpulan data dan pengolahan data yang telah ditentukan dalam pelaksanaan suatu penelitian seseorang. Peneliti harus menyusun rancangan penelitian yang disesuaikan dengan jenis dan tujuan penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal.

Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) “objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Lokasi penelitian ini berada pada pasar tradisional Lumajang dan pasar modern Indomart Suwandak di Lumajang. Obyek yang dipilih dalam penelitian variabel independen ini adalah Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Lokasi (X_3), dan Keberagaman Produk (X_4) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada pasar tradisional Lumajang dan pasar modern Indomart di Lumajang.

Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah pembeli pada pasar tradisional Lumajang dan pasar modern Indomart Suwandak di Lumajang periode Bulan Maret sampai Mei 2018.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2012:118) menyatakan bahwa “*Simple Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka teknik analisis data menggunakan analisis diskriminan. Sebelum melakukan pengujian diskriminan, terlebih dahulu melakukan pengujian instrumen (uji validitas dan reliabilitas) dan uji asumsi klasik (uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas).

Model Analisis

Model analisis yang digunakan untuk membedakan dan melakukan prediksi terhadap perbedaan dengan menggunakan variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk dalam penelitian ini adalah model *multivariate discriminant analysis* yang menggunakan metode langsung dan menghasilkan fungsi diskriminan sebagai berikut :

1. **Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients**
2. **Unstandardized Canonical Discriminant Function Coefficients**

Model Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk mempunyai perbedaan yang signifikan secara simultan antara yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional lumajang dan pasar modern indomart suwandak, dilakukan dengan menggunakan alat pengujian *Uji Wilk's Lambda* dan Koefisien Determinan.

Pengujian terhadap hipotesis 2 yang menyatakan faktor pembeda yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk mempunyai perbedaan yang signifikan secara parsial antara variabel yang berpengaruh atau tidak terhadap keputusan pembelian pasar tradisional lumajang dan pasar modern indomart suwandak, dilakukan dengan menggunakan alat pengujian yaitu *Test Of Equity Of Group Means*.

Pengujian terhadap hipotesis 3 yang menyatakan bahwa harga adalah faktor yang dominan dalam membedakan keputusan pembelian pada pasar tradisional lumajang dan pasar modern indomart suwandak, dilakukan dengan menggunakan alat pengujian *Test of Equity of Group Means dan Structure Matrix*.

Pengujian terhadap hipotesis 4 yang menyatakan bahwa hasil prediksi dari beberapa variabel pembeda terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional dan modern dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh faktor pada pembelian di pasar tradisional dan modern, dilakukan dengan menggunakan alat analisis dan pengujian *Group Centroid* Untuk Menentukan *Cutting Score*, Hasil Klasifikasi (Classification Result), Pengujian Keakuratan Dengan Menggunakan *Hit Ratio*, Pengujian Kestabilan Dengan Menggunakan *Press's Q*, Menentukan *cut-of point*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Lokasi penelitian adalah pasar baru lumajang yang mewakili pasar tradisional dan Indomaret Suwandak yang mewakili pasar modern.

Hasil Pengumpulan Data

Responden penelitian ini meliputi 40 orang untuk pasar tradisional dan 40 orang untuk pasar modern.

Deskripsi Responden Menurut Umur pada Pasar Tradisional

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	17 – 21 Tahun	5	12,5%
2	22 – 26 Tahun	13	32,5%
3	27 – 32 Tahun	8	20%
4	> 32 Tahun	14	35%
Jumlah		40	100%

Sumber Data : Hasil Pengisian Kuesioner,2018

Dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur 22-26 tahun yaitu sebanyak 13 pembeli atau sebesar 32,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli pada Pasar Tradisional Lumajang lebih banyak yang berumur 22-26 tahun.

Deskripsi Responden Menurut Umur pada Pasar Modern

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
----	------	------------------	------------

1	17 – 21 Tahun	6	15%
2	22 – 26 Tahun	15	37,5%
3	27 – 32 Tahun	8	20%
4	> 32 Tahun	11	27,5%
Jumlah		40	100%

Sumber Data : Hasil Pengisian Kuesioner,2018

Dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur 22-26 tahun yaitu sebanyak 15 pembeli atau sebesar 37,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli pada Pasar Modern lebih banyak yang berumur 22-26 tahun.

Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin pada Pasar Tradisional

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	14	35%
2	Perempuan	26	65%
Jumlah		40	100%

Sumber Data : Hasil Pengisian Kuesioner,2018

Responden yang menyatakan menurut jenis kelamin pada Pasar Tradisional diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden perempuan yaitu sebanyak 26 pembeli atau sebesar 65%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli pada Pasar Tradisional Lumajang adalah perempuan.

Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin pada Pasar Modern

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	16	40%
2	Perempuan	24	60%
Jumlah		40	100%

Sumber Data : Hasil Pengisian Kuesioner,2018

Responden yang menyatakan menurut jenis kelamin pada Pasar Modern diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden perempuan yaitu sebanyak 24 pembeli atau sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli pada Pasar Modern Lumajang adalah perempuan.

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisa faktor hasil output SPSS 16. Dari keempat variabel independen dan variabel dependen semua pernyataan dinyatakan valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas data yang digunakan dalam penelitian ini digunakan pengolahan data melalui SPSS.

Rekapitulasi hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel pada tabel-tabel di atas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.38
Hasil Pengujian Reliabilitas pasar tradisional dan pasar modern

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Harga (X ₁)	0,743	0,601 – 0,80	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,823	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,517	0,401 – 0,60	Cukup reliabel
Keberagaman Produk (X ₄)	0,604	0,601 – 0,80	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,799	0,601 – 0,80	Reliabel

Sumber Data: Hasil Pengelolaan Data Kuesioner dengan SPSS, 2018

Hasil Pengujian Asumsi Dasar Diskriminan

Hasil Pengujian Normalitas Data

Asumsi yang mendasari penggunaan analisis diskriminan adalah data harus berdistribusi normal untuk variabel independen. Untuk menguji apakah data yang digunakan telah memenuhi asumsi tersebut, maka dalam penelitian ini digunakan *normal probability plot pada output SPSS*

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Selain data harus berdistribusi normal, asumsi lain yang mendasari analisis diskriminan adalah data harus terbebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independent, yang dapat mempengaruhi koefisien yang dihasilkan dan pada penggunaan model analisis diskriminan.

Fungsi Diskriminan Yang Dihasilkan

Fungsi diskriminan yang distndarisasi yaitu *standardized canonical discriminant function coefficients*

$$Z = 0,820 X_1 - 0,962 X_2 + 0,029 X_3 + 0,459 X_4$$

fungsi diskriminan yang tidak standarisasi (*unstandardized canonical discriminant functio coefficients*)

$$Z = -3,885 + 0,465 X_1 - 0,317 X_2 + 0,021 X_3 + 0,278 X_4$$

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil pengujian pada hipotesis pertama yang menyatakan determinan faktor pembeda yang terdiri dari variabel Harga, Kualitas Pealyanan, Lokasi, Keberagaman Produk mampu dan tidak mampu membedakan secara parsial signifikan keputusan pembelian pada pasar tradisional dan pasar modern di Lumajang, diperoleh hasil pengujian *Uji Wilk's Lambda* dan Koefisien Determinan.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan determinan faktor pembeda yang terdiri dari variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keberagaman Produk mampu dan tidak mampu membedakan secara simultan signifikan keputusan pembelian pada pasar tradisional dan pasar modern di Lumajang diperoleh hasil pengujian dengan menggunakan hasil *Test of Equity of Group Mean*.

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian terhadap hipotesis ketiga yang menyatakan Harga bukan merupakan faktor pembeda yang mampu membedakan secara dominan signifikan keputusan pembelian di pasar tradisional dan pasar modern diperoleh hasil pengujian *Test of Equity of Group Means dan Structure Matrix*.

Hasil Pengujian Keempat

Pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan hasil prediksi dari determinan faktor pembeda pembelian pada pasar tradisional dan pasar modern, diperoleh hasil Group Centroid Untuk Menentukan *Cutting Score dan Hasil Klasifikasi (Classification Result)*, Hasil Pengujian Keakuratan Dengan *Hit Ratio*, Hasil Pengujian Kestabilan Dengan *Press's Q*, Hasil Pengujian Dengan "cut-of point"

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis Pertama

Berdasarkan penelitian hasil hipotesis ini, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dan terbukti kebenarannya bahwa secara simultan keempat variabel mempunyai perbedaan signifikan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keberagaman produk secara simultan berbeda antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Harga produk yang disediakan di kedua jenis pasar tersebut terjangkau bagi para pembeli pada masing-masing jenis pasar. Ada yang berpendapat pembeli di pasar modern berbeda secara ekonomi, sehingga penetapan harga berbeda sesuai dengan jenis pasar.

Pelayanan yang diberikan oleh kedua jenis pasar tersebut dalam melayani pelanggan ramah, sopan santun dan profesional. Pada pasar modern dengan karakter pelanggannya demikian juga dengan pasar modern. Pelayanan yang diberikan di kedua jenis pasar tersebut sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku di kedua jenis pasar tersebut.

Lokasi kedua pasar tersebut terletak ditengah kota yang mudah untuk dilalui jalur transportasi pribadi maupun umum. Lokasi untuk kedua pasar ini sangat strategis berada dekat jalan raya. Lokasi kedua pasar ini teletak dekat dari daerah pemukiman penduduk.

Produk yang disediakan oleh pasar tradisional maupun pasar modern bisa dikatakan cukup lengkap karena beberapa pilihan produk cukup banyak. Produk yang ada pada pasar tersebut menyediakan

berbagai merek yang bervariasi, sehingga pembeli dapat memilih merk sesuai keinginan. Produk yang disediakan juga memiliki ukuran produk yang bervariasi, maksudnya produk dari ukuran terkecil, sedang, besar bahkan sangat besar akan mudah ditemui dikedua pasar tersebut.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Variabel Yang Signikan Secara Parsial

Harga

Harga merupakan variabel penting dalam penjualan yang harus dimiliki setiap pedagang atau penjual dalam Pasar. Dalam penelitian ini variabel Harga secara parsial dan signifikan berbeda antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Variabel Harga yang ditentukan oleh pedagang pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern yang mengacu pada Barang atau Jasa yang ditawarkan sebesar yang ditawarkan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan variabel yang menunjukkan aktivitas atau perilaku penjual terhadap pembeli dalam transaksi jual beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial dan signifikan berbeda antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai positif, artinya semakin besar nilai Kualitas Pelayanan maka semakin besar nilai Z score sehingga kemungkinan besar pembeli pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern, begitu pula sebaliknya semakin kecil nilai Kualitas Pelayanan maka semakin kecil nilai Z score yang berarti semakin rendah peminat pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

Lokasi

Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar modern dan pasar tradisional karena kedua pasar mudah dijangkau semua dan mudah dilalui jalur transportasi. Kedua jenis pasar juga terletak pada lokasi yang strategis dan dekat jalan raya dan dekat dengan pemukiman tetapi meskipun demikian lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada kedua jenis pasar tersebut, karena yang mereka butuhkan semua tersedia di pasar tersebut, meskipun seandainya lokasinya jauh mereka akan tetap berkunjung pada pasar tersebut karena memang butuh dan jarak tidak menjadi masalah bagi konsumen dua jenis pasar tersebut.

Keberagaman Produk

Keberagaman produk berpengaruh pada keputusan pembelian karena jenis produk yang disediakan dikedua jenis pasar cukup lengkap, karena apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen tersedia pada kedua jenis pasar tersebut. Demikian juga jenis merk produk yang disediakan dan ditawarkan kedua jenis pasar tersebut juga bervariasi, selain itu juga ukuran produk yang ditampilkan pada kedua pasar banyak pilihan mulai small, medium dan big artinya semua size tersedia pada kedua jenis pasar tersebut. Dan kualitas produk yang disediakan pada kedua pasar sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga kedua golongan konsumen pada kedua jenis pasar tersebut.

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil yang ditunjukkan dalam struktur matrix juga memperlihatkan bahwa variabel Harga merupakan variabel yang dominan dalam membedakan pembeli di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dibuktikan dengan kedudukannya pada peringkat pertama sebagai variabel yang dominan. Hasil ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa variabel ini merupakan variabel yang dominan membedakan pembelian pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang obyeknya adalah Pasar Tradisional maupun Pasar Modern. Penelitian yang dilakukan pada Pasar menghasilkan profitabilitas sebagai variabel yang dominan dalam membedakan pembeli pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

Hasil Pengujian Keempat

Hasil klasifikasi Pasar seperti yang diperlihatkan pada tabel *classification result*, memberikan hasil bahwa model diskriminasi ini mampu mengklasifikasikan secara benar sebanyak 82,5% dari kasus yang diteliti artinya model diskriminasi mampu memasukan pembeli pada keakuratan 82,5% dalam Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Dengan demikian maka pembeli secara benar telah diprediksi sebesar 82,5% untuk Pasar Tradisional dan 82,5% untuk Pasar Modern.

Dengan menggunakan titik cut-off point, penelitian ini secara terperinci memberikan hasil pengklasifikasian pembeli pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan ditentukannya titik cut-off point dan dibandingkan dengan hasil klasifikasi seperti yang diperlihatkan pada tabel *classification result* maka terbukti bahwa fungsi diskriminasi dengan menggunakan 4 variabel yaitu Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keberagaman Produk secara simultan mampu memprediksi pembeli pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern dengan akurat dan stabil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 yang melakukan pengujian secara simultan, terbukti bahwa variabel yang terdiri dari Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keberagaman Produk memiliki perbedaan yang signifikan secara simultan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern yang secara simultan 4 variabel yang digunakan untuk memprediksi pembeli mampu mempengaruhi pembeli pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern .
- b. Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 yang melakukan pengujian secara parsial, dari keempat variabel yang digunakan untuk memprediksi pembelian terdapat 3 (tiga) variabel yang secara signifikan berbeda antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern yaitu variabel Harga, Kualitas pelayanan dan Keberagaman Produk. Sedangkan variabel yang tidak signifikan dalam membedakan pembelian pada kedua pasar tersebut adalah variabel Lokasi.
- c. Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 yang mencari variabel yang dominan dalam membedakan pembelian pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern, terbukti bahwa variabel Harga merupakan variabel yang dominan dalam pembelian. Harga adalah variabel pembeda utama dalam pembelian pada kedua pasar tersebut. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa Harga adalah variabel yang dominan membedakan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern dan cukup konsisten dengan pernyataan beberapa penelitian terdahulu.
- d. Hasil pengujian terhadap hipotesis 4 yang menguji kemampuan model dan 4 variabel pembeda tersebut memprediksi perbedaan pembelian, terbukti bahwa variabel pembeda tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pembelian pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern secara akurat dan stabil. Fungsi diskriminan yang dihasilkan penelitian ini secara simultan terbukti akurat dan stabil. Model diskriminan yang dihasilkan juga mampu mengklasifikasikan secara benar kasus yang diteliti, dengan demikian maka keputusan pembelian secara benar telah diprediksi baik Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Keterbatasan penelitian ini yaitu tidak semua variabel yang dipergunakan, maka pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan ini sehingga diperoleh hasil yang akurat.

Bagi Pasar Tradisional dan Pasar Modern

- 2) Bagi Pasar Tradisional maupun Pasar Modern kurangnya produk yang disuguhkan pada pembeli hendaknya untuk lebih diperhatikan untuk menambahkan beberapa produk yang tidak lengkap, serta keseragaman harga yang sering kali kita jumpai berbeda dengan beberapa stand/lapak sekitar. Pelayanan yang dilakukan beberapa pedagang pada pasar tradisional sedikit berbeda dari pasar modern hal itu menjadi pertimbangan bagi para pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kedua. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Unit Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.

Agustina, Lela. 2017. *Pengaruh Suasana Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toserba Maya di kec. Randublatung Kab. Blora*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Vol. 1.Nomer 1.Universitas Negeri Surabaya.

Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In business*.Edisi pertama, cetakan pertama. Mitra Wacana Media: Jakarta.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.

Amirullah dan Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Graha Ilmu: Yogyakarta.

- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi: Bandung.
- Dharmmesta B.S dan Handoko T.H. 2011. *Manajemen Pemasaran (analisis perilaku konsumen)*. Edisi pertama. BPFE: Yogyakarta.
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen strategis teori dan aplikasi*. Alfabeta: Bandung.
- Fure, Hendra. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Emba. Vol. 1.Nomer 3. Universitas Sam Ratulangi: Manado.
- Wariki, dkk. 2015. *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Jurnal Emba, Vol. 3.Nomer 2. Universitas Sam Ratulangi.
- Harjati, Lily dan Vanesia, Yurike. 2015. *Pengaruh Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. E-journal Widya Ekonomika. Vol. 1.Nomer 1.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. PT. Macana Jaya Cemerlang Kalten Jawa Tengah.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. PT. Macana Jaya Cemerlang: Kalten Jawa Tengah.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Erlangga: Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Unit*. (UPP) STIM KYPN: Yogyakarta.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Nugroho, Anton Yohanes. 2011. *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Skripta Media Creative: Yogyakarta.
- Ramlee, Noorliyana dan Ismail Said. 2014. *Review on Atmospheric Effects of Commercial Environment*. Procedia-Social and Behavioral Sciences.
- Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Nonparametik*. Skripta Media Creative: Yogyakarta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sulistiorini, Indah. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggiri Samarinda*. E-journal Administrasi Bisnis. Vol. 5. Nomor 2.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan Penerbit*. Alfabeta: Bandung.

Supit, Pratisia Prisilia Tifanny. 2015. The Effect Of Store Atmosphere And Product Packaging Towards Consumer Buying Behavior, At Hush Pupies Store Manado. Jurnal Emba. Vol. 3.Nomer 2.Sam Ratulangi University.

Suryani dan hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*.Edisi pertama. Prenadamedia Group: Jakarta.

Utami, Christina Whidya. 2017 Manajemen Ritel Edisi 3 penerbit salemba empat Jakarta

Waloejan, Nia Anggreini. 2016. *The Infkuence Of Store Atmosphere On Consumer purchase Decision At Kawan Baru Restaurant Mega Mas Manado*. Jurnal Emba. Vol. 4.Nomer 1. University of Sam Rantulangi: Manado.

<https://jayatoserba.wordpress.com/2010/12/06/perbedaan-supermarket-toserba-mall-dan-pusat-perbelanjaan/>.

Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja dan Kinerja Karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang

Isa Lutfianto
STIE WIDYA GAMA LUMAJANG
Email : isalutfianto93@gmail.com

Hesti Budiwati, SE.,MM.
STIE WIDYA GAMA LUMAJANG
Email : hestibudiwati1404@gmail.com

Kusnanto Darmawan, SE.,MM.
STIE WIDYA GAMA LUMAJANG
Email : kusnanto.wiga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan pengembangan karier terhadap prestasi kerja dan kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh pelatihan dan pengembangan karier terhadap prestasi kerja dan kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelatihan tidak berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, variabel pengembangan karier berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, variabel pelatihan tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, variabel pengembangan karier berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, dan variabel prestasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dengan koefisien determinasi sebesar 0,368 yang berarti 36,8% kinerja dipengaruhi oleh prestasi kerja sedangkan sisanya 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,28 yang menunjukkan bahwa 28% prestasi kerja karyawan dipengaruhi oleh pelatihan dan pengembangan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dengan koefisien determinasi sebesar 0,479 yang berarti 47,9% kinerja dipengaruhi oleh pelatihan dan pengembangan karier sedangkan sisanya sebesar 52,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pelatihan, pengembangan karier, prestasi kerja, dan kinerja

Abstract

The purpose of this research is to know the influence of career training and development towards the achievement of work and the performance of the employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang, either partially or simultaneous. This research testing hypothesis stating there the influence of the training and career towards achievement of work and the performance of the employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang. The research method used was multiple linear regression statistical methods. The results showed that the training variables have no effect against the achievements of the work of employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang, career development variables influence on employee accomplishments PT. Arta Central Asian BPR Lumajang, variable training has no effect on performance of employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang, influential career development variables on performance of employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang, and variable effect on work accomplishments the performance of the employees of PT Arta Central Asian BPR Lumajang with the determination of the coefficient of 36.8% 0.368 which means performance is affected by the achievements of the work while the remaining 63.2% is affected by other variables that are not used in this study. While the training and career development variables simultaneously influence on employee accomplishments PT Arta Central Asian BPR Lumajang with coefficients of determination (R^2) of 0.28 indicating that 28% of employee accomplishments influenced by the

training and development while the rest is affected by other variables that are not used in this research, training and career development variables simultaneously affect the performance of the employees of PT Arta Central Asian BPR Determination of coefficient of Lumajang with amounted to 47.9% meaning 0.479 performance is influenced by the training and career development while the rest of 52.1% are affected by other variables that are not used in this study.

Keyword : Job training, career development, work achievement, performance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dan perkembangan ekonomi yang semakin pesat menuntut para pelaku usaha atau perusahaan agar mampu menghadapi tantangan serta menyesuaikan diri di era globalisasi. Globalisasi ditandai dengan perubahan yang pesat pada kondisi diberbagai bidang khususnya bidang ekonomi. Perusahaan harus melakukan inovasi dan menetapkan strategi untuk dapat lebih unggul dari pesaingnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menciptakan dan mengelola sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Suparyadi (2015:304) mengungkapkan bahwa "evaluasi atau penilaian yang dilakukan terhadap kinerja karyawan antara lain akan menghasilkan kesimpulan apakah kinerja karyawan saat ini telah sesuai dengan yang diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan atau belum atau apakah kinerja karyawan saat ini masih memenuhi syarat untuk mencapai sasaran-sasaran baru yang akan dikembangkan oleh perusahaan". Penilaian kinerja karyawan juga menghasilkan kesimpulan tentang faktor-faktor yang menyebabkan kinerja karyawan menjadi tidak sesuai dengan yang diharapkan sehingga sasaran-sasaran yang telah ditetapkan tidak dapat dicapai, antara lain yaitu kurangnya kecakapan karyawan.

Hal lain yang menjadi perhatian perusahaan serta tidak kalah pentingnya dengan kinerja adalah prestasi kerja yang tinggi dari karyawan. Menurut Sutrisno (2009:151) "prestasi kerja adalah sebagai hasil kerja yang telah dicapai seseorang dari tingkah laku kerjanya dalam melaksanakan aktivitas kerja". Informasi tentang tinggi rendahnya prestasi kerja seorang karyawan tidak dapat diperoleh begitu saja, tetapi diperoleh melalui proses yang panjang yaitu proses penilaian prestasi kerja karyawan yang disebut dengan istilah *performance appraisal*.

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan guna meningkatkan kinerja karyawan adalah dengan mengadakan pelatihan. Menurut Mangkunegara (2006:51) "pelatihan ditujukan pada pegawai pelaksana untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis". Tidak hanya pelatihan, perusahaan juga harus melakukan upaya pengembangan karier pada karyawannya. Menurut Mangkunegara (2006:51) "Pengembangan karier ditujukan pada pegawai tingkat manajerial untuk meningkatkan kemampuan konseptual, kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relation*."

Objek pada penelitian ini adalah PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang melayani jasa kredit, deposito, dan tabungan yang dimana masing-masing layanan tersebut memiliki keunggulan tersendiri. Meskipun program pelatihan dan pengembangan karier telah dilakukan, pada kenyataannya tidak semua karyawan mampu menunjukkan prestasi dan kinerja yang masih belum sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Penilaian prestasi kerja yang telah ditetapkan oleh PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang yaitu dengan memberikan penghargaan kepada karyawan dan loyalitas karyawan dalam pencapaian target pada periode tertentu.

Berdasarkan pada uraian konteks persoalan yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian yang berjudul "Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja dan Kinerja Karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang".

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah pelatihan dan pengembangan karier berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap prestasi kerja dan kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang?

Kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan pengembangan karier terhadap prestasi kerja dan kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang baik secara parsial maupun simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut Siswanto (2005:1), "manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Istilah manajemen (*management*) telah diartikan oleh beberapa pihak dengan perspektif yang

berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, keterlaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketata pengurusan, administrasi, dan sebagainya”.

Menurut Bangun (2012:6), “manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan pengelolaan manusia melalui aktivitas-aktivitas organisasi dan fungsi-fungsi operasionalnya. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, penggerakan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja untuk mencapai tujuan organisasi”.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tentang pengertian manajemen sumberdaya manusia diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen sumberdaya manusia adalah seni mengatur sumber daya manusia dalam sebuah organisasi berdasarkan dengan fungsi-fungsi manajemen.

Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan (2000:250) tujuan dari manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menentukan kualitas dan kuantitas karyawan yang akan mengisi semua jabatan dalam perusahaan.
- b. Untuk menjamin tersedianya tenaga kerja masa kini maupun masa depan, sehingga setiap pekerjaan ada yang mengerjakannya.
- c. Untuk menghindari adanya mismanajemen dan tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas.
- d. Untuk mempermudah koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi (KIS), sehingga produktivitas kerja meningkat.
- e. Untuk menghindari kelebihan atau kekurangan karyawan.
- f. Untuk menjadi pedoman dalam Menjadi pedoman dalam
- g. Menjadi dasar dalam melakukan penilaian karyawan.

Fungsi-fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Bangun (2012:7) fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

- a. Pengadaan Sumber Daya Manusia
- b. Pengembangan Sumber Daya Manusia
- c. Pemberian Kompensasi
- d. Pengintegrasian

Pengertian Pelatihan

Rivai dan Sagala (2011:212), “pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan memiliki orientasi saat ini dan membantu pegawai untuk mencapai keahlian dan kemampuan tertentu agar berhasil dalam melaksanakan pekerjaannya”.

Menurut Bangun (2012:202), “pelatihan adalah suatu proses memperbaiki keterampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan. Pada awalnya, pelatihan karyawan diperuntukkan kepada tenaga-tenaga operasional, agar memiliki keterampilan secara teknis. Tetapi, kini pelatihan diberikan kepada tenaga manajerial. Manajemen kini bersama-sama dengan karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan sasaran strategis dalam mencapai tujuan perusahaan”.

Definisi pelatihan dari beberapa ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan adalah suatu proses merubah maupun memperbaiki tingkah laku karyawan guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan. Program pelatihan dilakukan oleh semua perusahaan baik perusahaan berskala kecil maupun perusahaan berskala besar. Tujuan dari diadakannya pelatihan karyawan ini adalah untuk menciptakan karyawan yang berkompentensi tinggi agar mampu mencapai tujuan perusahaan.

Sasaran Pelatihan

Menurut Sutrisno (2009:69) sasaran pelatihan sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan produktivitas kerja
- b. Meningkatkan mutu kerja
- c. Meningkatkan ketepatan dalam perencanaan SDM
- d. Meningkatkan moral kerja
- e. Menjaga kesehatan dan keselamatan
- f. Menunjang pertumbuhan pribadi

Indikator Pelatihan

Ada beberapa indikator pelatihan yang dijelaskan oleh Mangkunegara (2012:86), antara lain:

- a. Jenis Pelatihan
- b. Tujuan pelatihan

- c. Materi
- d. Metode yang Digunakan
- e. Kualifikasi Peserta
- f. Kualifikasi Pelatih

Pengertian Pengembangan Karier

Mangkunegara (2006:51) menjelaskan bahwa “pengembangan karier ditujukan kepada pegawai tingkat manajerial untuk meningkatkan kemampuan konseptual, kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relation*”.

Menurut Sutrisno (2009:70) “pengembangan sumber daya manusia sebenarnya dapat dilihat dari dua aspek, yaitu kuantitas dan kualitas. Pengertian kuantitas menyangkut jumlah sumber daya manusia tanpa disertai dengan kualitas sumber daya manusia yang baik akan menjadi beban bagi perusahaan. Pengembangan sumber daya manusia mempunyai tujuan untuk meningkatkan kualitas profesionalisme dan keterampilan para karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya secara optimal”.

Dari beberapa pengertian pengembangan karier yang dipaparkan oleh beberapa ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan karier adalah sebuah proses meningkatkan kemampuan karyawan guna tercapainya tujuan perusahaan. Pengembangan karier dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka di dalam perusahaan.

Beberapa Faktor Penyebab Perlunya Pengembangan Karier

Suparyadi (2015:238) menjelaskan bahwa ada beberapa alasan atau faktor penyebab mengapa perlu dilakukan program pengembangan karier, antara lain:

- a. Program pensiun karyawan
- b. Karyawan meninggal dunia
- c. Karyawan diberhentikan dari pekerjaan
- d. Karyawan keluar dari organisasi
- e. Rencana pengembangan bisnis dan organisasi
- f. Mempertahankan karyawan
- g. Memantapkan budaya perusahaan
- h. Kepuasan kerja

- a. Mengimplementasikan dan mengevaluasi.

Indikator Pengembangan Karier

Menurut Handoko (2008:131) indikator pengembangan karier adalah sebagai berikut:

- a. Prestasi kerja
- b. *Exposure*
- c. Kesetiaan organisasional
- d. Mentor dan sponsor
- e. Kesempatan-kesempatan untuk tumbuh

Pengertian Prestasi Kerja

Sutrisno (2011:149) menyatakan bahwa “prestasi kerja adalah hasil upaya seseorang ditentukan oleh kemampuan karakteristik pribadinya serta persepsi terhadap perannya terhadap pekerjaan itu”.

Rivai (2005:94) menyatakan bahwa, “prestasi kerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral atau etika”.

Beberapa pendapat mengenai prestasi kerja yang disampaikan oleh beberapa ahli di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa prestasi kerja adalah sebuah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai seseorang selama dia melaksanakan wewenang dan tanggung jawabnya. Prestasi kerja seseorang dapat dilihat setelah melakukan penilaian dari prestasi kerja itu sendiri.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Prestasi Kerja

Menurut Mangkunegara (2006:33) ada beberapa faktor yang memengaruhi prestasi kerja, antara lain:

1. Faktor Kemampuan
2. Faktor Motivasi

Manfaat Penilaian Prestasi Kerja

Adapun manfaat dari penilaian prestasi kerja menurut Martoyo (2007:94) adalah sebagai berikut:

- a. Perbaikan prestasi kerja.
- b. Penyesuaian-penyesuaian prestasi kerja.
- c. Keputusan-keputusan penempatan.
- d. Kebutuhan-kebutuhan latihan dan pengembangan karier.
- e. Perencanaan dan pengembangan karier.
- f. Penyimpangan-penyimpangan proses staffing.
- g. Ketidak akuratan informasional.
- h. Kesalahan-kesalahan desain pekerjaan.
- i. Kesempatan kerja yang adil.
- j. Tantangan-tantangan eksternal.

Indikator Prestasi Kerja

Indikator prestasi menurut Sutrisno (2009:152)

- a. Hasil kerja
- b. Pengetahuan pekerjaan
- c. Inisiatif
- d. Kecekatan mental
- e. Sikap
- f. Disiplin waktu dan absensi

Pengertian Kinerja

Bangun (2012:95) menyatakan bahwa “kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi”.

Siagian (2007:301) mengartikan “kinerja sebagai prestasi atau kemampuan karyawan yang mencakup unsur-unsur keandalan, prakarsa, inovasi, ketelitian, hasil kerja, kehadiran, sikap, kerja sama, kerapian, mutu pekerjaan dan lain-lain”.

Berdasarkan beberapa teori di atas, maka dapat disimpulkan kinerja adalah hasil kerja dari seorang karyawan, dimana ia telah melakukan pekerjaannya dengan keterampilan, waktu, serta tanggung jawabnya.

Faktor yang Memengaruhi Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara (2011:67) faktor-faktor yang memengaruhi kinerja adalah sebagai berikut:

- a. Kemampuan
- b. Motivasi

Dimensi untuk Mengukur Kinerja

Menurut Mangkunegara (2006:18) dimensi yang digunakan untuk mengukur kinerja adalah sebagai berikut:

- a. Hasil kerja
Objek berwujud atau tidak berwujud yang merupakan hasil pelaksanaan kewajiban.
- b. Kerjasama
Suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama.
- c. Kejujuran
Sikap atau sifat seseorang yang menyatakan sesuatu dengan sesungguhnya dan apa adanya, tidak dikurangi ataupun tidak ditambahi.
- d. Tanggung jawab
Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatan yang disengaja maupun tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti berbuat sebagai perwujudan kesadaran dan kewajiban.

Indikator Kinerja

Menurut Bangun (2012:234) indikator dari kinerja antara lain:

- a. Jumlah Pekerjaan
- b. Kehadiran
- c. Kualitas Pekerjaan
- d. Ketepatan waktu
- e. Kemampuan kerja sama

Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja

Pelatihan pada dasarnya merupakan sebuah proses untuk meningkatkan kompetensi karyawan. Di samping itu, program pelatihan tidaklah memperhitungkan apakah perusahaan beskala besar atau kecil. Pelatihan juga bukan merupakan pemborosan mengingat hasil atau manfaatnya jauh lebih besar dari pada biaya atau waktu yang harus disediakan Sutrisno(2009:68).

Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja

Pengembangan karier sebagai suatu proses bagaimana manajemen mendapatkan pengalaman, keahlian dan sikap untuk menjadi atau meraih sukses sebagai pemimpin dalam organisasi mereka. Pengembangan karier memiliki ruang lingkup yang lebih luas dalam upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, kemampuan, sikap dan sifat-sifat kepribadian Rivai dan Sagala (2009:212).

Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja

Pelatihan adalah suatu proses memperbaiki keterampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan. Pada awalnya, pelatihan karyawan diperuntukkan kepada tenaga-tenaga operasional, agar memiliki keterampilan secara teknis. Tetapi, kini pelatihan diberikan kepada tenaga manajerial. Manajemen kini bersama-sama dengan karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan sasaran strategis dalam mencapai tujuan perusahaan Bangun (2012:202).

Pengaruh Pengembangan Karier dengan Kinerja

Pengembangan ditujukan kepada pegawai tingkat manajerial untuk meningkatkan kemampuan konseptual, kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relation* Mangkunegara (2006:51).

Pengaruh Prestasi Kerja dengan Kinerja

Prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikannya Mangkunegara (2006:33).

HIPOTESIS

Berdasarkan definisi variabel penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Ha1 :Terdapat pengaruh pelatihan yang signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha2 :Terdapat pengaruh pengembangan karier yang signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha3 :Terdapat pengaruh pelatihan dan pengembangan karier yang signifikan secara simultan terhadap prestasi kerjakaryawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha4 :Terdapat pengaruh pelatihan yang signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha5 :Terdapat pengaruh pengembangan karier yang signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha6 :Terdapat pengaruh pelatihan dan pengembangan karier yang signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawanPT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

Ha7 :Terdapat pengaruh prestasi kerja yang signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang sebanyak 114 orang, yang terdiri dari 98 karyawan tetap dan 16 karyawan tidak tetap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:68), bahwa: "teknik *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya dapat lebih representatif".

Sampel dalam penelitian ini berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Karyawan bagian pemasaran *Account Officer* dan *Product Officer*, dengan pertimbangan bagian ini prestasi dan kinerjanya bisa diukur secara kuantitatif.
- Karyawan bagian pemasaran *Account Officer* dan *Product Officer* sering mendapatkan pelatihan dibandingkan bagian lain, baik dari internal maupun eksternal bank.
- Pengembangan karier pada bagian ini lebih cepat dibandingkan bagian lain.
- Karyawan tetap pada bagian *Account Officer* sebanyak 24 orang dan karyawan tidak tetap *Account Officer* sebanyak 3 orang.

- e. Karyawan tetap *Product Officer* sebanyak 9 orang dan karyawan tidak tetap *Product Officer* sebanyak 4 orang.

Berdasarkan kriteria yang ditentukan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 karyawan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian yaitu PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang, yaitu data atau informasi yang berkaitan langsung dengan jumlah dan tugas dari karyawan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Menurut Kuncoro (2007: 77) menyatakan bahwa “analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel (Y)”.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah pelatihan (X₁) dan pengembangan karier (X₂). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah prestasi kerja (Y₁) dan kinerja (Y₂).

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian data menggunakan regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik tersebut yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas

Pengujian Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan pengujian secara parsial (Uji t), pengujian secara simultan (Uji F) dan analisis koefisien determinasi (R²).

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENGUJIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.234	4.330		2.594	.014		
	Pelatihan(X1)	.278	.183	.246	1.515	.138	.736	1.359
	Pengembangan(X2)	.385	.175	.359	2.206	.034	.736	1.359

a. Dependent Variable: Prestasi(Y1)

Sumber : Data

diolah SPSS 2018

Tabel 2
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Variabel Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.948	2.908		2.046	.048		
	Pelatihan(X1)	.208	.123	.234	1.695	.099	.736	1.359
	Pengembangan(X2)	.459	.117	.542	3.918	.000	.736	1.359

a. Dependent Variable: Kinerja(Y2)

Sumber :

Data diolah SPSS 2018

Tabel 3
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Variabel Prestasi Terhadap Kinerja
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.308	3.033		3.728	.001		
	Prestasi(Y1)	.368	.113	.466	3.248	.002	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kinerja(Y2)

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t / Parsial)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pelatihan, pengembangan karier, prestasi kerja dan kinerjasecara parsial yang diuji dengan cara signifikan Berdasarkan hasil uji, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

e. Hasil pengujian hipotesis pertama

Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu variabel pelatihan diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,515$ dengan signifikansi 0,138. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Ini berarti $t_{hitung} (1,515)$ terletak antara $\pm 2,024$ yaitu di daerah terima H_0 . Dengan tingkat signifikansi 0,138 yang berada di atas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruhpelatihan yang signifikan terhadap prestasi pada karyawan PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang.Dengan demikian berarti bahwa hipotesis pertama H_a ditolak.

f. Hasil pengujian hipotesis kedua

Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu pengembangan karier diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,206$ dengan signifikansi 0,034. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Ini berarti $t_{hitung} (2,206) > t_{tabel} (2,024)$ yaitu di daerah tolak H_0 . Dengan tingkat signifikansi 0,034 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengembangan karier yang signifikan terhadap prestasi pada karyawanPT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang.Dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua H_a diterima.

g. Hasil pengujian hipotesis keempat

Hasil uji t pada variabel X_1 yaitu pelatihan diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,695$ dengan signifikansi 0,099, dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Berarti $t_{hitung} (1,695)$ terletak antara $\pm 2,024$ yaitu di daerah terima H_0 . Tingkat signifikansi 0,099 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pelatihan yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis ketiga H_a ditolak

h. Hasil pengujian hipotesis kelima.

Hasil uji t pada variabel X_2 yaitu pengembangan karier diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,918$ dengan signifikansi 0,000, dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Berarti $t_{hitung} (3,918) > t_{tabel} (2,024)$ yaitu di daerah tolak H_0 . Tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengembangan karier yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis keempat H_a diterima.

i. Hasil hipotesis ke tujuh.

Hasil uji t pada variabel Y_1 yaitu prestasi diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,248$ dengan signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 2,024. Ini berarti $t_{hitung} (3,248) > t_{tabel} (2,024)$. Dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh prestasi yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis kedua H_a diterima.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4
Hasil Uji F (Uji Simultan)
Variabel Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.812	2	28.406	7.201	.002 ^a
	Residual	145.963	37	3.945		
	Total	202.775	39			

a. Predictors: (Constant), Pengembangan(X2), Pelatihan(X1)

b. Dependent Variable: Prestasi(Y1)

Sumber :

Data diolah SPSS 2018

Tabel 5
Hasil Uji F (Uji Simultan)
Variabel Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.547	2	30.274	17.016	.000 ^a
	Residual	65.828	37	1.779		
	Total	126.375	39			

a. Predictors: (Constant), Pengembangan(X2), Pelatihan(X1)

b. Dependent Variable: Kinerja(Y2)

Sumber: Data diolah SPSS 2018

Pengujian hipotesis uji F ini digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian simultan diperoleh sebagai berikut:

a. Hasil hipotesis ketiga

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 7,201$ dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 3,25. Ini berarti $F_{hitung}(7,201) > F_{tabel}(3,25)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pelatihan dan pengembangan karier secara simultan signifikan terhadap prestasi pada karyawan PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal tersebut berarti H_a diterima.

b. Hasil hipotesis keenam

Hasil Uji F selanjutnya yaitu pengaruh pelatihan dan pengembangan karir terhadap kinerja. Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,016$ dengan tingkat signifikansi 0,000, dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 3,25. Berarti $F_{hitung}(17,016) > F_{tabel}(3,25)$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pelatihan dan pengembangan karier secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal tersebut berarti H_a diterima.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)
Variabel Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Prestasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 ^a	.280	.241	1.986

a. Predictors: (Constant), Pengembangan(X2), Pelatihan(X1)

b. Dependent Variable: Prestasi(Y1)

Sumber : Data diolah SPSS 2018

**Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)
Variabel Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.451	1.334

a. Predictors: (Constant), Pengembangan(X2), Pelatihan(X1)

b. Dependent Variable: Kinerja(Y2)

Sumber : Data diolah SPSS 2018

**Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)
Variabel Prestasi Terhadap Kinerja
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.451	1.334

a. Predictors: (Constant), Pengembangan(X2), Pelatihan(X1)

b. Dependent Variable: Kinerja(Y2)

Sumber : Data diolah SPSS 2018

Menurut Ghazali (2012:97), "koefisien determinasi (R^2) merupakan alat ukur mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.

a. Hasil perhitungan koefisien determinasi variabel pelatihan dan pengembangan karier terhadap prestasi kerja.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,280. Hal ini berarti 28% Prestasi dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pelatihan dan Pengembangan Karier, sedangkan sisanya yaitu 72% Prestasi dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil perhitungan koefisien determinasi variable pelatihan dan pengembangan karier terhadap kinerja.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,479. Hal ini berarti 47,9% Kinerja dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pelatihan dan Pengembangan Karier, sedangkan sisanya yaitu 52,1% Kinerja dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Hasil perhitungan koefisien determinasi variable prestasi kerja terhadap kinerja.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,217. Hal ini berarti 21,7% Kinerja dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Prestasi sedangkan sisanya yaitu 78,3% Kinerja dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa dua variabel independen yaitu Pelatihan dan Pengembangan Karier memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Prestasi dan Kinerja pada karyawan PT.BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Penjelasan dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal ini berarti jika pelatihan yang dilakukan tidak tepat sasaran dan materi yang disampaikan sulit diterima oleh karyawan maka prestasi kerja karyawan akan menurun dan sebaliknya jika pelatihan dilakukan dengan tepat sasaran dan materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh karyawan maka prestasi kerja karyawan akan meningkat, dan sebaliknya.

Tanggapan responden sebagaimana dari hasil pengumpulan data berupa kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat bagus terhadap pelatihan, hal ini menunjukkan pengimplementasian pelatihan di PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dapat dikatakan baik.

Atas kondisi ini maka disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelatihan yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan standar kerja yang harus dilakukan oleh karyawan sehingga karyawan dapat bekerja dengan lebih baik lagi dan dapat meningkatkan prestasi kerjanya.

b. Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pengembangan karier terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal ini berarti jika karyawan diberi kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilannya dalam bekerja, maka tidak menutup kemungkinan prestasi kerja mereka juga akan meningkat.

Saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang yaitu untuk tetap memberikan kesempatan untuk karyawan mengembangkan kemampuan dan keterampilannya, karena setiap karyawan memiliki tingkat kemampuannya sendiri-sendiri. Jika kemampuan dan keterampilan tersebut diasah dengan baik maka mereka akan merasa dihargai dan prestasi mereka juga akan meningkat.

c. Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Secara Simultan Terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari pelatihan dan pengembangan karier secara simultan atau bersama-sama terhadap prestasi kerja karyawan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan. Hal ini berarti kedua variabel tersebut meningkatkan prestasi kerja karyawan. Prestasi kerja yang meningkat dipengaruhi oleh pemberian pelatihan dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilannya dalam bekerja.

d. Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pelatihan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal ini berarti jika karyawan tidak diberi pelatihan dengan instruktur yang memiliki kemampuan menyampaikan materi dengan baik dan karyawan dapat dengan mudah memahaminya, maka kinerja karyawan akan cenderung menurun.

Pelatihan sangat penting untuk dilakukan pada setiap perusahaan. Saat ini pelatihan tidak hanya diberikan untuk karyawan baru saja, karyawan yang masa kerjanya dalam suatu perusahaan sudah cukup lama juga masih patut untuk diberikan pelatihan. Tingkat kemampuan tiap karyawan berbeda-beda. Ada karyawan yang kemampuan maupun keterampilannya meningkat seiring berjalannya waktu,

namun tidak sedikit pula karyawan yang kemampuan maupun keterampilannya menurun. Oleh karena itu, pemberian pelatihan pada semua karyawan harus dilakukan secara berkelanjutan.

e. Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pengembangan karier terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal ini berarti jika karyawan dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilannya dengan baik, maka kinerja mereka juga akan meningkat.

Tanggapan responden sebagaimana dari hasil pengumpulan data berupa kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat bagus terhadap pelatihan, hal ini menunjukkan pengimplementasian pelatihan di PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dapat dikatakan baik.

Saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang atas hasil dari hipotesis ini adalah agar supaya terus memberikan jalan dan kesempatan kepada seluruh karyawan untuk dapat mengasah kemampunan dan keterampilan mereka, sehingga mereka akan termotivasi untuk berkerja dengan baik dan kinerja mereka juga akan meningkat.

f. Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Secara Simultan Terhadap Kinerja

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari pelatihan dan pengembangan karier secara simultan atau bersama-sama terhadap kinerja karyawan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan. Hal ini berarti kedua variabel tersebut meningkatkan kinerja karyawan. Kinerja karyawan yang cenderung meningkat dipengaruhi oleh pemberian pelatihan dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilannya dalam bekerja.

g. Pengaruh Prestasi Kerja Terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari prestasi kerja terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Hal ini berarti jika prestasi kerja mereka meningkat, maka kinerja mereka juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Tanggapan responden sebagaimana dari hasil pengumpulan data berupa kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat bagus terhadap prestasi kerja, hal ini menunjukkan prestasi kerja karyawan di PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang dapat dikatakan baik.

Saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang atas hasil dari hipotesis ini adalah agar supaya terus meningkatkan prestasi kerja tiap karyawan dengan pemberian pengetahuan dan keterampilan yang dapat mereka kembangkan agar mereka bekerja dengan baik demi tercapainya tujuan perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel pelatihan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Variabel pengembangan karier secara parsial berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y_1 = 11,234 + 0,278X_1 + 0,385X_2 + e$. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,280 atau 28%, yang berarti 28% variabel dependen yaitu prestasi kerja karyawan dipengaruhi oleh variabel independen pelatihan dan pengembangan karier, sedangkan sisanya yaitu 72% prestasi kerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini.
- Variabel pelatihan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Variabel pengembangan karier secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y_2 = 5,948 + 0,208X_1 + 0,459X_2 + e$. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,479 atau 47,9%, yang berarti 47,9% variabel dependen yaitu prestasi kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel independen pelatihan dan pengembangan karier, sedangkan sisanya yaitu 52,1% kinerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini.

