



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL APSMBI

2019

**DAMPAK DIGITAL NATIVE
TERHADAP MASA DEPAN INDUSTRI
PARIWISATA INDONESIA**

JAMBI, 14 - 15 NOVEMBER 2019

Penyelenggara :

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi**

CO- HOST

**Program Studi Magister Manajemen
Pascasarjana Universitas Jambi**

MNJ-FEB.UNJA.AC.ID

Prosiding Seminar Nasional
Aliansi Program Studi Manajemen & Bisnis Indonesia (APSMBI) 2019

**DAMPAK DIGITAL NATIVE TERHADAP MASA DEPAN
INDUSTRI PARIWISATA**

Odua Weston Hotel, Jambi, 14 – 15 November 2019

Penyuting:

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A
Dr. Junaidi, S.E., M.Si
Dwi Kurniawan, S.E., M.M
Ade Perdana Siregar, S.E., M.M

Reviewer :

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A
Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si
Dr. Junaidi, S.E., M.Si
Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M
Dr. Andang Fazri, S.T., M.M

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi**

Prosiding Seminar Nasional

Aliansi Program Studi Manajemen & Bisnis Indonesia (APSMBI) 2019

DAMPAK DIGITAL NATIVE TERHADAP MASA DEPAN INDUSTRI PARIWISATA

Odua Weston Hotel, Jambi, 14 – 15 November 2019

ISBN : 978-623-92349-0-4

Penyuting:

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A
Dr. Junaidi, S.E., M.Si
Dwi Kurniawan, S.E., M.M
Ade Perdana Siregar, S.E., M.M

Reviewer :

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A
Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si
Dr. Junaidi, S.E., M.Si
Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M
Dr. Andang Fazri, S.T., M.M

Desain sampul dan tata letak :

Ade Perdana Siregar, S.E., M.M

Penerbit :

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian KM. 15 Kampus Mendalo Darat Jambi

Cetakan Pertama, November 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak (merekproduksi), mendistribusikan, atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku teks dalam bentuk apapun atau dengan cara apapun, termasuk fotokopi, rekaman, atau melalui metode (media) elektronik atau mekanis lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali dalam kasus lain, seperti diwujudkan dalam kutipan singkat atau tinjauan penulisan ilmiah dan penggunaan non-komersial tertentu lainnya diizinkan oleh perundangan hak cipta.

Panitia Seminar Nasional

Aliansi Program Studi Manajemen & Bisnis Indonesia (APSMBI) 2019

Pengarah	: Rektor Universitas Jambi
Penanggung Jawab	: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Ketua	: Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A
Wakil Ketua	: Dr. Dahmiri, S.E., M.M
Sekretaris	: 1. Dr. Musnaini, S.E., M.M 2. Ade Perdana Siregar, S.E., M.M
Bendahara	: Dessy Elliyana, S.E., M.Si
Seksi Acara	
Ketua	: Dwi Kurniawan., S.E., M.M
Anggota	: 1. Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M 2. Yenny Yuniarti., S.E., M.Si 3. Yayuk Sriayudha, S.P., M.M 4. Dian Mala Fithriani Aira., S.E., M.S.M 5. Fitri Chairunnisa, S.E., M.M
Seksi Sekretariat	
Ketua	: Dra. Erida, M.Si
Anggota	: 1. Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si 2. Hj. Adrianti, S.E., M.M 3. Lily Oktavia, S.E 4. Waginem S.Sos 5. Rossy Fristin S, S.Psi 6. Husni Raidah
Seksi Konsumsi	
Ketua	: Ade Titi Nifita, S.E., M.M
Anggota	: 1. Novita Ekasari., S.E., M.Si 2. Fitri Widiastuti. S.E., M.M 3. Sylvia Kartika WB., S.E., M.Si 4. Fenny Tialonawarmi, S.E., M.M 5. Rista Aldilla Syafri, S.E., M.M
Seksi Humas dan Dokumentasi	
Ketua	: H. Mohammad Ihsan, S.E., M.Si
Anggota	: 1. Dr. Andang Fazri, S.T., M.M 2. Garry Yuesa Rosyid., S.E., M.M 3. Muhammad Rozali, S.E., M.M 4. Delta Forza., S.E., M.Ak 5. Samsul Bahri

Sekretariat:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Jalan Raya Jambi - Ma.Bulian KM.15 Kampus Mendalo Darat, Jambi
Telp. 0741-583317

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang terus mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, serta dengan ijinNya Seminar Nasional dan *Call for Papers* dengan tema “Dampak Digital Native bagi masa depan Industri Pariwisata Indonesia”, dapat terlaksana dengan baik dan Prosiding ini dapat diterbitkan.

Tema tersebut dipilih dengan alasan untuk memberikan perhatian dunia akademik tentang pentingnya responsifnya industri pariwisata dalam menghadapi generasi digital yang sangat masif dalam era revolusi industri 4.0.

Para akademisi nasional telah banyak menghasilkan penelitian tentang penguatan dan perkembangan bisnis dan manajemen untuk menghadapi era digitalisasi dalam industri pariwisata, namun masih banyak yang belum didiseminasikan dan dipublikasikan secara luas, sehingga tidak dapat diakses oleh masyarakat yang membutuhkan. Atas dasar tersebut, Seminar Nasional ini menjadi salah satu ajang bagi para Akademisi nasional untuk mempresentasikan penelitiannya, sekaligus bertukar informasi dan memperdalam masalah penelitian, serta mengembangkan kerjasama yang berkelanjutan.

Seminar ini diikuti oleh peneliti-peneliti dari berbagai bidang ilmu dari seluruh Indonesia, yang telah membahas berbagai bidang kajian dalam bidang manajemen, akuntansi, dan ekonomi dalam rangka memberikan pemikiran dan solusi untuk memperkuat peran industri pariwisata dalam menghadapi pesatnya jumlah generasi digital native.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, dan Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI), Pemakalah, Peserta, Panitia, dan Sponsor yang telah berupaya mensukseskan Seminar Nasional ini. Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa meridhoi semua usaha baik kita.

Ketua Panitia,

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, M.B.A

KATA SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI

Dalam rangka menyambut kegiatan Sidang Pleno Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia dan Seminar Nasional Call for Paper dengan tema “ Dampak *Digital Native* Terhadap Masa Depan Industri Kepariwisata Indonesia” yang diselenggarakan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi tanggal 14-15 November 2019, sebagai tuan rumah dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi sangat menyambut baik terlaksananya kegiatan akademik ini. Segenap civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi sangat mendukung penuh kegiatan ini agar terlaksananya kegiatan dengan lancar dan sukses.