- i. Variabel prestasi kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.
- j. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y_2 = 11,308 + 0,368Y_1 + e$. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,368 atau 36,8%, yang berarti 36,8% variabel kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel prestasi kerja, sedangkan sisanya yaitu 63,2% kinerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini melalui pembahasan dan penarikan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- a. Variabel pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja, atas kondisi ini maka disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelatihan yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan standar kerja yang harus dilakukan oleh karyawan sehingga karyawan dapat bekerja dengan lebih baik lagi dan dapat meningkatkan prestasi kerjanya.
- b. Variabel pengembangan karier berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja, saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang yaitu untuk tetap memberikan kesempatan untuk karyawan mengembangkan kemampuan dan keterampilannya, karena setiap karyawan memiliki tingkat kemampuannya sendiri-sendiri. Jika kemampuan dan keterampilan tersebut diasah dengan baik maka mereka akan merasa dihargai dan prestasi mereka juga akan meningkat.
- c. Variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja, oleh karena itu disarankan kepada pihak PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang untuk tetap mempertahankan maupun meningkatkan pengadaan pelatihan dan pengembangan karier tiap-tiap karyawannya dengan memperhatikan faktor-faktor atau indikator dari pelatihan dan pengembangan karier untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan.
- d. Sebesar 0,280 atau 28% prestasi kerja dipengaruhi oleh pelatihan dan pengembangan karier, sedangkan sisanya yaitu 72% prestasi kerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- e. Variabel pelatihan tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, pemberian pelatihan pada semua karyawan harus dilakukan secara berkelanjutan. Pemberian pelatihan itu sendiri tidak boleh asal-asalan, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan sebelum pelatihan itu sendiri dilakukan. Faktor-faktor tersebut antara lain, perusahaan harus memperhatikan jenis pelatihan yang akan dilakukan, tujuan dari diadakannya pelatihan, materi yang akan disampaikan, metode yang digunakan, kualifikasi peserta dan kualifikasi dari pemateri. Jika faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan, maka tidak akan ada manfaat yang dapat diambil dari adanya pelatihan, dan kinerja karyawan sulit untuk meningkat.
- f. Variabel pengembangan karier berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang atas hasil dari penelitian ini adalah agar supaya terus memberikan jalan dan kesempatan kepada seluruh karyawan untuk dapat mengasah kemampuan dan keterampilan mereka, sehingga mereka akan termotivasi untuk berkerja dengan baik dan kinerja mereka juga akan meningkat.
- g. Variabel pelatihan dan pengembangan karier secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu disarankan kepada pihak PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang untuk tetap mempertahankan maupun meningkatkan pengadaan pelatihan dan pengembangan karier tiap-tiap karyawannya dengan memperhatikan faktor-faktor atau indikator dari pelatihan dan pengembangan karier untuk meningkatkan kinerja karyawan.
- h. Sebesar 0,479 atau 47,9% kinerja dipengaruhi oleh pelatihan dan pengembangan karier, sedangkan sisanya yaitu 52,1% kinerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- i. Variabel pelatihan berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Saran untuk PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang atas hasil dari hipotesis ini adalah agar supaya terus meningkatkan prestasi kerja tiap karyawan dengan pemberian pengetahuan dan keterampilan yang dapat mereka kembangkan agar mereka bekerja dengan baik demi tercapainya tujuan perusahaan.
- j. Sebesar 0,368 atau 36,8% kinerja dipengaruhi oleh prestasi kerja, sedangkan sisanya yaitu 63,2% kinerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak ada dalam model penelitian ini. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian adalah variabel yang digunakan hanya meliputi variabel pelatihan, pengembangan karier, prestasi kerja, dan kinerja. Masih banyak variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen dan menunjukkan hasil yang lebih signifikan. Responden yang digunakanpun hanya beberapa bagian karyawan PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Leonardo., dan E. M . Sutanto. 2013. Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Haragon Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1 (3): 8
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga
- Bungin, Burhan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Elnaga, Amir., dan A. Imran. 2013. The Effect of Training on Employee Performance. *European Journal of Business and Management*. 5(4): 137.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Pusat Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2012. *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Handoko, T. Hani. 2008. *Manajemen Personalialia Sumber Daya Mausia Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Istijanto. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- _____. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Juliansyah. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mangkunegara, A.P. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- _____. 2011. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- _____. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martoyo, Susilo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPFE.
- Masher,Widyawati. 2015. Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada Inspektorat Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Manajemen*.
- Mukzam, M. D., dkk. 2014. Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Penelitian pada Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 12(1): 8-9).
- Nugroho, Yohanes Anton. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Oduma, Caroline., dan W. Susan. 2014. Influence of Career Development on Employee Performance In The Public University, A Case of Kenyatta University. *International Journal of Social Science Management and Entrepreneurship*. 1(2): 1-16.
- Riduwan. 2011. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzai., dan S. J. Ella. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruhana, Ika., D. Wahyuni., dan H. N. Utama. 2014. Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Prestasi Kerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1): 9.
- Safitri, Devi. 2015. Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Foodmart Lembuswara di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 3 (4): 898-899.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, P. Sondang. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siswanto, Bedjo. 2005. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaefi.2017. Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan.*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 5(1): 16-18.
- Suparyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Trenggonowati.2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Wicaksono, Y. S. 2016. Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Rangka Meningkatkan Semangat Kerja dan Kinerja Karyawan.*Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 3(1): 36-37.

**Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi
Di Pasar Modal
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi STIE Widya Gama Lumajang)**

Nensy Hermawati
STIE Widya Gama Lumajang
email:Nensy.Hermawati1995@gmail.com

Noviansyah Rizal
STIE Widya Gama Lumajang
email:Noviansyah.rizal@gmail.com

Muhammad Mudhofar
STIE Widya Gama Lumajang
email:Muhammad.mudhofar16@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi, return investasi, dan edukasi pembelajaran investasi terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang prodi Akuntansi. Metode pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling. Sampel yang diambil sebanyak 100 mahasiswa. Uji analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 24.0. Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa : pertama variabel manfaat investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi sebesar 0.630 atau 6,30%, kedua variabel modal minimal investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi sebesar 0.877 atau 8,87%, ketiga motivasi investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi sebesar 0.494 atau 4,94%, keempat variabel return investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi sebesar 0,037 atau 37%, kelima variabel edukasi pembelajaran investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi sebesar 0,017 atau 17%.

Kata Kunci : Minat, Investasi, Pasar Modal, Variabel.

Abstract

This study aims to examine whether there is influence between investment benefits, minimum investment capital, investment motivation, investment return, and educational investment education on student investment interest in the capital market. The object of this research is student STIE Widya Gama Lumajang Accounting Program. Sampling method using purposive sampling. Samples taken as many as 100 students. Test data analysis using multiple linier regression method with tool of SPSS 24.0. The result of the test that has been done shows that: first variable of investment benefit do not have significant influence to investment interest variable equal to 0 6,630 or 6,30%, both variable of minimum capital of investment do not have significant influence to investment interest variable equal to 0.877 or 8,87% the three investment motivation does not have significant influence on the investment interest variable of 0.494 or 4.94%, the four investment return variables have a significant influence on the investment interest variable of 0.037 or 37%, the five variables of educational learning have a signifivant influence on the investment interet variable of 0.017 or 17%

Keyword : Interest, Investment, Capital Market, Variable.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi dan teknologi komunikasi yang sangat pesat memberikan begitu banyak kemudahan dalam dunia bisnis. Pasar Modal adalah wadah untuk berinvestasi yang sudah tidak asing lagi di telinga semua kalangan berbagai profesi di Indonesia maupun Mancanegara, Salah satunya di kalangan mahasiswa terutama jurusan Akuntansi. Investasi merupakan salah satu dari instrumen pembangunan yang dibutuhkan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan

kesejahteraan masyarakat, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk investasi yang sering digunakan adalah investasi yang dilakukan di pasar modal.

Menurut Danang (2016) mengatakan, bahwa mahasiswa dapat menjadi potensi besar sebagai investor pasar modal baru. Semakin banyaknya Universitas yang telah bergabung dalam membentuk galeri investasi, dengan demikian banyak investor muda baru dari kalangan mahasiswa juga semakin meningkat, salah satu contohnya telah dibukanya dan bekerja sama dengan Bursa Efek Indonesia, yaitu kampus STIE Widya Gama Lumajang.

Tujuan Penelitian ini untuk "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal (Studi pada mahasiswa prodi akuntansi STIE Widya Gama Lumajang)".

Batasan Masalah

Batasan masalah ini ditekankan pada faktor – faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi STIE Widya Gama Lumajang). Faktor-faktor tersebut mencakup manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi investasi, *return* investasi, dan edukasi pembelajaran investasi.

Rumusan Masalah

Perumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah apakah faktor-faktor manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi, *return* investasi, edukasi pembelajaran investasi mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi, *return* investasi, edukasi pembelajaran investasi mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

KAJIAN TEORI

Investasi Di Pasar Modal

Menurut Suherman (2009:184) secara sederhana investasi dapat di artikan sebagai penanaman modal. Pada dasarnya membeli saham tidak ada batasan minimal jumlah dana yang dibutuhkan. Dalam perdagangan saham, jumlah yang diperjualbelikan dilakukan dalam satuan perdagangan yang di sebut lot. Di Bursa Efek Indonesia satu lot sama dengan 500 lembar saham.

Investasi

Investasi pada hakekatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Umumnya investasi dibedakan menjadi dua, yaitu : investasi pada financial assets dan investasi pada real assets.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan investasi

Menurut Sawidji (2004:32) sebelum mengambil keputusan memilih instrumen investasi yang cocok untuk kita, ada hal-hal penting yang perlu dipertimbangkan, yaitu :

- a. Usia
- b. Risiko
- c. Pajak
- d. Likuiditas dan keamanan
- e. Situasi Ekonomi Internasional
- f. Situasi Ekonomi Nasional
- g. Situasi Industri
- h. Sain dan Teknologi
- i. Siklus Tren

Strategi dan belajar dari kesalahan

Ada berbagai sebab mengapa investor yang bermain di pasar bursa saham sering mengalami kegugupan atau kegelisahan yang tinggi pada saat sahamnya mengalami kejatuhan dan pasar berada dalam kondisi sangat fluktuatif, yaitu salah satunya pemahaman investor tersebut sangat sederhana dalam memahami pasar saham.

Pasar Modal

Undang-undang RI nomor 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”.

Manfaat Keberadaan Pasar Modal

Sebagai wadah yang terorganisir berdasarkan undang-undang untuk mempertemukan antara investor sebagai pihak yang surplus dana untuk berinvestasi dalam instrumen keuangan jangka panjang.

Fungsi Pasar Modal

Pasar modal merupakan tempat bertemunya pihak yang memiliki dana lebih (lender) dengan pihak yang memerlukan dana jangka panjang (borrower). Dalam perspektif perekonomian secara agregat, peran dan fungsi pasar modal memiliki daya dukung perekonomian.

Jenis pasar modal

Pengertian pasar modal dapat dikategorikan menjadi 4 pasar, yaitu :

1. Pasar Pertama (perdana)
2. Pasar Kedua
3. Pasar Ketiga
4. Pasar Keempat

Organisasi Pasar Modal

Badan yang mengatur kegiatan pasar modal berbeda-beda disetiap negara. Di Indonesia, kegiatan pasar modal diatur dalam undang-undang pasar modal nomor 8 tahun 1995, sebagai pengganti undang-undang pasar modal nomor 15 tahun 1992 dan seluruh keputusan presiden serta keputusan menteri keuangan sebelumnya. Undang-undang Nomor 8 tahun 1995 tentang diatur dalam peraturan pemerintah nomor 45 dan nomor 46 tahun 1995 tentang Keputusan Bapepam.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan survei. Instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket).

Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah kampus STIE Widya Gama Lumajang. Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen adalah menganalisis faktor-faktor (Manfaat X1, Modal investasi minimal X2, Motivasi X3, Return X4, Edukasi pembelajaran X5) yang mempengaruhi minat (Y) mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal (studi pada mahasiswa prodi akuntansi STIE Widya Gama Lumajang).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data external, Data external merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut”. Data external dalam penelitian ini diperoleh dari kampus STIE Widya Gama Lumajang berupa data kuesioner.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer, data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari kuesioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti”. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang jurusan akuntansi.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Ferdinand (2006) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karena dipandang sebagai semesta penelitian.

Menurut Sugiyono (2008:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi akuntansi yang telah berinvestasi di Pasar Modal yang berjumlah 205 mahasiswa. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh karyawan sebanyak 205 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiono (2011:87). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan

n = Ukuran Sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoleir; e = 0,1

Dalam rumus Sovlin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Sovlin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{205}{1+205(0,1)^2}$$

$$n = \frac{205}{3,05}$$

$$n = 67,21$$

n = 67,21 , disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008:142) kuesioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberika kepada mahasiswa prodi akuntansi STIE Widya Gama Lumajang.

Adapun bentuk skala likert menurut jonathan Sarwono (2008:96) sebagai berikut :

a.Sangat setuju	(SS)	diberi skor	5
b.Setuju	(S)	diberi skor	4
c.Cukup setuju	(CS)	diberi skor	3
d.Tidak setuju	(TS)	diberi skor	2
e.Sangat tidak setuju	(STS)	diberi skor	1

Dokumentasi

Menurut Sugiono (2008:92) “pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian”. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto pengisian kuesioner dan dibuktikan dengan menggunakan SPSS.

Studi Pustaka

Menurut Sugiono (2008:93) “studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti”.

Variabel penelitian

Variabel Independen

Menurut Indriantoro (2013:27) “variabel Independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sering disebut dengan variabel yang mendahului”. Sedangkan menurut Sunyoto (2012:39) variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah :

Faktor-faktor

a. Manfaat Investasi	X1
b. Modal investasi minimal	X2
c. Motivasi Investasi	X3
d. Return Investasi	X4
e. Edukasi pembelajaran Investasi	X5

Variabel Dependen

Menurut Indriantoro (2013:47) “variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai konsekuensi”. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah minat (Y).

Definisi Operasional Variabel Manfaat Investasi (X1)

Menurut Riyadi (2016) manfaat investasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang mengetahui pentingnya melakukan investasi untuk kehidupan di masa mendatang seperti tunjangan hari tua. Berdasarkan indikator tentang manfaat investasi tersebut, maka disusun kuisisioner sebagai berikut :

- Menurut saya investasi dapat membantu meningkatkan kesejahteraan.
- Menurut saya investasi saham merupakan instrument penting dalam pembangunan ekonomi.
- Saya meyakini bahwa dengan berinvestasi akan memberikan manfaat di masa yang akan datang.
- Saya yakin dengan berinvestasi dapat memberikan penghasilan tetap

Modal minimal investasi (X2)

Menurut Wira (2016) modal minimal investasi mempunyai syarat dan ketentuan dalam membuka akun investasi di pasar modal saat ini terbilang sangat mudah. Di beberapa sekuritas saat ini, dana awal yang harus di setorkan untuk membuat account cukup yakni sekitar Rp 100.000,-. Berdasarkan indikator tentang modal minimal investasi tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- Saat ini perusahaan sekuritas banyak yang menerapkan modal investasi minimal sebesar Rp 100.000,- untuk memulai adanya modal investasi minimal ini memudahkan saya untuk memulai investasi di pasar modal.
- Sebagai salah satu instrumen investasi, untuk memulai investasi di pasar modal cukup terjangkau.
- Bursa Efek Indonesia selaku pengelola efek telah merubah peraturan mengenai harga minimal saham yang dapat dibeli dan telah mengubah satuan lot yang tadinya 1 lot 500 lembar saham menjadi 1 lot 100 lembar saham, dengan adanya perubahan ini investasi yang harus dikeluarkan menjadi sangat terjangkau.
- Sebagai investor saya bebas untuk mengurangi dan menambah modal investasi saya dipasar modal.

Motivasi Investasi (X3)

Menurut Widyastuti (2004) motivasi investasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk melakukan investasi. Berdasarkan indikator tentang motivasi investasi tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- Dengan berinvestasi saham di pasar modal, berarti saya memiliki perusahaan dimana saya berinvestasi.
- Dengan berinvestasi berarti saya membantu perusahaan untuk berkembang.
- Saya akan berinvestasi apabila rekan, kerabat dan orang yang saya kenal melakukan investasi di pasar modal.
- Saya akan berinvestasi apabila kebutuhan saya telah terpenuhi.

Return Investasi

Menurut Riyadi (2016) return belum bisa membuktikan pengaruhnya terhadap minat investasi dipasar modal. Berdasarkan indikator tentang return investasi tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- a. Dengan berinvestasi dipasar modal memberikan keuntungan yang menarik dan kompetitif.
- b. Menurut saya investasi saham di pasar modal memberikan keuntungan yang besar sesuai dengan resiko yang ada.
- c. Jumlah keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi di pasar modal terjadi pertimbangan saya untuk berinvestasi di pasar modal
- d. Saya mengetahui bahwa dividen dan capital gain merupakan keuntungan yang didapat dari investasi saham pasar modal.

Edukasi Pembelajaran Investasi (X5)

Menurut Kusniawati (2011), edukasi pembelajaran investasi merupakan pemahaman yang harus dimiliki seseorang mengenai berbagai aspek mengenai investasi dimulai dari pengetahuan dasar penilaian investasi, tingkat resikonya dan tingkat pengembalian (return) investasi. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner dan dibuktikan dengan SPSS.

Berdasarkan indikator tentang edukasi pembelajaran investasi tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- a. Menurut saya acara sosialisasi pasar modal sangat penting untuk menjaring investor-investor baru.
- b. Sebagai calon investor, saya rasa pembelajaran sadar investasi sangat penting.
- c. Sebagai calon investor saya pikir pemberian edukasi tentang investasi sangat penting.
- d. Saya pikir dengan adanya sekolah pasar modal sangat membantu pengetahuan tentang investasi di pasar modal.

Minat Investasi (Y)

Menurut Kotler (2008:240) "minat investasi adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik kepada kegiatan investasi, melakukan mengikuti kegiatan investasi".