Sebagaimana yang diketahui bahwa kecenderungan dalam sektor pariwisata selalu berubah setiap waktu. Berbagai faktor pun mempengaruhi, salah satunya adalah generasi yang selalu dibicarakan, Milenial. Generasi ini seperti tidak henti-hentinya menjadi topik pembicaraan di mana pun. Namun, ternyata pengaruhnya cukup besar terhadap sebuah perkembangan pariwisata.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip dalam laporan Indonesia Millennial Report 2019, generasi milenial diproyeksi akan menjadi generasi yang mendominasi struktur demografi Indonesia. Jumlah data menyebutkan, bawa dari total populasi di Indonesia saat ini, sekitar 179,1 juta orang (67,6%) merupakan kelompok usia produktif (14-64 tahun), dan 24% dari kelompok itu atau sekitar 63,4 juta orang merupakan generasi milenial yang berusia 20-35 tahun. Dari jumlah populasi tersebut, generasi Milenial ternyata memberikan dampak signifikan bagi industri pariwisata. Hal ini didukung karena mereka merupakan generasi yang dekat dengan teknologi. Kedekatan dengan gawai contohnya, yang memudahkan akses informasi. Milenial merupakan satu-satunya generasi yang disebut '*digitally native*', atau sangat familiar dengan gawai dan teknologi.

Seiring berjalannya waktu, hal ini diselaraskan oleh para pelaku industri wisata yang berbasis digital. Traveler bisa lihat berbagai perkembangan Online Travel Agent, atau badan pariwisata yang mempromosikan tempatnya melalui media sosial. Pilihan wisata melalui teknologi pun juga bisa memudahkan dari berbagai sisi. Dari mulai melihat harga termurah, akses, sampai memesan transportasi, akomodasi dan atraksi. Tentunya, meski hal ini dipengaruhi oleh milenial, nyatanya generasi lain pun juga terbantu dengan kemajuan teknologi di industri pariwisata

Oleh karenanya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi mencoba berkolaborasi dengan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis se-Indonesia yang tergabung dalam Aliansi Program Studi Manajemen Bisnis Indonesia (APSMBI) untuk menghimpun pemikiran-pemikiran yang dapat membantu dunia usaha industri kepariwisataan Indonesia. Seminar Nasional & Call For Paper yang diselenggarakan pada tanggal 14 November 2019, Alhamdulillah dapat berjalan dengan baik. Ini semua berkat kerjasama semua pihak dalam mensukseskan kegiatan acara tersebut. Untuk itu saya selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pembicara kunci, Presenter, dan semua pihak yang telah turut serta dalam mensukseskan acara ini. Selanjutnya kami ucapkan terima kasih kepada rekan-rekan panitia yang dapat menyelesaikan dan mengkompilasi pemikiran-pemikiran dalam seminar Nasional & Call For Paper dalam bentuk Prosiding Seminar Nasional APSMBI 2019. Semoga apa yang kita lakukan dapat memberi sumbang pemikiran dan bermanfaat bagi kita semua.

Dekan

Drs. H. Amril, M.E

KATA SAMBUTAN
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI

Seiring berkembangnya teknologi banyak sektor yang mengalami perubahan. Proses perubahan yang terjadi dalam Era digital ini bukan tanpa kerugian. Satu contoh perubahannya adalah bergantinya kertas menjadi digital yang membuat semua sektor goyang bahkan sempat *collapse*, jika tidak bisa mengambil langkah tepat. Sebut saja sektor pariwisata, yang saat ini terus didorong agar mampu berkontribusi 8 persen untuk perekonomian Indonesia.

Kontribusi pariwisata memiliki dimensi yang luas, tidak hanya secara ekonomi, namun juga secara sosial politik, budaya, kewilayahan dan lingkungan. Secara ekonomi, sektor Pariwisata memberikan kontribusi nyata dalam perolehan devisa negara, pendapatan asli daerah/PAD dan juga pendapatan masyarakat yang tercipta dari usaha-usaha kepariwisataan yang dikembangkan serta membuka lapangan kerja yang luas dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi.

Sektor pariwisata memiliki posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan, khususnya bagi negara Indonesia yang memiliki aset kepariwisataan, untuk diperkuat dan diberdayakan sebagai pilar ekonomi negara. Perekonomian nasional ke depan tidak lagi dapat mengandalkan sektor minyak dan gas sebagai andalan penyumbang devisa yang menopang perekonomian, karena cadangan minyak dan gas pada saatnya akan habis dan tidak dapat tergantikan lagi, oleh karenanya sektor pariwisata menjadi sektor kunci yang diharapkan mampu menyandang fungsi penyumbang devisa.

Terkait dengan kondisi di sektor kepariwisataan Indonesia, maka dalam kegiatan Sidang Pleno APSMBI dan Seminar Nasional Call for Paper Tahun 2019, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, mengangkat tema “Dampak *Digital Native* Terhadap Masa Depan Industri Kepariwisata Indonesia”, sebagai isu sentral yang akhir-akhir ini bertumpu pada generasi milineal yang memberikan warna dan kontribusi dalam industri kepariwisataan Indonesia.

Atas nama Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, mengucapkan terima kasih kepada Ketua Umum dan Jajaran Pengurus Aliansi Program Studi Manajemen Indonesia (APSMBI) yang mendukung penuh atas terselenggaranya kegiatan ini dengan baik dan lancar, terima kasih juga kepada pembicara kunci, presenter dan undangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Kami ucapkan juga terima kasih kepada seluruh panitia yang bahu membahu membantu dalam mensukseskan kegiatan ini, serta sponsor baik institusi maupun individu yang telah berpartisipasi dan berkontribusi dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan, semoga selalu menjadi bagian kemitraan bagi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Ketua Program Studi

Dr. Asep Machpuddin, S.E., M.M

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
KATA SAMBUTAN	v
DAFTAR ISI	vii
Hubungan Keterkaitan Citra Destinasi, Kualitas Atribut Produk Wisata, <i>Word Of Mouth</i> , <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	1
Verinita, Rachmi Indrianti	
Perilaku Konsumen <i>Online</i> dalam Pariwisata Makanan.....	9
Hanan Laras Sabrina, Arina Rahmi	
Peran Minat Memediasi Pengaruh <i>Quality Service</i> Transaksi Digital terhadap <i>Costumer Satisfaction</i> Pengguna Layanan OVO	17
Asep Machpudin, Ade Titi Nifita, Garry Yuesa Rosyid	
Uji Empiris Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Dampak dan Faktor Determinasinya	23
Ruhul Fitrioso, Hariadi, Rofika	
Model Pengembangan Pasar melalui Adopsi Teknologi Konsumen dan Promosi Selebgram terhadap Pusat Oleh-Oleh Makanan Khas Jambi di Kota Jambi.....	35
Raja Sharah Patricia, Dessy Elliyana	
Peran Pemeditasian Motivasi terhadap Pengaruh Karakteristik Inti Pekerjaan dan Efikasi Diri pada Kepuasan Kerja Pebisnis <i>Online</i> di Kota Jambi	43
Nur Hasanah, Novita Ekasari	
Pengukuran <i>Self-Brand Congruity</i> pada Industri Kuliner.....	53
Andina Eka Mandasari, Mohammad Soleh Soeaidy, Ane Kurniawati	
Pengaruh <i>Food Quality</i> , <i>Price</i> , <i>Service Quality</i> dan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Intervening.....	61
Novita Sari, Ade Perdana Siregar	
Pengaruh Lingkungan Etika, Kompleksitas Tugas, Tekanan Ketaatan terhadap Auditor <i>Judgment</i> (Studi Empiris pada Badan Pemeriksa Keuangan Kota Jambi).....	71
Asrini, Yorina An'guna Bansa, Deka Veronica, Musnaini	

Ketika Kebencian Berujung pada Penghindaran: Pengaruh <i>Negative Past Experience, Negative Emotions</i> terhadap <i>Brand Hate</i> dan <i>Brand Hate</i> terhadap <i>Brand Avoidance</i> (Studi pada Pengguna Layanan Lion Air).....	79
Azizah Rozalia, Seprianti Eka Putri, Charil Afandy	
Analisis Kepuasan Kerja, Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun.....	87
Dahmiri, Wahyu Rohayati	
Analisis Dampak Input Sektor Industri dan Sektor Pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Kabupaten/Kota Provinsi Jambi Wilayah Barat	97
Emilia, Erni Achmad	
Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Romi Tour and Travel.....	105
Husni Hasbullah, Adi Ikhsan Syukri Amri	
Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan <i>Metode Economic Order Quantity (EOQ)</i> (Studi Kasus Industri Tempe Cahaya Transito).....	115
Muhammad Ridwan, Dirarini Sudarwadi, Nurlaela	
Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil	123
Netty Herawaty, Reni Yustien	
Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak dan Dampaknya terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	131
Nela Safelia, Widya Sari Wendry	
Pengaruh <i>Risk Based Bank Rating</i> dengan Pendekatan RGEC terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2018	139
Susfa Yetti, Nela Safelia	
Peranan Budaya Kerja: Analisis Kinerja Pegawai Pemerintahan Daerah Kabupaten Paser.....	149
Shalahuddin, Fadeli Rahman	
Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Produk <i>Funding</i> (Penghimpunan Dana) Perbankan Syariah di Kota Jambi	159
Ary Dean Amri, Paulina Lubis	
Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan	169
M. Ridwan, Fredy Olimsar	

Pertumbuhan Ekonomi Kota dan Pengaruhnya terhadap Kesempatan Kerja di Kota Jambi.....	181
Parmadi, Purwaka Hari Prihanto	
Era Baru: Persepsi Mendasar Wajib Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak.....	191
Gandy Wahyu Maulana Zulma, Lutfi, Muhammad Gowon	
Diterminan Volatilitas Harga Saham : Studi Kasus Sektor Pertambangan di Indonesia.....	203
Ardi Paminto, Zainal Ilmi	
Identifikasi Kebutuhan Kompetensi Karyawan Melalui <i>Job Performance Standard</i> pada Café Milenial di Kota Jambi.....	215
Dwi Kurniawan, Fenny Tialonawarmi	
Dampak Transformasi Struktural terhadap Peluang Kerja Sektor Informal di Indonesia.....	223
Purwaka Hari Prihanto, Parmadi, Rts. Ratnawati	
Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Penduduk dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Kemiskinan Kota Jambi.....	235
Faradilla Herlin; Asrini; Ratih Rosita	
Model Kewirausahaan Sosial Islam pada Komunitas Pengusaha Muslim di Kota Jambi.....	243
Sigit Indrawijaya, Nurida Isnaeni	
Analisis Determinan Ekspor Minyak Mentah Indonesia.....	253
Rahma Nurjanah, Adi Bhakti	
<i>The Influence Of Organizational Justice and Knowledge Sharing On Employees' Performance in PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area</i>	261
Robby Hendrawan, Praningrum, Gerry Suryosukmono	
Analisis Pengaruh <i>Leadership</i> dan Pengembangan Karir terhadap <i>Job Satisfaction</i> dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai.....	269
Rohman Wilian, Fitri Chairunnisa	
Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan (Studi pada Pasien Rawat Inap RS Baiturrahim Pertamedika Jambi).....	279
Suswita Roza, Ade Octavia	
<i>Experiential Marketing</i> dalam Membentuk Minat Beli Ulang Konsumen Wanita di Kota Jambi (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee).....	289
Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, Fitri Widiastuti, Istiqomah Malinda	

Analisis Aspek Kepatuhan Wajib Pajak di Wilayah Kota Jambi	297
Wiwik Tiswiyanti, Kamadie Sumanda Syafis	
Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i> Konsumen saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas)	305
Yenny Yuniarti	
Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Internal, dan Kapasitas Sumber Daya Manusia terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi pada Pemerintah Kota Jambi)	311
Yuliana, Rita Friyani	
<i>Employee's Engagement</i> , Kedisiplinan Kerja terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya pada Kinerja Sumber Daya Manusia (Studi pada Pegawai Dinas Perhubungan Kota Jambi).....	321
Sumarni, Sry Rosita, Fitri Widiastuti	
Industri 4.0: Tantangan dan Peluang Manajemen Sumber Daya Manusia Grand Hotel Jambi Meningkatkan Produktivitas.....	333
Hendriyaldi	
Inovasi Produk dan Jejaring UMKM Kerajinan Perak Koto Gadang: Suatu Pendekatan Kualitatif.....	345
Donard Games, Rahma Putri Ramadhani	
Pengaruh <i>Perceived Organizational Support</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> dengan Mediasi <i>Positive Relationships At Work</i>	351
Hendra Lukito, Florina Fitria Anwar	
Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi Maryana.....	361
Ade Titi Nifita, Feny Tialonawamarmi	
Analisis Faktor-Faktor Potensial terhadap Minat Penggunaan <i>E-Filing</i> : Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) yang Telah Dimodifikasi	371
Misni Erwati, Edy Firza	
Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan Pelayanan Medis pada Puskesmas di Kota Jambi.....	381
Reni Yustien, Netty Herawaty	
Program Loyalitas dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Operator Seluler dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	391
Mulyadi Raf, Agus Syarif	

**HUBUNGAN KETERKAITAN CITRA DESTINASI, KUALITAS ATRIBUT
PRODUK WISATA, WORD OF MOUTH, ELECTRONIC WORD OF MOUTH
(e-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

Verinita¹⁾, Rachmi Indrianti²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Padang Indonesia

Korespondensi email : verinitaarsya@eb.unand.ac.id; verinitaarsya@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of destination image, quality of tourist product attributes, word of mouth, electronic word of mouth (e-WOM) on the decision to visit Bukik Chi Nangkiak tourist destination, Solok Regency, West Sumatra Province. This type of research is an explanatory time horizon, with a quantitative approach. The sampling technique was purposive sampling with the criteria of having visited a tourist destination once and was 17 years old. The sample size used was 130 respondents. Data were analyzed using SPSS (Statistical Product and Service Solutions). The results revealed that the image of the destination, the quality of the attributes of tourism products, electronic word of mouth (e-wom) did not significantly influence the visiting decision. This is because the tourism destination Bukit Chi Nangkiak is a relatively new destination so that the image of the destination has not been formed in the minds of consumers. Therefore the destination image variable is not the main reason for the decision to visit the destination. The attribute quality variable of the tourism product is also not significant because the tourist destination has not yet provided complete facilities and infrastructures as a tourist destination because the tourism destination is still relatively new. Likewise, the word of mouth variable is not significant because the current form of word of mouth communication has been considered ineffective because the intensity of meetings between individuals is decreasing. So that only the Word of Mouth variable has a significant effect on the decision to visit. This is influenced by advances in communication technology so that these tourist destinations become viral and are recognized by visitors through social media in the form of Instagram, Facebook and what up. This indicates that technological advances play a major role in promoting tourist destinations.