Berdasarkan indikator tentang minat investasi tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- a. Saya tertarik berinvestasi di pasar modal karena berbagai informasi yang saya dapatkan tentang investasi di pasar modal.
- b. Saya berminat investasi di pasar modal karena investasi di pasar modal sangat menjanjikan
- c. Saya sudah mencari informasi mengenai investasi di pasar modal.
- d. Menurut saya investasi di pasar modal merupakan investasi yang menarik

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik
 - Uji Normalitas
 - Uji Multikolinearitas
 - Uji Heteroskedastisitas
 - Uji Heteroskedastisitas
2. Uji Hipotesis
 - Analisis Regresi Linear Sederhana
 - Analisis Regresi Berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

STIE Widya Gama Lumajang merupakan salah satu kampus yang berada di Lumajang Jawa Timur. Dari 3 Prodi yang terdaftar hanya 2 yang aktif dan mendapat ijin perpanjangan operasional yaitu Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi. Terletak di JL. Gatot Subroto No. 4 Lumajang yang strategis.

Hasil Pengumpulan Data

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa prodi akuntansi STIE Widya Gama Lumajang. Adapun mahasiswa yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 mahasiswa. Sedangkan teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik non probability sampling.

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

1. Laki-laki 21 mahasiswa
2. Perempuan 78 mahasiswa

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan dapat dilihat deskripsi responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

1. 19 tahun sampai 20 tahun 18 mahasiswa
2. 21 tahun sampai 22 tahun 70 mahasiswa
3. 23 tahun sampai 24 tahun 12 mahasiswa

Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

Dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan dapat dilihat deskripsi responden berdasarkan semester adalah sebagai berikut :

1. 1 sampai 4 18 mahasiswa
2. 5 sampai 8 82 mahasiswa

Hasil Analisis Data

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi berganda. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah diantara variabel manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi, return investasi, dan edukasi pembelajaran investasi dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di Pasar Modal.

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No Item	Variabel	Pearson Correlation	signifikan	Keterangan
1	Manfaat Investasi	-,155	0,05	Tidak Valid
2	Modal Minimal Investasi	,218	0,05	Tidak Valid
3	Motivasi Investasi	,246	0,05	Tidak Valid
4	Return Investasi	,239	0,05	Tidak Valid
5	Edukasi Pembelajaran Investasi	1	0,05	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis,2018)

maka hanya 2 faktor dari 5 faktor item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid, semua item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid dan tidak valid mengukur semua variabel antara lain manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi investasi, return investasi, edukasi pembelajaran investasi sebagai variabel independen, dan minat sebagai variabel dependen.

Uji Reliabiliti

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No item	Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
1	Manfaat Investasi,Modal Minimal Investasi, motivasi Investasi,Return Investasi, Edukasi Pembelajaran Investasi	0,474	Tidak Reliabel

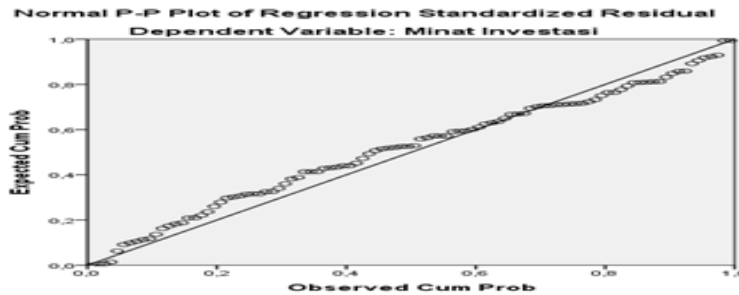
Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis, 2018)

Untuk mengukur konsistensi *interval* penggunaan instrument digunakan *cronbach's alpha* diketahui bahwa semua variabel diperoleh rata-rata nilai *cronbach's alpha* kurang dari 0,07 yang berarti secara keseluruhan variabel dinyatakan tidak *reliabel*.

Uji Asumsi Klasik

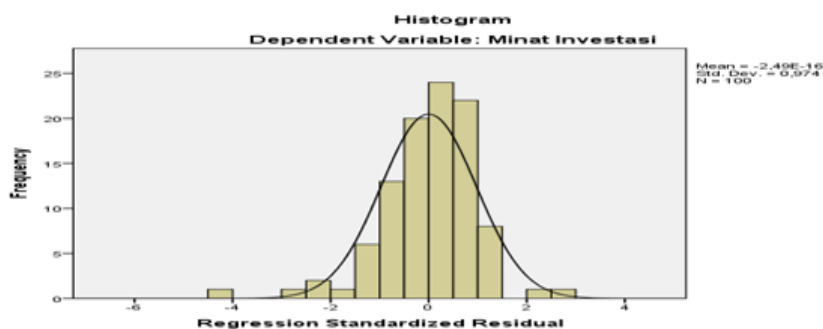
Uji Normalitas

Hasil Pengujian Normalitas data Normal Proability Plot dan Grafik Histogram



Sumber : Hasil Output SPSS

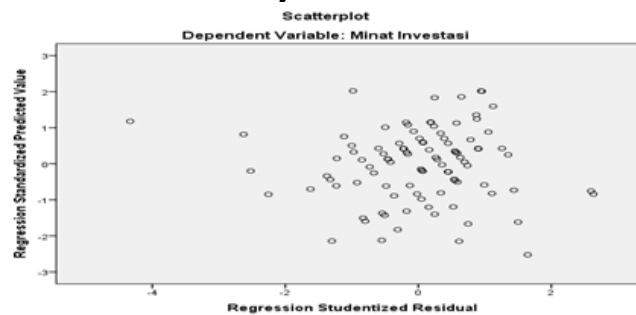
Berdasarkan grafik histogram diatas juga menunjukkan bahwa semua variabel independen dapat dikatakan memenuhi asumsi karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan adanya pola distribusi normal. Oleh karena itu, model regresinya memenuhi asumsi normalitas.



Berdasarkan hasil uji histogram dan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan diagram yang semakin naik dan stabil maka data dari variabel independen faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Heterokedasitas

Hasil Uji Heterokedasitas



Sumber : Hasil Ouput SPSS

Grafik Scatterplot menunjukkan bahwa dataa terseut terlihat tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 3
 Hasil Uji Autokorelasi

No item	Variabel	Durbin-Watson	Keterangan
1	Manfaat Investasi, Modal Minimal Investasi, motivasi Investasi, Return Edukasi Pembelajaran	1,705	Tidak Terjadi autocorelasi

Sumber : Hasil Output SPSS 24(Data diolah penulis, 2018)

Pada uji autocorelasi dengan menggunakan Durbin-Watson menunjukkan nilai Durbin-Watson = 1,705 dan DW <+2. Maka dapat disimpulkan bahwa data diatas tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Manfaat Investasi	0,936	1,068	tidak terjadi problem multikolinieritas
Modal Minimal Investasi	0,923	1,084	tidak terjadi problem multikolinieritas
Motivasi Investasi	0,746	1,340	tidak terjadi problem multikolinieritas
Return Investasi	0,758	1,320	tidak terjadi problem multikolinieritas
Edukasi Pembelajaran Investasi	0,862	1,161	tidak terjadi problem multikolinieritas

Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis, 2018)

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4
Hasil Uji Signifikan Simultan (F)

No item	Variabel	Sig
1	Manfaat Investasi, Modal Minimal Investasi, motivasi Investasi, Return Investasi, Edukasi Pembelajaran Investasi	0,002

Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis, 2018)

Pada Uji F sebesar sig 0,002 < 0.05 (dapat dilihat pada pengujian yang telah dilakukan sebelumnya). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang artinya menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor pengaruh return investasi, edukasi pembelajaran investasi dan 3 faktor yang tidak mempengaruhi manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi di kampus STIE Widya Gama Lumajang.

Uji Signifikan Parameter Individu (Uji Statistic t)

Tabel 5
Hasil Uji Signifikan Parameter Individu (Uji Statistic t)

No Item	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Manfaat Investasi	0,630	Tidak Mempengaruhi
2	Modal Minimal Investasi	0,877	Tidak Mempengaruhi
3	Motivasi Investasi	0,494	Tidak Mempengaruhi
4	Return Investasi	0,037	Mempengaruhi
5	Edukasi Pembelajaran Investasi	0,017	Mempengaruhi

Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis, 2018)

Pada uji t diperoleh hasil bahwa hanya variabel return investasi dan edukasi pembelajaran yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal karena memiliki nilai sig < 0,05, sedangkan manfaat

investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi tidak memiliki pengaruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Uji Koefisien Diterminasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Determinasi R^2

No item	Variabel	Adjusted R Square
1	Manfaat Investasi, Modal Minimal Investasi, motivasi Investasi, Return Investasi, Edukasi Pembelajaran Investasi	0,132

Sumber : Hasil Output SPSS 24 (Data diolah penulis, 2018)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0.132. Hal ini berarti 1,32% pengaruh minat mahasiswa berinvestasi dapat dijelaskan oleh variabel return investasi, edukasi pembelajaran investasi. Sedangkan sisanya 98,68% minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang telah diteliti oleh penelitian ini antara lain yaitu manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh manfaat investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal
2. Pengaruh Modal Minimal Investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal
3. Pengaruh motivasi investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal
4. Pengaruh Return Investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal
5. Pengaruh edukasi pembelajaran investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian tersebut bahwa lima variabel manfaat investasi, modal minimal investasi, motivasi investasi, return investasi, dan edukasi pembelajaran investasi, hanya dua variabel yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal yaitu return investasi dan edukasi pembelajaran investasi.

Saran

Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang

Mahasiswa merupakan salah satu indikator terbesar yang berinvestasi dipasar modal. Dari hasil penelitian ini diharapkan agar pihak kampus atau pihak dari pasar modal agar lebih banyak melakukan edukasi pembelajaran tentang pentingnya investasi, dan apa saja yang akan didapatkan ketika melakukan investasi di pasar modal.

Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian dibidang yang sama diharapkan dapat mengenali variabel-variabel independen lain yang bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Suherman. 2005. Analisis Investasi. Salemba Empat: Jakarta.
- Annonim. 2015. 5 hal yang harus Anda ketahui sebelum berinvestasi. Di unduh pada tanggal 30 November 2016 dari <http://www.logikabisnis.com/5-halyang-harus-anda-ketahui-sebelumberinvestasi/>.
- Apriyani. 2015. Peluang Menabung Saham?. Diunduh pada tanggal 28 November 2016 dari <http://infobanknews.com/peluang-menabung-saham/>.
- Darmawan, D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Fahriani, D. 2012. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAK). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 1 No. 12 (2012).
- Fahmi, Irfan. 2012. *Rahasia Saham Obligasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hadi, N. 2013. *Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- _____. 2013. *Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartono, J. 2014. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (9rd ed)*. Yogyakarta : BPFE.
- Haugen. Robert Ang. 2001. *Modern Portofolio Theory. 5th Edition*. Prentice Hall, Newjersey.
- Hendy MF & Tjiptono D. 2001. *Pasar Modal di Indonesia, Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hermuningsih, Sri. 2013. *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Kismono, G. 2011. *Bisnis Pengantar (2rd ed)*. Yogyakarta: BPFE.
- Mike, Levy. 2006. *Introduction to Investment*. South Western Publising.
- Lubis, P. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Investasi Di Indonesia*. Tesis Magister, Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara.
- Pajar, Rizki Chaerul. 2017. *Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Rosyidi, S. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi, Pendekata Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro (Rev. ed)*. Jakarta: Grafindo.
- Samsul, M. 2006. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2012. *Makro Ekonomi Teori Pengantar (3rd ed)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suwartono. 2014. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Fandy. 2000. *Manajemen Portofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: Andi.

**Pengaruh *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Equity (ROE)*,
dan *Net Profit Margin (NPM)* Terhadap Harga Saham
Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**

Rizky Roesminiyati¹
STIE Widyagama Lumajang
email:rizkyroesminiyati@gmail.com

Agus Salim²
STIE Widyagama Lumajang
email:agusdennys87@gmail.com

Ratna Wijaya Daniar Paramita³
STIE Widya Gama Lumajang
email:pradnyataj@gmail.com

Abstrak

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Net Profit Margin (NPM)* terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun yang menjadi latar belakang dari penulisan ini karena dunia usaha saat ini menjadi semakin kompetitif perusahaan harus mampu beradaptasi agar tidak terjadi kebangkrutan dalam perusahaan, caranya dengan meningkatkan modal salah satunya adalah dengan menjual saham. Dalam pengumpulan sumber data dan jenis data, sumber berasal dari laporan keuangan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI dan jenis data berupa data sekunder laporan keuangan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI. Untuk mengolah dan menganalisis data, penulis menggunakan Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis, dan Uji Asumsi Klasik. Berdasarkan hasil penelitian dari berbagai cara diperoleh bahwa *EPS*, *ROE*, dan *NPM* berpengaruh signifikan atau positif terhadap harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.

Kata Kunci : *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, Harga Saham

Abstract

*Writing this thesis aims to determine the effect of *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Equity (ROE)*, and *Net Profit Margin (NPM)* on stock prices at automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange. As for the background of this writing because the business world today is becoming more competitive companies must be able to adapt in order to avoid bankruptcy within the company, how to increase capital one of them is by selling shares. In the collection of data sources and data types, the source comes from the financial statements of automotive companies listed on the Stock Exchange and the type of data in the form of secondary data of financial statements of automotive companies listed on the Stock Exchange. To process and analyze the data, the author uses *Descriptive Statistics Analysis*, *Multiple Regression Analysis*, *Hypothesis Testing*, and *Classic Assumption Test*. Based on the results of research from various ways obtained that *EPS*, *ROE*, and *NPM* have a significant or positive effect on stock prices of automotive companies listed on the Stock Exchange.*

Keyword : *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, Stock Price

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini, dunia bisnis perusahaan yang semakin kompetitif harus mampu beradaptasi untuk menghindari kebangkrutan dan bersinar dalam bisnis. Untuk mengantisipasi hal ini, perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Berbagai cara yang dilakukan oleh pelaku ekonomi, baik pengusaha maupun investor untuk mengembangkan usahanya secara optimal, serta memperthankan kondisi keuangan agar selalu berjalan secara efektif dan efisien,

demikian pula pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Salah satunya dengan meningkatkan modal yang dimiliki yaitu dengan melakukan penjualan saham di pasar modal. Perusahaan yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis merasa tertarik melakukan penelitian untuk menguji pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.

Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah penelitian, yaitu :

1. Apakah *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham ?
2. Apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap harga saham ?
3. Apakah *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap harga saham ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan perumusan masalah diatas adalah, sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan pengaruh *Earning Per Share* terhadap harga saham.
2. Untuk membuktikan pengaruh *Return On Equity* terhadap harga saham.
3. Untuk membuktikan pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap harga saham.

KAJIAN TEORI

Pasar Modal

Pasar modal merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan pasar modal yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan pasar modal.

Investasi

Investasi adalah suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan pada masa depan. Terkadang, investasi disebut juga sebagai penanaman modal.

Saham

Saham adalah bagian dari pasar modal yang banyak investor miliki, karena saham dapat membawa keuntungan yang tinggi tetapi juga melibatkan risiko.

Earning Per Share (EPS)

Komponen penting pertama yang harus diperhatikan dalam analisis perusahaan. Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan untuk semua pemegang saham perusahaan.

Return On Equity (ROE)

ROE adalah ukuran yang biasa disebut *Return On Equity* (ROE), ukuran profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan investasi yang dibuat oleh para pemegang sahamnya.

Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) adalah margin keuntungan. Ini adalah nilai profitabilitas yang digunakan untuk mengukur laba bersih dari laba bersih perusahaan dalam laba bersih.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penulis melakukan uji penelitian ini menggunakan model kuantitatif dengan melihat dan mengkaji pengaruh tiga variabel independen yaitu *Earning Per Share*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* dan variabel dependen yaitu Harga Saham pada laporan keuangan perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Pengujian hipotesis penelitian atas dasar

teori atau konsep dimana dugaan adanya hubungan masing - masing variabel telah teridentifikasi oleh kerangka konseptual yang jelas.

Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Equity*, dan *Net Profit Margin* terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data eksternal yaitu diperoleh dari situs resmi perusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI) dan melalui situs resmi internet dengan alamat www.idx.co.id dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yaitu data yang berupa laporan keuangan perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016.

Populasi

Data populasi yang di ambil dari penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016 sebanyak 13 perusahaan.

Sampel

Pemilihan dan pengumpulan data sampel yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri - ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri - ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan data eksternal yang diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.com) perusahaan berdasarkan laporan keuangan serta harga saham yang sudah dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI).

Variabel Penelitian

Agar penulis dan pembaca bisa selaras tentang variabel yang akan diteliti, maka perlu dijelaskan tentang uraian baik dari variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun variabel bebas yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) sedangkan variabel terikatnya adalah Harga Saham.

Definisi Konseptual Variabel

Earning Per Share (EPS)

Laba per saham (EPS) sebagai hubungan yang biasa digunakan dalam prospektus, materi presentasi dan laporan tahunan kepada pemegang saham.