Keywords : Quality Service, Interest, Costumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, kualitas atribut produk wisata, word of mouth, electronic word of mouth (e-Wom) terhadap keputusan berkunjung ke destinasi wisata Bukik Chi Nangkiak, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory bersifat time horizon, dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan kriteria pernah satu kali mengunjungi destinasi wisata dan sudah berumur 17 tahun. Ukuran sampel yang digunakan adalah 130 responden. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa citra destinasi, kualitas atribut produk wisata, electronic word of mouth (e-wom) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini disebabkan karena destinasi wisata Bukit

Chi Nangkiak merupakan destinasi yang relatif baru sehingga citra destinasi belum terbentuk di benak konsumen. Karena itu variabel citra destinasi tidak menjadi alasan utama untuk keputusan berkunjung ke destinasi tersebut. Variabel kualitas atribut produk wisata juga tidak signifikan karena destinasi wisata belum menyediakan sarana dan prasana yang lengkap sebagai destinasi tujuan wisata karena destinasi wisata yang masih relatif baru. Demikian juga dengan variabel word of mouth yang tidak signifikan karena saat ini bentuk komunikasi word of mouth sudah dinilai tidak efektif karena intensitas pertemuan antar individu yang semakin berkurang. Sehingga hanya variabel Word Of Mouth yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi komunikasi sehingga destinasi wisata ini menjadi viral dan dikenali pengunjung melalui sosial media berupa instagram, facebook dan what up. Hal ini mengindikasikan bahwa kemajuan teknologi berperan besar untuk mempromosikan destinasi wisata.

Kata Kunci :Citra Destinasi; Kualitas Atribut Produk Wisata; Word Of Mouth; Electronic Word Of Mouth (E-WOM); Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk kedalam suatu sektor kehidupan, yang menjadi peran penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat di seluruh dunia, seperti yang kita lihat telah terjadinya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, yang menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal budaya dan alam ke belahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya. Karena ingin mengenal banyak budaya dan alam hal tersebut mempengaruhi keputusan berkunjung tempat wisata oleh masyarakat yang menjadikan pariwisata merupakan kebutuhan pokok dan gaya hidup.

Di Indonesia banyak terdapat tempat wisata yang indah, salah satunya daerah Sumatera Barat. Sumatera Barat menjadi salah satu tujuan wisata favorit untuk para wisatawan dalam menikmati liburan mereka. Sumatera barat memiliki destinasi wisata yang banyak, sehingga membuat wisatawan ingin berkunjung ke daerah Sumatera Barat. Oleh karena itu, diharapkan kepada pemerintah agar mampu memanfaatkan keadaan ini untuk mengembangkan citra destinasi dan Kualitas Atribut Produk sehingga bisa menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat terkenal dengan pesona alamnya dan budaya yang masih kental. Selain itu Sumatera Barat juga disebut sebagai Ranah Minang yang menjadi surga kuliner bagi penikmat makanan. Sumatera Barat terletak dengan geografi yang terdiri dari perbukitan dan gunung membuat wisata Sumatera Barat selalu menciptakan lokasi objek wisata terbaru di Provinsi Sumatera Barat. Mulai dari wisata pantai, wisata alam, wisata budaya dan sebagainya. Salah satu daerah destinasi wisata di Sumatera Barat adalah Kabupaten Solok. Daerah yang terkenal dengan beras, sehingga dijuluki dengan sebutan Bawah Solok. Objek wisata yang ada di Kab.Solok salah satunya adalah Bukik Chi Nang Kiek. Bukik Chi Nang Kiek berlokasi di Jorong Tampunik Singkarak, Kecamatan X Koto Singkarak, Kabupaten Solok. Luas Objek wisata Bukik Chi NangKiek sebesar 2 perbukitan. Bukik Chi NangKiek direkomendasikan karena pemandangan diatas bukit sangat indah dengan berlatarkan danau Singkarak (Wisatasumbar.net, 2017).

Bukik Chi Nang Kiek merupakan objek wisata Baru yang menjadi Viral di Sumatera Barat. Oleh karena itu Objek Wisata Bukik Chi Nang Kiek harus memberikan citra yang baik agar menarik perhatian wisatawan menurut penelitian (Acintya, Farida, Shinta, 2012) Citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dalam Penelitian sebelumnya menjelaskan, semakin tinggi penilaian pada Kualitas Atribut Produk maka akan semakin tinggi juga keinginan untuk berkunjung ke tujuan destinasi tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Priyanto, Widiartanto, Sari, 2016) Kualitas atribut produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Untuk itu, setiap objek wisata harus menciptakan Kualitas Atribut Produk yang berkesan agar mendapatkan pandangan yang baik dari wisatawan, sehingga Word Of Mouth dan e-WOM (electronic-Word of Mouth) bisa terjadi pada Bukik Chi Nangkiak. Menurut (Aprilia, 2015) Word of mouth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena biasanya pengunjung akan mencari informasi sebelum mengunjungi tempat wisata. Informasi tersebut bisa didapatkan melalui media sosial yang telah dibagikan oleh wisatawan yang telah mengunjungi wisata tersebut. Menurut (Bataineh, 2015) calon pengunjung yang bertindak sebagai penerima informasi akan lebih mudah mempercayai sumber informasi yang memiliki kredibilitas tinggi, kualitas informasi yang relevan dan memiliki kuantitas yang akurat sesuai dengan keadaan lapangan. Sehingga e-WOM (electronic- Word of Mouth) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Citra Destinasi adalah persepsi seseorang terhadap karakteristik dari destinasi yang dipengaruhi oleh informasi dari promosi dan media massa dan faktor lain (Tasci dan Kozak 2006). Menurut (Gitosudarmo, 2007:188) Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Atribut produk dapat berupa sesuatu yang berwujud (tangible) maupun sesuatu yang tidak berwujud (intangible). Menurut (Rangkuti, 2009:77) Word of mouth adalah usaha pemasaran yang memicu pelanggan untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasi, dan menjual suatu produk, jasa, atau merek kepada pelanggan lain. Menurut (Gruen, 2006) mendefinisikan e-WOM sebagai sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya. Menurut (Jalilvand dan Samiei, 2012) yang menyamakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen. Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Acintya, Farida, Shinta, 2012) bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Candi Borobudur. Penelitian (Abdullah & Firdaus, 2015) bahwa Kualitas Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di tempat wisata Kabupaten Sumedang. Penelitian (Aprilia, Kumadji, Kusumawati, 2015) menyatakan bahwa Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Jawa Timur park 2. Semakin tinggi Word of Mouth maka akan semakin tinggi keputusan berkunjung. Pada penelitian (Ati Mustikasari1, 2016) menyatakan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata di Kota Bandung.

Berdasarkan kajian literatur sebelumnya dan penelitian yang telah dijelaskan, hipotesis dapat sebagai berikut di bawah ini: 1) Terdapat pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan berkunjung, 2) Terdapat pengaruh Kualitas Atribut Produk terhadap Keputusan berkunjung;

3) Terdapat pengaruh WOM terhadap Keputusan berkunjung 4) Terdapat pengaruh e-WOM terhadap Keputusan berkunjung.

METODE

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Bukik Chi nangkiek. Teknik pengambilan sampel dengan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling yaitu dengan kriteria atau karakteristik wisatawan yang pernah mengunjungi Objek Wisata Bukik Chi nangkiek minimal satu kali kunjungan. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 130 responden yang pernah berkunjung ke kawasan wisata. Teknis analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, asumsi regresi linier sederhana (uji normalitas, uji determinasi, uji korelasi, serta uji hipotesis) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Atribut Produk, WOM, e-WOM terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 130 responden yang pernah mengunjungi Objek Wisata Bukik Chi Nangkiak minimal satu kali kunjungan. Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Penghasilan/bulan, Status Pernikahan, Daerah Asal dan sudah berapa kali berkunjung ke Objek Wisata.

Tabel 1. Regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.195	.753		2.914	.004		
citra	.035	.036	.096	.970	.334	.539	1.855
kualitas	.045	.032	.149	1.396	.165	.465	2.151
wom	.193	.074	.266	2.595	.011	.501	1.994
ewom	.114	.060	.184	1.905	.059	.564	1.772

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 16.0

Sehingga dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 2,195 + 0,035 X1 + 0,045 X2 + 0,193 X3 + 0,114 X4$$

Dimana :

Y = Keputusan Berkunjung

a = Konstanta

b1,b2,b3,b4 = Koefisien masing-masing variabel

X1 = Citra destinasi

X2 = Kualitas Atribut Produk

X3 = Word of Mouth

X4 = e-WOM

Tabel 2. Uji Koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 ^a	.339	.318	1.14875

a. Predictors: (Constant), ewom, citra, wom, kualitas

Sumber: Hasil Pengolahan dengan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh nilai Adjusted R Square 0,318. Dengan demikian adanya pengaruh variabel Citra Destinasi (X1) Kualitas Atribut Produk (X2), Word of Mouth (X3), e-WOM (X4) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y). sebesar 31,8% sedangkan 68,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti Harga, minat kunjungan, lokasi, promosi dan daya tarik wisata

Tabel 3. Uji F

Model	Sum of Squares	dF	Mean Square	F	Sig
Regression	84.654	4	21.164	16,038	0,000
Residual	164.954	125	1.320		
Total	249.608	129			

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

b. Dependent Variable : Y

Sumber: Hasil Pengolahan dengan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F adalah 16,038 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 artinya variable X1, X2, X3, X4 menjelaskan variable Y secara Signifikan. Jadi variable Citra Destinasi , Kualitas Atribut Produk, Word of Mouth, Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Objek wisata Bukik Chi Nang Kiek.

Tabel 4. Tabel Uji t

Model	t hitung	t tabel	Sig	keterangan
Constant	2,914	1,97912	0,004	
X1	0.970	1,97912	0,334	Ditolak
X2	1.396	1,97912	0,165	Ditolak
X3	2.595	1,97912	0,011	Diterima
X4	1.905	1,97912	0.059	Ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan dengan SPSS 16.0

Pada tabel 4.22 dapat kita lihat nilai t hitung dan signifikansi dari setiap variable independen. Pada Variabel Citra Destinasi memiliki nilai t hitung sebesar 0,970 yang merupakan kecil dari t tabel sebesar 1,97912 (0,970 < 1,97912) dengan signifikansi sebesar 0,334 > 0,05 artinya Citra Destinasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel Kualitas Atribut Produk memiliki nilai t hitung sebesar 1.396 < dari t tabel 1,97912 dengan signifikansi sebesar 0,165 > 0,05 artinya Kualitas Atribut Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel Word of Mouth memiliki nilai t hitung 2,595 > dari t tabel 1,97912 dengan signifikansi 0,011 < 0,05 artinya Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

berkunjung. Variabel e-WOM memiliki nilai t hitung 1,905 > dari t tabel 1,97912 dengan signifikansi 0,059 < 0,05 artinya e-WOM tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.

KESIMPULAN

Citra Destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini disebabkan karena Objek Wisata Bukik Chi Nang Kiek termasuk kedalam Objek wisata yang baru. Sehingga informasi yang diperoleh pengunjung masih relatif sedikit. Dimana Citra Destinasi akan terbentuk jika Objek wisata tersebut sudah lama.

Kualitas Atribut Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini disebabkan bahwa pengunjung belum mempertimbangkan kualitas atribut produk seperti bianglala, kolam renang, flying fox, dan motor trailer APV yang disediakan di Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan oleh responden yang merujuk pada pengelola Objek wisata Bukik Chi Nang Kiek agar lebih memperhatikan Restoran/ Rumah makan baik itu dengan cita rasa, kebersihan, pelayanan, harga, promosi, kualitas makanan maupun kualitas layanan. Sehingga dimasa yang akan datang pengunjung mengingat Bukik Chi Nang Kiek sebagai tempat wisata yang memiliki kualitas atribut produk yang baik dan berkualitas.

Word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini disebabkan karena adanya penyampaian pesan yang dilakukan orang lain terhadap orang disekitarnya sehingga hal tersebut bisa memperoleh informasi sebelum melakukan kunjungan ke tempat wisata. e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini disebabkan bahwa pengunjung belum mempertimbangkan e-WOM terhadap keputusan berkunjung dikarenakan pengunjung tidak terlalu mempertimbangkan e-wom akan tetapi pengunjung lebih melakukan word of mouth dimana dengan adanya word of mouth pengunjung bisa mengajak langsung calon pengunjung. Citra Destinasi, Kualitas Atribut Produk, Word of Mouth, Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukik Chi Nang Kiek. Hal ini disebabkan bahwa Citra Destinasi suatu tempat wisata baik yang didukung dengan atribut produk yang dimiliki oleh suatu tempat wisata yang bagus maka akan menciptakan kepuasan seseorang dalam berkunjung yang akan diaplikasikan dengan adanya Word of Mouth dan e-WOM terhadap pengalaman yang dimiliki, sedangkan calon wisatawan yang ingin berkunjung biasanya memperhatikan pengalaman orang yang telah mengunjungi sebelumnya. Maka hal ini akan mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang khususnya ke Objek Wisata Bukik Chi Nangkiak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, F. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “ Jawa Timur Park 2” Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|, 24(1), 1–6.
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|, 24(1), 1–6.

- Ati Mustikasari, S. W. (2016). The Influence Of E-Wom On The Decision Comes To The, 95–103.
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 126–137. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>
- Gitosudarmo. 2007 manajemen pemasaran, BPFE. Yogyakarta
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Priyanto, R. (2016). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, (024).
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Acintya Putri¹, N. F. dan R. S. D. (2012). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Ilmu Administrasi Bisnis*, (024).
- Reza Jalilvand, M., Samiei, N., Dini, B., & Yaghoubi Manzari, P. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. *Journal of Destination Marketing and Management*, 1(1–2), 134–143. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.10.001>
- Tasci, A. D. A., & Kozak, M. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean? *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 299–317. <https://doi.org/10.1177/1356766706067603>
- <http://www.wisatasumbar.net/2017/07/bukik-chi-nang-kiek-objek-wisata.html>

PERILAKU KONSUMEN *ONLINE* DALAM PARIWISATA MAKANAN

Hanan Laras Sabrina¹⁾, Arina Rahmi²⁾

^{1,2)}Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

Korespondensi email : hananlaaras@gmail.com

Abstract.