Return On Equity (ROE)

Return On Equity adalah laba atas ekuitas. Beberapa referensi juga disebut sebagai rasio antara total perputaran aset atau total nilai aset.

Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin mengukur rupiah laba yang dihasilkan oleh setiap satu rupiah penjualan.

Harga Saham

Harga saham adalah harga yang berlaku untuk keamanan yang umumnya ditentukan oleh saham atau pasar saham pada waktu tertentu.

Definisi Operasional Variabel

Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) adalah variabel independen yang digunakan peneliti.

$$EPS = \frac{\text{laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) adalah variabel Independen yang digunakan oleh peneliti.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Net Profit Margin

Net Profit Margin (NPM) adalah variabel independen yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap harga saham.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif
2. Analisis Regresi Berganda
3. Uji Hipotesis
4. Uji Asumsi Klasik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah variabel independen, yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) sedangkan variabel dependen yaitu *Harga Saham*. *Earning Per Share* (EPS) adalah laba per lembar saham yang akan dibagikan kepada investor atau para pemegang saham tersebut. Rasio ini menggunakan perbandingan antara laba bersih perusahaan dengan jumlah saham yang beredar.

Hasil Pengumpulan Data

Penelitian akan menguji variabel-variabel yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Harga Saham*. Data tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan Otomotif yang di publikasikan oleh BEI selama lima periode mulai Tahun 2012-2016. Adapun data untuk variabel independen dan variabel dependen disajikan dalam bentuk rasio dapat dilihat dalam tabel-tabel berikut:

Earning Per Share (EPS)
Hasil Pengolahan data *Earning Per Share* (EPS) tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016
1.	ASII	2.68	2.68	2.68	2.55	2.57
2.	AUTO	2.37	2.30	2.26	1.82	1.94
3.	BRAM	2.56	2.12	2.58	2.50	2.76
4.	INDS	2.63	2.45	2.29	0.16	1.88
5.	NIPS	0.03	1.67	1.52	1.31	1.61
6.	SMSM	2.21	2.33	2.45	2.48	1.89

Sumber: Data BEI, 2018

Return On Equity (ROE)
Hasil Pengolahan data *Return On Equity* pada tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016
1.	ASII	1.33	1.26	1.20	1.06	1.03
2.	AUTO	1.31	1.00	0.93	0.50	0.60

3.	BRAM	1.05	0.47	0.89	0.76	0.99
4.	INDS	1.07	0.92	0.84	1.30	0.38
5.	NIPS	1.00	1.16	0.94	0.70	0.89
6.	SMSM	1.56	1.49	1.53	1.47	1.46

Sumber: Data BEI, 2018

Net Profit Margin (NPM)
Hasil pengolahan data Net Profit Margin (NPM) 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016
1.	ASII	1.29	1.29	1.28	1.16	1.18
2.	AUTO	0.04	2.98	2.94	2.50	2.62
3.	BRAM	2.21	1.77	2.23	2.16	2.41
4.	INDS	2.12	2.17	2.10	2.97	1.70
5.	NIPS	1.33	1.53	1.70	1.49	1.82
6.	SMSM	2.37	2.49	2.59	2.63	2.66

Sumber: Data BEI, 2018

Harga Saham
Hasil Pengolahan data Harga Saham Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016
1.	ASII	3.88	3.83	3.87	3.78	3.92
2.	AUTO	3.53	3.56	3.62	3.20	3.31
3.	BRAM	3.48	3.35	3.70	3.67	3.82
4.	INDS	3.39	3.33	3.20	2.54	2.94
5.	NIPS	2.07	2.51	2.69	2.63	2.67
6.	SMSM	2.78	2.94	3.07	3.08	2.99

Sumber: Data BEI, 2018

Hasil Analisis Data
Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data yang dikumpulkan dalam penelitian. Uji statistik deskriptif dapat diidentifikasi oleh keadaan masing-masing variabel yang digunakan yaitu, EPS, ROE, NPM dan Harga Saham. Deskripsi hasil penelitian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Statistik Deskriptif

No.	Variabel	N	Nilai Minimum	Nilai Maximum	Nilai Mean
1.	EPS	30	0.03	2.76	2.1095
2.	ROE	30	1.30	1.56	0.9499
3.	NPM	30	0.04	2.98	1.9912
4.	Saham	30	2.07	3.92	3.2456

Sumber : Olah data SPSS

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap Harga Saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan dalam pengolahan data dan hasil pengolahan data untuk memperoleh persamaan regresi linear berganda.

Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Nilai Regresi
Saham	2.210
EPS	0.781
ROE	0.398
NPM	0.117

Sumber : Olah Data SPSS

Uji Hipotesis

Hipotesis I

Berdasarkan hasil uji SPSS hipotesis I *Earning Per Share* (EPS) dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap harga saham. Nilai signifikansi dari variabel *Earning Per Share* sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05. Hal ini dapat diasumsikan bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, jadi setiap peningkatan nilai EPS akan menaikkan harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.

Hipotesis II

Berdasarkan hasil uji SPSS yang dilakukan, uji hipotesis II yang menunjukkan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham dikarenakan nilai signifikansinya sebesar 0.001, yang berarti lebih kecil dari 0.05. Hal ini dapat diasumsikan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham, jadi setiap peningkatan nilai ROE akan mempengaruhi perubahan harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.

Hipotesis III

Berdasarkan uji hipotesis III menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap harga saham yang ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0.081 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa NPM berpengaruh positif dan signifikansi terhadap harga saham. Jadi dapat diasumsikan bahwa setiap kenaikan NPM akan mempengaruhi kenaikan harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.

Uji Asumsi Klasik

Uji Kolmogorof-Smirnov

Hasil Uji Kolmogorof

N	Asymp. Sig. (2-tailed)
30	0.154

Sumber : Olah Data SPSS

Pada hasil uji *kolmogorof-Smirnov* di atas, dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal hal ini dapat dibuktikan dari nilai *Asymp.Sig. (2-tailed) Kolmogorov Smirnov* sebesar 0.154 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Nilai Signifikan	Tolerance	VIF
1.	EPS	0.000	0.662	1.511
2.	ROE	0.001	0.630	1.587
3.	NPM	0.081	0.941	1.062

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, menunjukkan bahwa nilai VIF (*variance inflation factor*) untuk variabel EPS sebesar 1.511, ROE sebesar 1.587 dan NPM sebesar 1.062 yang berarti nilai tersebut kurang dari 5. Sedangkan untuk nilai *Tolerance* masing-masing variabelnya adalah 0.662, 0.630 dan 0.941 dimana nilai tersebut lebih dari nilai *Tolerance* sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterodektisitas

Pengolahan data uji heterodektisitas digunakan untuk mengetahui adanya gejala heterodektisitas dengan kriteria titik-titik pada tabel tidak berbentuk pola tertentu. Berdasarkan gambar scatterplot yang terlampir menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan menyebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y atau tidak berkumpul disuatu tempat dan membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterodektisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.898 ^a	.807	.785	.2276664	1.810

a. Predictors: (Constant), NPM, EPS, ROE

b. Dependent Variable:
SAHAM

Sumber: Olah Data SPSS

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya suatu autokorelasi dapat diketahui dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (DW). Jika terjadi autokorelasi, berarti ditemukan masalah autokorelasi. Untuk nilai pengamatan (n) sebesar 30 dan variabel independen (k) sebanyak 3. Nilai *Durbin-Watson* (DW) ini berada di antara -2 sampai 2. Hasil pengujian *Durbin-Watson* (DW) yang telah dilakukan dapat diketahui nilai untuk semua variabel sebesar 1.810. oleh karena itu dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi atau dapat disimpulkan asumsi terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa jumlah laba yang akan diterima investor dalam tiap lembar saham akan mempengaruhi perubahan harga saham, jadi setiap peningkatan nilai EPS akan menaikkan harga saham.

2. Variabel *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil pengujian ini menunjukkan setiap perubahan ROE akan mempengaruhi perubahan harga saham. Hal tersebut dapat disebabkan oleh efisiensi perusahaan dalam mengelola modal sendiri yang dimilikinya sehingga menghasilkan laba yang optimal.
3. Variabel *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh negatif terhadap harga saham. Jadi dapat diasumsikan bahwa setiap penurunan NPM akan mempengaruhi kenaikan harga saham tingkat laba yang dihasilkan dari penjualan. semakin tinggi laba yang dihasilkan akan menarik minat investor.

Saran

Variabel EPS (*Earning Per Share*) patut untuk dipertahankan oleh perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini pada perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012 – 2016 karena variabel EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Variabel ROE (*Return On Equity*) juga harus dipertahankan oleh perusahaan karena variabel ini berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan. Variabel NPM (*Net Profit Margin*) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil pengujian ini menunjukkan setiap perubahan NPM tidak akan mempengaruhi perubahan harga saham. Hal tersebut dapat disebabkan oleh kurangnya efisiensi perusahaan dalam mengelola modal sendiri yang dimilikinya sehingga kurang menghasilkan laba yang optimal. Alasan lain adalah para investor tidak begitu memperhatikan nilai ROE dalam keputusan investasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga. 2001. *Pengertian Harga Saham Jenis Macam Faktor Yang Mempengaruhi serta Analisis dan Penilaian*.(Online). (<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/saham-definisi-jenis-dan-faktor-yang.html?m=1>). Diakses 2 februari 2018.
- Arifin. 2004. *Pengertian Harga Saham Jenis Macam Faktor Yang Mempengaruhi serta Analisis dan Penilaian*.(Online). (<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/saham-definisi-jenis-dan-faktor-yang.html?m=1>). Diakses 2 Februari 2018.
- Ary Gumanti, Tatang. 2011. *Manajemen Investasi Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bastian, dan Suhardjono.2006. *Manajemen Keuangan Net Profit Margin*.(Online). (<http://syeibilsabila.blogspot.co.id/2013/11/net-profit-margin.html?m=1>). Diakses 5 Februari 2018.
- Djurwanto dan Pangestu Subagyo. (1993). *Statistik Induktif Edisi Ke Empat*. Yogyakarta: BPFE.
- Darmaji, Tjiptono dan Fakhruddin, Hendi M. 2006. *Kumpulan Pengertian Saham Menurut Para Ahli*.(Online) (<http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-saham-menurut-para-ahli.html?m=1>). Diakses 2 Februari 2018.
- Fabozzi. 1999. *Definisi Earning Per Share (EPS) Menurut Para Ahli*.(Online). (<http://societykamaru.blogspot.co.id/2013/11/definisi-earning-per-share-eps-menurut.html?m=1>). Diakses 2 Februari 2018.
- Fakhruddin, dan Hardianto.2001. *Kumpulan Pengertian Saham Menurut Para Ahli*.(Online). (<http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-saham-menurut-para-ahli.html?m=1>). Diakses 2 Februari 2018.
- Hermuningsih, Sri.2012. *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hery. 2015. *Analisa Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hanafi, Mahmud M., dan Abdul Halim. 2012. *Analisa Laporan Keuangan Edisi Ke Empat*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harahap. 2002. *Pengertian Rasio Profitabilitas*. (Online). (<http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-rasio-profitabilitas.html?m=1>).
- Harrison Jr, Welter T. dkk.2011. *Akuntansi Keuangan International Financial Reporting Standards-IFRS*. Jakarta: Erlangga.
- Irfianto, Indra.2015. *Pengaruh Price Earning Ratio (PER), Net Profit Margin (NPM), dan Return On Equity (ROE) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Pada Bursa Efek Indonesia*. Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo.2012. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.

- Manurung, Henry Togar. 2015. *Analisis Pengaruh ROE, EPS, NPM, dan MVA Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik Sektor Food and Beverages di BEI tahun 2009-2013*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Prastowo, Dwi. 2011. *Analisa Laporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Patriawan, Dwiatma. 2011. *Analisis Pengaruh Earning Per Share (EPS), Return On Equity (ROE), dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Wholeale and Retail Trade yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 1*. STIE Widya Gama: Lumajang
- Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 13 tentang Investasi
- Riduwan.2015.*Dasar-Dasar Statistika edisi Revisi*. Bandung:Alfabeta.
- Rusdin. 2006. *Pengertian Harga Saham Jenis Macam Faktor Yang Mempengaruhi serta Analisis dan Penilaian*.(Online). (<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/saham-definisi-jenis-dan-faktor-yang.html?m=1>). Diakses 2 Februari 2018.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- www.idx.co.id
-

**PKM Kelompok Usaha Tas Unik Berbahan Baku Sampah Plastik Di Desa Karangsono
Kabupaten Jember**Khoirul Ifa¹⁾STIE Widya Gama Lumajang
email : khoirul.ifa@gmail.com¹⁾Tri Palupi Robustin²⁾STIE Widya Gama Lumajang
email : tripalupirobustin@gmail.com²⁾**Abstrak**

Sampah plastik dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat di desa karangsono kecamatan bangsalsari kabupaten jember untuk dibuat kerajinan tas, usaha ini menghadapi berbagai permasalahan yaitu proses produksi yang lama, lemahnya pengelolaan manajemen, produknya kurang inovatif, dan kesulitan dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini ada 2 mitra yaitu mitra 1 pengrajin tas berbahan baku sampah dan mitra 2 yaitu pengrajin peralatan rumah tangga, dalam hal ini mitra 2 akan membantu mitra 1 dalam hal memasarkan produknya. Target kegiatan in yaitu perluasan pasar, peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia, pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha, pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik dan peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencapai target yaitu (1) mampu berinovasi dan berkembang, (2) peningkatan kemampuan sumber daya manusia dalam mengolah produk menjadi lebih beragam dan berkualitas, (3) mampu meningkatkan produksi, (4) mampu memperluas jaringan pemasaran (5) pengadaan peralatan canggih. Luaran yang dihasilkan adalah (1) desain produk tas yang variatif (2) varians produk yang lebih beragam (3) peralatan produksi mesin potong ring gelas plastik (4) mesin jahit modern (5) sumber daya manusia yang terampil, (6) pengelolaan manajemen usaha yang baik

Kata kunci : Kelompok usaha, Sampah Plastik, Tas unik**Abstract**

Plastic waste is utilized by some people in karangsono village sub districts bangsalsari jember district to be made handicraft bags, this business faces various problems that is the old production process, weak management management, less innovative products, and difficulties in marketing their products. In this case there are 2 partners that is partners 1 craftsman bag made of waste and partner 2 that is craftsman of household appliances, in this case partner 2 will help partner 1 in terms of marketing its products. Target activities include market expansion, quality improvement of human resource management, provision of sewing machine equipment to support the business, procurement of plastic glass cutting machine tools and product quality improvement both design, innovation and variance product. Implementation of community service activities to achieve the target that is (1) able to innovate and develop, (2) improvement of human resource capacity in processing products become more diverse and quality, (3) able to increase production, (4) able to expand marketing network (5) sophisticated equipment procurement. The resulting outputs are (1) design product of varied handbags (2) more diverse product variances (3) plastic cutting machine production equipment (4) modern sewing machines (5) skilled human resources, (6) management good effort.

Keywords : Business group, Plastic waste, Unique bag**PENDAHULUAN**

Berdasarkan data Jambeck (2015), Indonesia berada di peringkat kedua dunia penghasil sampah plastik ke laut yang mencapai sebesar 187,2 juta ton setelah Cina yang mencapai 262,9 juta ton (<http://www.cnnindonesia.com>). Kondisi tersebut memungkinkan Indonesia akan mengalami

darurat sampah plastik, padahal sampah plastik sulit terurai, dibutuhkan waktu 500-1.000 tahun sampah plastik dapat terurai oleh tanah.

Karena proses penguraian sampah plastik membutuhkan waktu yang cukup lama, maka diperlukan upaya untuk mengurangi dampak jumlah sampah plastik dengan cara mengolah sampah plastik. Pengolahan sampah plastik bisa menjadi prospek bisnis yang menguntungkan karena sampah akan selalu meningkat jumlahnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, hal tersebut menjadikan peluang emas bagi para pelaku bisnis.

UMKM memberikan peranan penting bagi perekonomian nasional, terbukti sejak krisis ekonomi tahun 1997 hanya UMKMLah yang mempunyai pertahanan yang tangguh terhadap krisis ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan usaha skala besar. Stell,carree,Thurik, and zoetermeer (2004) menyatakan peranan UMKM dapat dikatakan sangat penting dalam perekonomian nasional. Peranan tersebut terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, dan peningkatan ekspor non migas.