The development of technology that is very fast and dynamic, can be utilized by businesses for their business development. Entrepreneurs and consumers can use technology through the internet to get any information needed without distance and time limit. Social media is one of the many online media that is a favorite of businesses because this media provides a way to get closer to consumers. In the food industry, business people keep up with using social media as a forum for the promotion of food products. Furthermore, the food products offered, especially traditional foods of an area, can be one of the efforts for the development of tourism, especially culinary tourism. From the findings of previous literature by (Blanca Garcia Henche, 2018) it is known that social media can be used as a communication strategy in tourism deals in this case regarding food tourism as a form of tourist experience. This study aims to examine social media marketing in tourist destinations and online consumer behavior in food and food tourism into a destination. This study uses a systematic literature review to identify consumer behavior in marketing through social media on food products to be a choice in determining tourist destinations.

Keywords: Social Media Marketing, Costumer Behavior, Food Tourism, Tourist Destinations

Abstrak.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat dan dinamis saat ini, dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk perkembangan bisnisnya. Pengusaha maupun konsumen dapat memanfaatkan teknologi melalui internet untuk mendapatkan informasi apapun yang dibutuhkan tanpa batas jarak dan waktu. Sosial media merupakan satu diantara banyak media online yang menjadi favorit bagi pelaku usaha karena media ini memberikan jalan untuk lebih dekat dengan konsumen. Dalam industri makanan, para pelaku usaha juga tidak ketinggalan untuk memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk promosi produk makanannya. Secara lebih lanjut, produk makanan yang ditawarkan, terutama makanan khas tradisional suatu daerah dapat menjadi salah satu usaha untuk perkembangan wisata, khususnya wisata kuliner. Dari temuan literature sebelumnya oleh (Blanca Garcia Henche, 2018) diketahui bahwa sosial media bisa dijadikan strategi komunikasi pada penawaran pariwisata dalam hal ini mengenai wisata makanan sebagai salah satu bentuk pengalaman wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji social media marketing pada destinasi wisata kemudian Perilaku konsumen online pada wisata makanan dan makanan menjadi sebuah destinasi. Penelitian ini menggunakan tinjauan literature sistematis untuk mengidentifikasi perilaku konsumen pada pemasaran melalui sosial media pada produk makanan untuk menjadi suatu pilihan dalam menentukan tujuan destinasi wisata.

Kata kunci: Pemasaran Media Sosial, Perilaku Konsumen, Wisata Makanan, Destinasi Wisata

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi industri primadona bagi seluruh dunia untuk memaksimalkan bertambahnya pendapatan suatu Negara (Sharma, Y & Nasreen, R, 2015). Dengan kemudahan akses melalui media sosial para konsumen online mencari tahu apa yang sedang trend atau pada suatu Negara makanan apa yang menjadi pilihan turis yang berkunjung disana lalu konsumen online melihat review dari berbagai sumber seperti google, instagram, facebook, twitter dan lainnya semua transparan dan tidak ada yang ditutup-tutupi (Luarn et al., 2015; Antoniadis et al., 2015). Namun tidak semua pelaku usaha memasarkan produknya secara online dan masih menggunakan pemasaran yang konvensional sampai saat ini. Seperti hasil temuan (Hudson et al, 2012) bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan pada emosi dan keterikatan pada merek festival, dan bahwa hubungan berbasis media sosial mengarah pada yang diinginkan. Dari temuan literature sebelumnya oleh (Blanca Garcia Henche, 2018) diketahui bahwa sosial media bisa dijadikan strategi komunikasi pada penawaran pariwisata dalam hal ini mengenai wisata makanan sebagai salah satu bentuk pengalaman wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sosial media marketing pada destinasi wisata kemudian Perilaku konsumen online pada wisata makanan dan makanan menjadi sebuah destinasi wisata. Rumusan masalahnya yaitu mengidentifikasi perilaku konsumen pada pemasaran melalui sosial media pada produk makanan untuk menjadi suatu pilihan dalam menentukan tujuan destinasi wisata. Pada literature Social media marketing yakni merupakan bentuk periklanan secara online yang menggunakan konteks kultural dari komunitas sosial meliputi jejaring sosial, dunia virtual, situs berita sosial, dan situs berbagi pendapat sosial untuk menemui tujuan komunikasi (Tuten, 2008). Di dalam social media terdapat sebuah tantangan yaitu bagaimana menciptakan konten yang efektif dalam memasarkan produk sesuai keinginan konsumen online (Jaakonmäki et al., 2017). Social media marketing dapat dimaksimalkan penggunaannya agar supaya pendapatan meningkat (Antoniadis et al., 2015) Ada tiga layanan media sosial yang paling banyak digunakan yaitu forum atau diskusi bisnis seperti misalnya di finlandia ada situs web terbesar harian bisnis bernama Kauppalehti.fi, kemudian di jejaring sosial misalnya LinkedIn dan membaca konten di situs berbagi misalnya youtube. Tiga layanan media sosial ini dianggap sangat bermanfaat untuk keperluan bisnis sebagai webinar dan podcast, peringkat pengguna dan ulasan serta pencarian (Karjaluoto, H et al, 2015) Lalu pada literature perilaku konsumen menjelaskan bahwa secara sadar setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh aktivitas lingkungan (Tilikidou, I. 2013). Perilaku konsumen adalah faktor kombinasi dari budaya, sosial, keluarga, kepribadian, nilai-nilai, dan gaya hidup (Vrontis, D. & Thrassou, A. 2007). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kautish, P & Dash, G, 2017) menunjukkan perilaku konsumen di india memiliki sikap positif terhadap peduli lingkungan mereka meminta agar produk yang ramah lingkungan. Persuasi diri memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen (Bernritter et al , 2017). Literature selanjutnya yaitu wisata makanan. Menurut (Ignatov dan Smith, 2006) mendefinisikan wisata kuliner sebagai berikut: suatu perjalanan berpergian (i) membeli atau mengkonsumsi makanan lokal atau (ii) mengamati dan meneliti proses produksi makanan (dari agricul -membawa ke sekolah memasak), dan melihat ini sebagai motivasi penting untuk berpergian atau kegiatan perjalanan yang penting. Peran Makanan yang terdapat di sebuah destinasi mampu menjadi identitas dari destinasi tersebut dikarenakan adanya seni dalam kuliner yang disajikan dari setiap kuliner yang ada hal ini disampaikan dalam sebuah konsep terkait Makanan adalah aspek budaya yang menyoroti perbedaan budaya regional, dan merupakan batu penjuror identitas budaya (Delamont, 1994). Pemanfaatan dari wisata makanan sering dipandang sebagai

keberlanjutan dalam aspek ekonomi, lingkungan bahkan lebih dari sosial dan budaya (de Jong, A., & Varley, P, 2018). Makanan menjadi sangat penting dalam pariwisata Dhofar dalam memberikan kenangan dan pengalaman wisatawan tentang apa yang mereka makan saat mengunjungi daerah tersebut (Enzenbacher, D.J, 2019).