Hadiyati (2010) menyatakan bahwa survey dari BPS mengidentifikasi permasalahan UMKM berdasarkan prioritasnya, yaitu meliputi : (1) kurangnya permodalan, (2) kesulitan dalam pemasaran, (3) persaingan usaha yang ketat, (4) kesulitan bahan baku, (5) kurang teknis produksi dan keahlian, (6) kurangnya keterampilan manajerial (SDM), (7) kurangnya pengetahuan masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi.

Kabupaten Jember merupakan daerah pertanian yang subur dengan jumlah penduduk sebesar 2.345.851 jiwa pada tahun 2011, terdiri dari penduduk laki-laki 1.164.715 jiwa (49,65%) dan penduduk perempuan 1.181.136 jiwa (50,35%). Dengan demikian, rasio jenis kelamin sebesar 98,61% yang berarti setiap 100 penduduk perempuan terdapat 98,61 penduduk laki-laki. Angka kepadatan penduduk mencapai 712 jiwa/Km² (<https://jemberkab.go.id/selayang-pandang/penduduk/>). Dengan semakin padatnya jumlah penduduk di Kabupaten Jember semakin banyak pula jumlah sampah plastik yang di hasilkan rumah tangga maupun industri. Hal ini tentunya menjadikan peluang besar dalam bisnis pengolahan sampah plastik.

Sampah plastik dapat dimanfaatkan untuk kerajinan, seperti kerajinan sandal, dompet, payung maupun tas unik berbahan dasar sampah plastik. Dari uraian di atas maka perlu dilakukan pendaur ulangan sampah plastik menjadi kerajinan yang unik, masyarakat desa karangsono jember telah memanfaatkan sampah plastik dari bungkus minuman air kemasan menjadi tas unik, namun kelompok masyarakat tersebut membuat kerajinan hanya saat ada pesanan saja, karena keterbatasan akses modal dan pemasaran. Gagasan awal di usung oleh bapak muhali di desa karangsono kabupaten jember, berawal dari banyaknya sampah plastik yang tidak terpakai di daerah tersebut, kemudian bapak muhali mencoba untuk memanfaatkan sampah plastik tersebut untuk dijadikan sesuatu yang bernilai guna yaitu tas.

Usahanya dimulai sejak tahun 2015, dengan hanya dibantu oleh sanak saudaranya, kemudian usaha tersebut banyak dilirik oleh masyarakat disekitar yang tertarik membuat tas unik berbahan sampah plastik, akhirnya sebagian besar masyarakat didaerah tersebut memiliki keterampilan dalam membuat tas berbahan baku sampah plastik, harga tas bervariasi tergantung tingkat kesulitan dalam membuatnya, berkisar 50-100 ribu. Proses produksi pembuatan tas berbahan baku sampah plastik memakan waktu lama sekitar 2 minggu sampai 1 bulan untuk 10 tas, hal ini disebabkan keterbatasan teknologi yang dipakai, kendala lain usaha bapak muhali yaitu kendala dalam mencari bahan baku, tak jarang bapak muhali harus mencari ke beberapa pemasok bahan baku sampah, untuk bahan baku yang diminta biasanya harus dipilah-pilah terlebih dahulu sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama, kendala lain usaha bapak muhali adalah kendala memasarkan produknya sehingga produksi hanya terbatas pada pesanan saja.

Disisi lain ada sekelompok masyarakat yang mendukung usaha kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik yaitu pelaku usaha kerajinan yaitu bapak heri harsono yang merupakan pengrajin peralatan rumah tangga, seperti cobek, ulek-ulek, asbak, dsb yang terbuat dari kayu di desa tutul jember, beberapa produk kerajinan bapak heri harsono sudah banyak terjual didaerah lokal jember maupun daerah terdekat seperti bondowoso, lumajang, probolinggo, dan sekitarnya. Selain itu produknya juga banyak dikirim diluar pulau jawa seperti bali, jakarta, surabaya, sumatera, sulawesi dsb. Bapak heri harsono sudah sering diundang dalam acara pameran-pameran produk unggulan jember, sehingga bapak heri harsono sering menjadi pembina beberapa ukm-ukm dijember khususnya yang bergerak dibidang kerajinan. Kegiatan PKM diharapkan bapak heri harsono menjadi Pembina usaha kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik milik bapak muhali sekaligus mitra dalam hal memasarkan produknya keluar daerah.

Oleh karena itu kegiatan PKM ini, pengusul memilih dua mitra sebagai pendukung kegiatan PKM ini, adapun mitra kegiatan PKM adalah :

1. Bapak Muhali, pemilik usaha kerajinan tas berbahan baku sampah plastik, yang beralamat di Dusun Dungdowo Desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.
2. Bapak Heri Harsono sebagai pemilik kerajinan tangan produk rumah tangga (UD Jaya Mandiri) yang beralamat di Tutul Krajan RT 01 RW 09 Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Aspek Produksi

Bahan baku pembuatan kerajinan tas adalah sampah plastik. Sampah plastik yang dipakai adalah bekas air minuman kemasan gelas. Bahan baku berasal dari para pemasok/pengepul sampah di kecamatan bangsalsari, kecamatan sukorejo, kecamatan tanjungsari, dsb. Harga bahan baku Rp 8.000/kg untuk sampah yang sudah dipilah-pilah. Untuk memperoleh bahan baku membutuhkan waktu yang cukup lama, karena setiap pengepul harus memilah-milah sampah sesuai pesanan dari pengrajin. Selain bahan baku bagian atas bekas air kemasan gelas ada beberapa bahan pendukung yaitu tali kur, selang untuk tali selempang tas, aksesoris seperti renda, hiasan bunga, dan beberapa aksesoris yang lain.

Proses pembuatan tas cukup lama, dalam 1 tas bisa sampai 2-4 hari tergantung jenis tas dan ukuran tas. Pembuatan tas ini cukup lama selain proses pengumpulan bahan baku yang tergolong lama, proses menjahit bagian dalam tas juga butuh waktu berhari-hari karena belum memiliki mesin jahit sendiri, sehingga proses menjahit dilakukan oleh penjahit sekitar.

Bahan baku berupa bagian atas bekas air kemasan gelas, bahan baku dikumpulkan kemudian bersihkan menggunakan cutter setelah bersih kemudian dipotong bagian atas bekas air kemasan gelas tersebut. Setelah itu bagian atas yang telah terpotong dicuci sampai bersih kemudian dikeringkan dengan cara dijemur dibawah terik matahari. Setelah kering bagian atas dari air kemasan gelas tersebut dikumpulkan kemudian dibungkus menggunakan tali kur warna-warni sesuai dengan pesanan pembeli. Setelah semua selesai dibungkus dengan tali kur kemudian dibentuklah pola memanjang membentuk pola tas yang diinginkan, setelah membentuk sebuah tas langkah selanjutnya adalah pemasangan selang untuk selempang tali serta selanjutnya proses penjahitan bagian dalam tas. Langkah terakhir yaitu proses perapian dan pemasangan aksesoris seperti renda, hiasan bunga, dll.

Hasil produksi tas berbahan baku sampah plastik sangat bervariasi baik jenis, ukuran dan warnanya. Tas yang paling banyak digemari adalah tas *buwuh*, biasanya dibandrol dengan harga 70-80 ribu rupiah. Dalam istilah bahasa jawa *buwuh* merupakan suatu tradisi desa, orang yang mempunyai hajat akan dihadiri oleh tetangga sekitar baik itu acara selamatan, maupun pernikahan dengan membawa sembako (beras, gula, mie, dsb). Selain tas *buwuh* ada pula tas sekolah dan tas trendy. Tas sekolah umumnya di pakai oleh siswa dan guru. Bentuknya juga bervariasi ada tas sekolah model selempang, ransel dan jinjing dengan dibandrol mulai dari 70-80 ribu rupiah. Sedangkan tas trendy yaitu tas yang dibuat untuk keperluan jalan-jalan biasanya dibandrol dengan harga 60-70 ribu rupiah.

Pemasaran produk hanya terbatas daerah lokal kabupaten jember. Produk kurang dikenal di masyarakat disamping karena produk masih tergolong baru, produk kurang bisa bersaing di pasaran. Design produk dan proses pembuatan yang masih tergolong kurang rapi menjadi kendala lain dari produk ini. Awal tahun 2016 produk ini pernah diorder dengan skala besar oleh sekelompok masyarakat kemudian di bawa keluar kota seperti Jakarta dan Madura.

Produk ini umumnya diorder oleh para guru yang suka akan hasil keterampilan kerajinan tangan, tak jarang anak-anak sekolah berburu tas ini untuk kegiatan praktek keterampilan kerajinan tangan disekolah.

Aspek Manajemen

Usaha kerajinan ini tergolong baru karena baru berdiri sejak tahun 2015, produk ini layak dikembangkan karena merupakan program penanggulangan darurat sampah, seperti yang kita ketahui permasalahan sampah merupakan permasalahan yang selalu ada disetiap daerah. Manfaat yang dapat dirasakan adalah permasalahan sampah didaerah akan dapat diminimalisir, selain itu pengelolaan sampah akan terus berjalan ditangan-tangan masyarakat yang kreatif memanfaatkan sampah menjadi barang yang bernilai guna.

Dalam manajemen usaha, usaha ini masih menggunakan pola manajemen rumah tangga, sehingga tidak ada pemisahan antara pemasukan dan pengeluaran rumah tangga dengan pemasukan dan pengeluaran untuk usaha. Sistem penggajian juga masih mengandalkan sistem kekeluargaan artinya gaji disesuaikan dengan banyaknya hasil tas yang dihasilkan. Pembagian kerja belum dilakukan karena setiap pekerja berperan terhadap semua pekerjaan.

Permasalahan Mitra**Permasalahan Pemasaran**

Kendala utama dalam usaha ini adalah kendala pemasaran, karena mereka dapat memproduksi tapi sulit memasarkan produknya, sehingga produksi hanya terbatas pada order saja. Pemasaran sangat tradisional yaitu melalui mulut ke mulut, daerah pemasarannya pun juga terbatas pada daerah lokal saja, yaitu kecamatan balung, umbulsari, bangsalsari dan sekitarnya.

Strategi pemasaran belum diterapkan sehingga menyulitkan usaha ini berkembang, disamping itu produk yang dihasilkan kurang rapi sehingga kurang dapat bersaing di pasaran. Produk tergolong baru sehingga butuh promosi produk, promosi dapat dilakukan melalui kerjasama antar beberapa mitra kerajinan yang sudah lebih baik dari segi pemasarannya, promosi juga dapat dilakukan menggunakan promosi *online*. Terbatasnya pengetahuan mengenai komputer dan internet menjadi kendala dalam memasarkan produk secara *online*, sehingga butuh mitra yang dapat mendukung adanya sarana promosi *online*.

Permasalahan Financial

Modal usaha berasal dari modal sendiri, modal awal mendirikan usaha hanya sebesar Rp 500.000. Lemahnya informasi untuk akses modal kepada lembaga koperasi dan bank menjadi kendala usaha kerajinan tas, disamping itu karena mind set masyarakat akan lembaga keuangan (koperasi dan bank) yang relative memberikan bunga tinggi kepada nasabahnya. Padahal selama ini banyak bank dan lembaga-lembaga keuangan yang lainnya yang menyediakan dana khusus buat UMKM dengan bunga yang relatif rendah, kendala modal ini menjadi kendala dalam kemajuan usaha, karena tidak bisa memproduksi produk dalam partai besar.

Permasalahan Manajemen dan SDM

Manajemen usaha dijalankan dengan pola manajemen rumah tangga, sehingga tidak memisahkan antara pemasukan dan pengeluaran rumah tangga dengan usaha, hal ini akan berimbas pada kemajuan usaha. Dalam hal pemasukan maupun pengeluaran tidak pernah dicatat dengan baik, baik itu pemasukan maupun pengeluaran harian, mingguan, bulanan bahkan tahunan sehingga kesulitan dalam menganalisis laporan rugi-laba, padahal dengan adanya laporan rugi-laba, pemilik usaha akan memperoleh informasi mengenai keuntungan maupun kerugian yang diperoleh, sehingga memudahkan pemilik dalam mengambil keputusan karena sudah ada bukti kongkrit laporan keuangan. Selain itu manajemen sumber daya manusia belum tertata, sehingga setiap pekerja memiliki peran yang sama dalam usaha, hal ini disebabkan karena usaha dibangun dan dikembangkan oleh keluarga.

Permasalahan Produksi

Proses menjahit bagian dalam tas membutuhkan waktu yang lama, hal ini disebabkan karena pengrajin belum memiliki mesin jahit sendiri sehingga proses menjahit dikerjakan oleh penjahit sekitar yang cenderung memakan waktu 4-5 hari. Beberapa penjahit disekitar juga belum memiliki keahlian yang memadai sehingga hasil jahitan cenderung kurang rapi, karena untuk menempelkan bagian dalam dengan bagian luar tas cenderung rumit, bagian luar tas kaku sehingga butuh ketelatenan dalam mengaitkannya.

Proses pemotongan bahan baku menggunakan alat sederhana yaitu cutter sehingga memakan waktu lama dalam proses pengerjaannya, disamping itu penggunaan cutter terkadang melukai tangan pengrajin, hal tersebut menjadikan terkendalanya proses pemotongan bahan baku. Untuk itu diperlukan tenaga kerja yang lebih banyak lagi dalam proses pemotongan bahan baku, padahal tenaga kerja dalam pengrajin tas ini hanya terbatas yaitu 5-6 orang saja, sehingga pembuatan produk membutuhkan waktu yang cukup lama.

Produk yang dihasilkan oleh pengrajin hanya satu macam produk yaitu tas. Tas buatan para pengrajin ini cenderung masih standard dan kurang rapi sehingga perlu desain produk yang lebih menarik dan unik. Untuk meningkatkan mutu produk maka perlu inovasi produk sehingga produk yang dihasilkan lebih variatif, inovasi produk dapat dilakukan dengan membuat beberapa produk kerajinan lain seperti dompet, tempat minuman, tempat pensil, vas bunga, tempat sampah, dll. Selain itu pengrajin dapat memanfaatkan produk yang terbuang dari kemasan air minum gelas yakni bagian bawah dari kemasan air minum gelas untuk dijadikan sebagai produk yang tak kalah menarik karena bahan baku pembuatan tas selama ini hanya menggunakan bibir atas kemasan air minum gelas.

Justifikasi Pengusul Bersama Mitra

Dari permasalahan diatas tim pengusul dan mitra telah berdiskusi dan sepakat untuk membuat skala prioritas permasalahan-permasalahan yang ada yang akan diselesaikan, berikut uraiannya :

- Belum optimalnya aspek pemasaran sehingga pemasaran produk hanya terbatas daerah lokal jember
- Belum optimalnya sistem manajemen usaha karena masih menggunakan pola manajemen rumah tangga dalam hal pembagian kerja dan belum optimalnya sistem pembukuan baik itu harian, mingguan, bulanan dan tahunan
- Kurang efisiennya proses menjahit, karena belum memiliki mesin jahit sendiri
- Kurang efisiennya proses pemotongan bahan baku sehingga menyebabkan pembuatan tas membutuhkan waktu yang lama
- Belum optimalnya design produk, inovasi produk dan variasi produk.

TARGET DAN LUARAN

Ukuran keberhasilan program PKM kelompok kerajinan tas unik berbahan baku sampah plastik ini di Desa Karangsono Kabupaten Jember adalah dengan tercapainya target kegiatan ini, adapun target kegiatan ini adalah :

1. Perluasan pasar
2. Peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia
3. Pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha
4. Pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik
5. Peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk

Kegiatan PKM ini di harapkan memberikan luaran bagi mitra 1 dan 2, sebagai berikut :

1. Kerjasama dalam perluasan pasar antara mitra 1 dan mitra 2
2. Melaksanakan kegiatan pelatihan manajemen kepada pelaku usaha dan karyawan guna untuk meningkatkan kualitas SDM serta pelatihan pencatatan akuntansi keuangan berbasis excel
3. Mesin jahit, untuk menjahit bagian dalam tas unik berbahan baku sampah plastik

Spesifikasi :

- Merk : TYPICAL
- Type : GC6-28-1
- Berfungsi Menjahit Lurus dengan Jarum 1
- Kecepatan di atur oleh pedal gas
- Kecepatan Maksimal 2850 RPM
- Maksimal Ketebalan Bahan 10 mm
- Lebar Jahitan dapat diatur hingga 5.0 mm
- Pengangkat Sepatu dapat diangkat hingga 5,0 mm (tangan) - 13 mm (lutut)
- Sistem Pelumasan Otomatis
- Menggunakan Motor 250 Watt (Listrik bervariasi tergantung penggunaan anda)
- Posisi Standby Listrik 75 Watt.