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sosial media marketing pada destinasi wisata kemudian Perilaku konsumen online pada wisata makanan dan makanan menjadi destinasi. Penelitian ini menggunakan tinjauan literature sistematis untuk mengidentifikasi perilaku konsumen pada pemasaran melalui sosial media pada produk makanan untuk menjadi suatu pilihan dalam menentukan tujuan destinasi wisata. Topik sebagian besar diambil pada jurnal yang terkreditasi dan terindeks secara resmi. Menurut (Ngai et al, 2009) dalam mencari artikel yang relevan dalam literatur yang masih ada. Proses pencarian dimulai dengan menggunakan kata kunci yang berhubungan seperti social media marketing, perilaku konsumen dan wisata makanan. Kemudian dipilih dan dipelajari apakah relevan dengan topik yang diteliti lalu dianalisis dan diklasifikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjawab rumusan masalah yaitu mengidentifikasi sosial media marketing pada wisata makanan, peneliti mendapatkan berbagai hasil temuan penelitian yaitu, hasil penelitian (Bai, 2015) mengatakan bahwa potensi pariwisata dalam mempromosikan makanan lokal tiongkok melalui kekuatan media sosial dengan para wisatawan sangat besar. di Tainan, Taiwan media sosial mendorong bisnis pariwisata secara efektif melalui makanan yang memiliki kemampuan berkomunikasi karna masakan lokal mempunyai warisan budaya (Tsai, 2016). Media sosial membantu wisatawan dalam menjawab pertanyaan terkait perjalanan dan merencanakan perjalanan mereka yakni terhadap makanan, di mana wisatawan mencari informasi tentang berbagai jenis makanan dan restoran, khususnya di dekat daerah The Rocks (lokasi wisata bersejarah di dekat pelabuhan) Sydney, Australia (Edward, et al , 2017). Pada kasus pasar makanan di Madrid yang dilakukan oleh (Garcia Henche, B, 2018) dalam penggunaan media sosial pasar makanan tidak sama antara pasar makanan yang lainnya mulai dari penggunaan facebook, twitter maupun instagram. Menurut (Atwal, G et al, 2019) Pertumbuhan media social adalah tingginya postingan terkait hidangan makanan terutama yang unik secara budaya di restoran perancis.

Mengidentifikasi perilaku konsumen online pada wisata makanan peneliti mendapatkan berbagai hasil temuan diantaranya, wisatawan akan merekomendasikan makanan lokal Ghana, afrika barat berdasarkan pengalaman mereka (Adongo, C. A et al, 2015). Pasar makanan paling terkenal di dunia, La Boqueria di Barcelona, Spanyol menunjukkan bahwa ada empat dimensi perilaku pasar makanan di antara wisatawan yang berkunjung ke La Boqueria: interaksi dengan produsen dan penjual lokal, daya tarik indra, perhatian terhadap kesehatan, dan pengalaman makanan lokal (Crespi, 2016). Di Afrika Selatan ditemukan lima motif utama kunjungan ke festival makanan yaitu pelarian dan sosialisasi, menghasilkan persembahan dan keunikan, pengalaman sensorik, eksposur kuliner dan atribut festival dan kebaruan. Berdasarkan motif itu visitor festival makanan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu Social, Serious and Selective epicureans (Viljoen et al, 2017). Perilaku konsumsi makanan wisatawan di turki dipengaruhi oleh faktor budaya dan agama, sosial-demografis dan individu tentang makanan, paparan mereka dan pengalaman masa lalu, serta faktor motivasi dan psikologis (Caber et al, 2018). Di Malaysia Turis Gen-Y

yang merupakan pencari kebaruan yang memiliki keterlibatan aktif dengan tinjauan online keahlian memasak lebih cenderung menunjukkan niat perilaku yang lebih tinggi untuk mencicipi makanan etnis (Lim,X et al, 2019).

Mengidentifikasi makanan menjadi destinasi wisata peneliti mendapatkan berbagai hasil temuan diantaranya, makanan bukanlah alasan untuk pergi tetapi lebih sebagai pelengkap bagi pengalaman alam bagi wisatawan yang berlibur di sepanjang pantai Denmark (Therkelsen, A, 2015). Wisata makanan dari warisan mie udon sanuki membuat wisatawan domestik jepang menjadi sebuah tujuan destinasinya (Kim, S., & Ellis, A, 2015). Pengunjung ke Cordoba, Spanyol menunjukkan minat yang lebih besar dalam keahlian memasak sebagai alasan untuk aspek perjalanan (Sanchez-Cañizares, S., & Castillo-Canalejo, A. M, 2015). Di Finlandia tidak menganggap makanan sebagai hal yang sangat penting untuk pilihan tujuan atau kepuasan liburan. Meskipun para pelancong ini menikmati makanan asli, lokal, dan sehat, bagi mereka, relaksasi sangat penting (Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H, 2016). Wisatawan asing yang mengunjungi kota Córdoba, Spanyol pada gastronomi/keahlian memasak penting dan juga penyajiannya sebagai tujuan wisata (Jiménez et al, 2016). Singapura adalah tujuan populer bagi wisatawan internasional Apa yang ditawarkan memang memiliki keunggulan variasi, tetapi sebagian besar berasal dari masakan kelompok dari negara lain dan tanpa identitas Singapura itu sendiri (Henderson, J. C, 2016). Makanan lokal surabaya, indonesia menjadi salah satu tujuan wisatawan yang ingin berkunjung ke indonesia (Wijaya, S et al, 2017). Wisatawan asing yang mengunjungi kota Quito (Ekuador) menunjukkan bahwa gastronomi/ keahlian memasak makanan lokal menjadi tujuan penting ketika mengunjungi tujuan wisata (Pérez Gálvez, J. C et al, 2017). Masyarakat finlandia yang berminat berpergian menunjukkan bahwa keahlian memasak/gastronomy sebagai tujuan wisata. (Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H, 2017). Makanan hanyalah karakter pendukung sebagai tujuan makanan yang didukung oleh sumber daya pariwisata lainnya di Tainan, Taiwan (Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C.,2017). Makanan lokal Istanbul, Turki bukan sebagai destinasi wisata makanan (Okumus, B., & Cetin, G, 2018). Makanan yang dipilih adalah sup karena dapat mengingatkan kembali mengenai orang pedesaan Prancis. Festival ini juga menjadi cara mengekspresikan identitas mereka ke luar dan memperkuat keterkaitan tempat dan tren ini sesuai dengan perkembangan pariwisata pedesaan dan wisata makanan (Ducros, H. B, 2018). Di Kashmir, India menunjukkan makanan Kashmir dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mana makanan Kashmir menjadi tujuan wisata kuliner (Saqib, N, 2019). Beberapa komponen penting dalam rural tourism/pariwisata pedesaan di rusia adalah produk makanan tradisional lokal yang ramah lingkungan, akomodasi, tambahan rekreasi dan hiburan di akomodasi, kesempatan belajar budaya tradisional dan berpartisipasi dengan aktivitas bisnis dan kerajinan local (Voinova, N et al, 2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sosial media memiliki potensi yang besar untuk sarana promosi dan juga dapat mendorong perkembangan bisnis pariwisata. Konsumen memanfaatkan social media sebagai sumber utama informasi terutama dalam melakukan rencana perjalanan atau kunjungan restoran. Postingan terkait makanan sudah marak di social media, dan hal ini bisa memicu e-wom yang bisa berguna untuk meningkatkan kepopuleran serta perkembangan wisata makanan di suatu tempat.