4. Mesin pemotong bibir air kemasan gelas

Spesifikasi :

- Nama : mesin pemotong ring gelas plastic
- Berat mesin: 70kg
- Penggerak electro motor : 1hp - 750 watt
- Kecepatan hasil potong :200 250 kg / hari
- Dimensi : 45 x 65 x 80 cm
- Pisau : baja peer
- Bearing : UCP 215

5. Design produk baru sebagai pengayaan dari varians produk yang sudah ada yaitu pembuatan dompet, tempat air mineral, tempat pensil, dan tempat sampah. Inovasi produk yaitu pemanfaatan bagian bawah kemasan air mineral gelas yang awalnya dibuang dalam bentuk produk tirai jendela

METODE PELAKSANAAN

Tahapan dalam melaksanakan solusi permasalahan mitra

Dari permasalahan diatas maka ada beberapa solusi yang ditawarkan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Tahapan pertama : Pelaksanaan survey kepada mitra 1 dan mitra 2 guna mengkoordinasikan pelaksanaan program kemitraan masyarakat (PKM) tas unik berbahan baku sampah plastik.

2. Tahapan kedua : Meningkatkan kemampuan SDM melalui pelatihan usaha mulai dari manajemen keuangan sederhana, kewirausahaan, manajemen SDM, teknik inovasi produk dan manajemen pemasaran.
3. Tahapan ketiga: Praktek inovasi produk melalui mendesign produk baru, melaksanakan inovasi dan memperbanyak varians produk dengan melihat design dan varians dari beberapa website terkait produk-produk kerajinan dari kemasan air gelas.
4. Tahapan keempat : memberikan peralatan mesin jahit dan mesin pemotong bibir air kemasan gelas guna menunjang aktivitas usaha
5. Tahapan kelima : Melakukan pendampingan pemasaran oleh mitra 2 guna membantu pemasaran produk tas unik berbahan baku sampah plastik baik melalui offline maupun online.
6. Tahap keenam : Monitoring dan evaluasi

Metode Pendekatan yang ditawarkan

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :

1. Survey

Kegiatan survey dilakukan kepada mitra 1 dan mitra 2 guna untuk mengkoordinasikan program kemitraan masyarakat (PKM) tas unik berbahan baku sampah plastik.

2. Pelatihan manajemen

Pelatihan manajemen bertujuan untuk mempersiapkan mitra terjun mengelola usaha dengan baik dan berkelanjutan. Adapun materi yang disampaikan meliputi manajemen keuangan, kewirausahaan, manajemen SDM, teknik inovasi produk, dan manajemen pemasaran.

3. Praktek design, inovasi dan varians produk

Praktek design, inovasi dan varians produk di bantu oleh pengusul dengan melihat beberapa website terkait kerajinan kemasan air gelas kemudian mempraktekannya dalam bentuk beberapa varians produk seperti dompet, tempat air mineral, tempat pensil dan tempat sampah.

4. Penyerahan bantuan peralatan

Penyerahan bantuan peralatan akan dilaksanakan bersama mitra dengan pengusul, bantuan produk berupa mesin jahit dan mesin pemotong bibir air kemasan gelas yang dapat menunjang aktivitas usaha karena selama ini proses menjahit dikerjakan oleh beberapa penjahit disekitar yang tidak tergabung dalam kelompok usaha sedangkan proses pemotongan bahan baku membutuhkan waktu yang cukup lama.

5. Pendampingan pemasaran produk

Pendampingan pemasaran dibantu oleh mitra 2, dalam hal ini pemasaran akan dilakukan diwilayah lokal sampai luar kota dan pemasaran juga akan dilakukan secara online.

5. Monitoring dan evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi akan dilaksanakan secara periodik sampai mitra dapat menghasilkan produk-produk yang inovatif dan menjalankan usahanya secara berkelanjutan sehingga target dan luaran program ini bisa tercapai.

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program ini dibutuhkan partisipasi mitra, bentuk partisipasi tersebut antara lain berupa :

1. Berdiskusi dengan tim pelaksana guna menemukan berbagai permasalahan-permasalahan usaha dan mencari solusi permasalahan sekaligus target dan luaran dari program kegiatan ini.
2. Ikut memberikan masukan terkait design, inovasi maupun varians produk
3. Menyediakan tempat untuk praktek design, inovasi maupun varians produk
4. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pengoperasian mesin jahit
5. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pengoperasian mesin pemotong bibir air kemasan gelas
6. Menyiapkan tenaga kerja untuk dilatih dalam pembuatan produk baru
7. Menyiapkan pelaku usaha dan tenaga kerja untuk dilatih manajemen usaha

Evaluasi Pelaksanaan Program

Kegiatan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program akan dilaksanakan secara periodik sampai mitra mandiri dan dapat menghasilkan produk-produk yang lebih inovatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan berdasarkan identifikasi permasalahan mitra dan justifikasi pengusul tim PKM dengan mitra dan menghasilkan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan PKM tas unik berbahan baku sampah plastik pada tanggal 01 Mei 2018, dengan tahapan kegiatan sebagai berikut :

1) Tahap Pertama

Pada tahap pertama merupakan tahap awal tim PKM melakukan survey ke desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember dan mengadakan pertemuan dengan mitra 1 yaitu Bapak Muhali dan mitra 2 yaitu Bapak Heri Harsono. Dari hasil koordinasi dengan kedua mitra maka diperoleh kesepakatan bahwa pelaksanaan PKM akan dimulai pada tanggal 06 Mei 2018 dimulai dengan kegiatan pelatihan manajemen usaha, praktek desain dan inovasi produk, penyerahan bantuan peralatan, pendampingan pemasaran serta monitoring dan evaluasi.

2) Tahap Kedua

Tim PKM melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan dengan mengadakan koordinasi bersama pihak-pihak terkait yang terlibat dalam kegiatan ini, diantaranya sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan pemateri/konsultan untuk kegiatan pelatihan manajemen usaha, tentang tujuan dan target yang ingin dicapai dalam kegiatan PKM ini
- b. Melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen yang dilaksanakan di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- c. Melakukan koordinasi dengan mitra 1 dan mitra 2 untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha.

3) Tahap Ketiga

Pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan (skill) mitra, selain itu kegiatan pelatihan manajemen usaha juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar manajemen usaha mulai dari manajemen keuangan sederhana, kewirausahaan dan UMKM, manajemen sumber daya manusia, teknik inovasi produk, serta manajemen pemasaran. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha sebagai berikut :

- a. Pada tanggal 06 Mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen keuangan sederhana oleh Sukma Irdiana, S.E, M.M di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- b. Pada tanggal 07 Mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan kewirausahaan oleh Fauzan Muttaqien, S.E, M.M di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- c. Pada tanggal 08 Mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen sumber daya manusia oleh Zainul Hidayat, S.E, M.M di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- d. Pada tanggal 09 Mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan teknik inovasi produk oleh Khoirul Iffa, S.E, M.SE di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- e. Pada tanggal 10 Mei 2018 dilaksanakan kegiatan pelatihan manajemen pemasaran oleh Tri Palupi Robustin, S.E, M.M di desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Pada kegiatan ini seluruh peserta mendapatkan beberapa fasilitas sebagai berikut:

- materi pelatihan
- material kit
- uang saku dan transportasi

4) Tahap Keempat

Pelaksanaan kegiatan praktek desain, inovasi dan variasi produk yang dilaksanakan pada tanggal 14-28 Mei 2018 di rumah mitra 1 Bapak Muhali. Pada kegiatan praktek ini menghasilkan desain tas baru, inovasi produk lain berupa tempat air minum gelas, tempat sampah, tudung saji, piring, tirai pintu, tempat pensil, dsb. Dari kegiatan praktek desain, inovasi dan variasi produk mitra mendapatkan ongkos pembuatan produk baru.

5) Tahap Kelima

Tahap kelima adalah penyerahan bantuan peralatan kepada mitra yang dilaksanakan pada tanggal 04 Juni 2018 guna untuk menunjang aktivitas usaha, alat berupa mesin pemotong ring gelas plastik dan mesin jahit modern.

5) Tahap Keenam

Dilaksanakan kegiatan pendampingan pemasaran oleh mitra 2, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 08 Juni 2018. Pendampingan pemasaran dilaksanakan baik *offline* maupun *online*.

6) Tahap Ketujuh

Tahap ini merupakan tahap monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk melihat keberhasilan perwujudan program PKM ini serta memberikan pendampingan kepada mitra program dalam melaksanakan kegiatannya.

Luaran yang dicapai

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini juga menghasilkan luaran sesuai dengan harapan mitra PKM, sebagai berikut:

1. Kerjasama dalam perluasan pasar antara mitra 1 dan mitra 2
2. Sumberdaya yang terampil
3. Peralatan yang handal untuk menunjang usaha
4. Kemampuan mendesign produk baru sebagai pengayaan dari varians produk yang sudah ada yaitu pembuatan dompet, tempat air mineral, tempat pensil, dan tempat sampah. Inovasi produk yaitu pemanfaatan bagian bawah kemasan air mineral gelas yang awalnya dibuang dalam bentuk produk tirai jendela dan tudung saji

Penyelesaian permasalahan untuk mencapai target dan luaran yang telah ditentukan yang merupakan tujuan dari kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan metode yang masing-masing mempunyai maksud dan tujuan sebagai berikut:

1) Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan untuk peningkatan kemampuan dan *skill* kelompok mitra dilaksanakan melalui pelatihan manajemen usaha. Pelatihan manajemen usaha ini bertujuan untuk mempersiapkan kelompok mitra agar mampu mengelola usahanya dengan baik dan berkelanjutan. Pelatihan yang diberikan berupa : manajemen keuangan sederhana, UMKM dan motivasi kewirausahaan, manajemen sumber daya manusia, teknik inovasi produk, dan manajemen pemasaran. Dalam pelatihan ini melibatkan 5 Dosen STIE Widya Gama Lumajang yang juga merupakan tokoh kewirausahaan dan UMKM di Kabupaten Lumajang. Kegiatan pelatihan ini diikuti dengan baik dan dihadiri oleh seluruh peserta yang terdiri dari anggota mitra program sebanyak 15 (lima belas) orang dan mahasiswa sebanyak 5 (lima) orang.

2) Kegiatan Praktek Desain dan Inovasi Produk

Praktek desain dan inovasi produk ini dilaksanakan dengan praktek membuat desain tas baru, membuat inovasi produk yaitu tempat air minum gelas, tempat sampah, tudung saji, tempat pensil, dan tirai pintu. Praktek ini bertujuan agar mitra PKM bisa melaksanakan secara langsung proses inovasi produk sehingga akan dapat diterapkan secara berkelanjutan di usahanya masing-masing.

3) Penyerahan Bantuan Peralatan

Kegiatan penyerahan bantuan peralatan dalam kegiatan PKM ini dilaksanakan setelah praktek inovasi produk, hal ini disebabkan proses desain produk yang lama, dan proses pembuatan alat mesin potong ring gelas plastik yang cukup lama. Sebelum alat diserahkan, alat sudah diuji coba oleh operator.

4) Pendampingan

Kegiatan pendampingan kelompok mitra dilakukan dalam 2 (dua) bentuk sebagai berikut:

- a. Pendampingan Teknik
Pendampingan secara teknik dilakukan dengan menempatkan pendamping dan konsultan teknik secara periodik sehingga dapat memantau kegiatan mitra dan memberikan solusi atas permasalahan teknik yang terjadi.
- b. Pendampingan Pemasaran
Pendampingan pemasaran dilakukan dengan melibatkan mitra 2 dalam memasarkan produk mitra 1, pendampingan pemasaran dilakukan baik secara *offline* dan *online*, kegiatan pemasaran *offline* dilaksanakan di pasar tradisional maupun pada acara bazar/pameran sedangkan maupun kegiatan pemasaran *online* menggunakan media sosial, dan *e-commerce/ e-marketing*.

5) Monitoring dan Evaluasi

Proses yang tidak kalah pentingnya adalah monitoring dan evaluasi yang secara periodik akan dilakukan sampai kelompok mitra bisa mandiri menjalankan usahanya sehingga secara keseluruhan tujuan, target dan luaran kegiatan PKM ini dapat tercapai dengan baik.

Menurut pemantauan tim PKM, seluruh kegiatan ini dilaksanakan dengan penuh semangat dan antusias oleh seluruh peserta. Kreativitas muncul pada saat kegiatan praktek desain, inovasi dan varians produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan kegiatan PKM kelompok usaha tas unik berbahan baku sampah plastik di desa karangsono kabupaten jember ini adalah :

1. Mitra PKM memiliki keinginan yang kuat untuk mengembangkan usahanya mengingat persaingan usaha yang cukup tajam di Kabupaten Jember. Persaingan dalam produk-produk sejenis yang lebih baik.
2. Program kemitraan masyarakat (PKM) yang dilaksanakan ini mampu memberikan solusi sederhana untuk mengembangkan usaha mitra secara berkelanjutan, karena mitra dibekali dengan kemampuan manajemen dan teknik berinovasi menghasilkan produk yang inovatif dan memiliki daya saing.
3. Tercapainya target yang merupakan ukuran keberhasilan kegiatan PKM kelompok usaha tas unik berbahan baku sampah plastik di desa karangsono kabupaten jember ini yaitu: (1) Perluasan pasar, tidak hanya pemasaran *offline* yakni pemasaran *online*(2) Peningkatan kualitas manajemen sumber daya manusia, (3) Pengadaan peralatan mesin jahit untuk menunjang usaha, (4) Pengadaan peralatan mesin pemotong ring gelas plastik, (5) Peningkatan kualitas produk baik design, inovasi maupun varians produk. Kegiatan PKM ini dapat menghasilkan luaran sesuai dengan harapan mitra PKM, yaitu: (1) desain produk baru, varians produk yang lebih inovatif, (2) peralatan usaha modern, (3) sumber daya manusia yang trampil mendesign produk, (4) pengelolaan manajemen usaha yang baik, (5) perluasan pasar.
4. Kegiatan PKM ini disamping melibatkan Dosen juga melibatkan mahasiswa agar dapat memberikan pembelajaran bagi mahasiswa tentang kegiatan kewirausahaan dan kehidupan nyata yang akan dihadapi mereka setelah lulus dan terjun ke masyarakat. Mahasiswa juga mendapatkan kesempatan berbaur dengan masyarakat untuk membantu masyarakat. Juga diharapkan dapat memperoleh pengalaman praktis dalam menerapkan ilmu teoritis yang dimilikinya sehingga dapat dijadikan dasar materi kegiatan yang berkelanjutan antara lain sebagai bahan penelitian dan bahan ajar ataupun sebagai contoh kasus dalam materi kuliah yang diampu.

Saran

Tantangan terbesar justru datang pada saat pendampingan pemasaran dan praktek desain dan inovasi produk. Oleh karena itu ada beberapa saran agar kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, sebagai berikut:

- a. Perlu adanya kerjasama yang intensif antara mitra 1 dan mitra 2 dalam hal pemasaran produk.
- b. Adanya kemauan yang tinggi bagi mitra untuk mengembangkan diri dalam hal berinovasi dan pengembangan manajemennya
- c. Tantangan persaingan yang cukup ketat harus diimbangi dengan mental dan sikap yang positif dan semangat yang tinggi pantang menyerah, karena jika mitra program tidak mempunyai jiwa kewirausahaan dan kemampuan berinovasi yang kuat maka akan mudah tergilas oleh tingkat persaingan usaha sejenis.
- d. Pendampingan dan pengawasan yang intensif kepada mitra program perlu dilakukan secara periodik dan tidak berhenti sampai selesainya program PKM ini, oleh karena itu keaktifan tim PKM beserta jajaran civitas STIE Widya Gama Lumajang dalam melakukan pembinaan pada kelompok usaha ini perlu dilakukan secara berkesinambungan.
- e. Diharapkan pendanaan selanjutnya untuk kegiatan ini perlu dilaksanakan untuk membantu usaha kecil lainnya yang sejenis agar mampu berinovasi dan mampu berkembang dalam persaingan usaha yang semakin tajam.

DAFTAR PUSTAKA

- Kertopati Lesthia. 2016. *Berpartisipasi Membersihkan Laut dengan Sepatu*.
<http://www.cnnindonesia.com>. Diakses 20 februari 2017
<https://jemberkab.go.id/selayang-pandang/penduduk/>. Diakses 20 februari 2017
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. *The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth : an Analysis Using the GEM Data base*. SCALES Paper No.320
- Hadiyati, E. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Malang : Bayumedia.