Perilaku konsumsi makanan dipengaruhi oleh faktor budaya dan agama, sosial-demografis dan individu tentang makanan, paparan mereka dan pengalaman masa lalu, serta

faktor motivasi dan psikologis. Motif kunjungan wisata ke acara yang terkait kuliner local yaitu mendukung produk lokal, interaksi dengan produsen dan penjual lokal, daya tarik indra, perhatian terhadap kesehatan, pengalaman unik dan otentik, secara sensorik maupun emosional, waktu luang, pelarian dan sosialisasi, eksposur kuliner dan atribut festival dan kebaruan. Dengan mengetahui motif konsumsi/berkunjung wisatawan, akan membantu pebisnis makanan dan penyelenggara acara kuliner untuk menetapkan target market dan menawarkan atribut penting sehingga konsumen mendapatkan pengalaman wisata yang maksimal. Pengalaman dalam wisata kuliner memiliki pengaruh penting seperti akan adanya rekomendasi dari pengunjung terutama yang menjadikan kelompok referensi sebagai acuan. Pengalaman juga menjadi penentu untuk niat berkunjung kembali.

Ada beberapa penelitian yang menyebutkan jika makanan hanyalah pelengkap perjalanan, atau hanya menjadi salah satu alasan berkunjung. Tapi sebagian besar penelitian lain di berbagai negara setuju jika makanan local suatu negara dapat menjadi tujuan wisata, bahkan gastronomi menjadi tujuan penting.

Saran

Penelitian ini bisa menemukan kesimpulan yang berbeda jika ditambah lebih banyak literatur. Dengan metode yang lebih baik, hasil penelitian-penelitian sebelumnya mungkin bisa dijabarkan dengan lebih lengkap. Untuk pemasar, hasil penelitian dapat digunakan untuk mengenal konsumen dari perilakunya dan membuat strategi pemasaran yang sesuai. Pemanfaatan media sosial perlu dilakukan oleh semua pemasar wisata makanan untuk mencapai target market karena sosial media adalah sumber informasi dan sarana pengambilan keputusan bagi wisatawan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adongo, C. A., Anuga, S. W., & Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15, 57-64.
- Antoniadis, I., Koukoulis, I. and Serdaris, P. (2015), "Social network sites' usage among Greek students in Western Macedonia", *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, Vol. 2 No. 3, pp. 52-65
- Bai, H. (2015), "An examination of customers' adoption of restaurant search mobile applications", doctoral dissertation, Auckland University of Technology, Auckland
- Bernritter, S.F , van Ooijen, I & Müller, B.C.N, (2017). "Self-persuasion as marketing technique: the role of consumers' involvement", *European Journal of Marketing*, Vol. 51 Issue: 5/6, pp.1075-1090
- Björk, P. and Kauppinen-Räsänen, H. (2016), "Local food: a source for destination attraction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 No. 1, pp. 177-194.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2017). A destination's gastronomy as a means for holiday well-being. *British Food Journal*, 119(7), 1578-1591.
- Blanca Garcia Henche, (2018) "Urban experiential tourism marketing: Use of social media as communication tools by the food markets of Madrid", *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*.
- Caber, M., Yilmaz, G., Kiliçarslan, D. and Öztürk, A. (2018), "The effects of tour guide performance and food involvement on food neophobia and local food consumption intention", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 30 No. 3, pp. 1472-1491

- Crespi-Vallbona, M. and Dimitrovski, D. (2016), "Food markets visitors: a typology proposal", *British Food Journal*, Vol. 118 No. 4, pp. 840-857.
- de Jong, A., & Varley, P. (2018). Food tourism and events as tools for social sustainability?. *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 277-295.
- Delamont, S. (1994). *Appetites and Identities: Introduction to the Social Anthropology of Western Europe*. London, United Kingdom: Routledge.
- Ducros, H. B. (2018). "Fête de la Soupe": rural identity, self-representation, and the (re)-making of the village in France. *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 296-314.
- Edwards, D., Cheng, M., Wong, I., Zhang, J. and Wu, Q. (2017), "Ambassadors of knowledge sharing", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 No. 2, pp. 690-708.
- Garcia Henche, B. (2018). Urban experiential tourism marketing: Use of social media as communication tools by the food markets of Madrid. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25(1), 2-22.
- Henderson, J. C. (2016). Local and traditional or global and modern? Food and tourism in Singapore. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 2(1), 55-68.
- Hudson, S., Roth, M.S. and Madden, T.J. (2012). *Customer Communications Management in the New Digital Era*. Center for Marketing Studies Darla Moore School of Business University of South Carolina.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235.
- Jaakonmäki, R., Müller, O. and vom Brocke, J. (2017), "The impact of content, context, and creator on user engagement in social media marketing", *Hawaii International Conference on System Sciences*, Vol. 50, pp. 1152-1160.
- Jiménez-Beltrán, F., López-Guzmán, T., & González Santa Cruz, F. (2016). Analysis of the relationship between tourism and food culture. *Sustainability*, 8(5), 418.
- Karjaluoto, H., Ulkuniemi, P., Keinänen, H., & Kuivalainen, O. (2015). Antecedents of social media B2B use in industrial marketing context: customers' view. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Kautish, P & Dash, G, 2017. "Environmentally concerned consumer behavior: evidence from consumers in Rajasthan", *Journal of Modelling in Management* 12(4), 712-738
- Kim, S., & Ellis, A. (2015). Noodle production and consumption: From agriculture to food tourism in Japan. *Tourism Geographies*, 17(1), 151-167.
- Lim, X., Ng, S., Chuah, F., Cham, T. and Rozali, A. (2019), "I see, and I hunt", *British Food Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Luarn, P., Lin, Y.F. and Chiu, Y.P. (2015), "Influence of Facebook brand-page posts on online engagement", *Online Information Review*, Vol. 39 No. 4, pp. 505-519.
- Ngai, E.W.T., Xiu, L. and Chau, D.C.K. (2009), "Application of data mining techniques in customer relationship management: a literature review and classification", *Expert Systems with Applications: An International Journal*, Vol. 36 No. 2, pp. 2592-2602.
- Okumus, B., & Cetin, G. (2018). Marketing Istanbul as a culinary destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 340-346.
- Pérez Gálvez, J. C., Torres-Naranjo, M., Lopez-Guzman, T., & Carvache Franco, M. (2017). Tourism demand of a WHS destination: an analysis from the viewpoint of gastronomy. *International Journal of Tourism Cities*, 3(1), 1-16.

- Sanchez-Cañizares, S., & Castillo-Canalejo, A. M. (2015). A comparative study of tourist attitudes towards culinary tourism in Spain and Slovenia. *British Food Journal*, 117(9), 2387-2411.
- Saqib, N. (2019), "A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions", *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, Vol. 26 No. 2, pp. 131-151
- Sharma, Y., & Nasreen, R. (2015). Public private partnership in Delhi Tourism—a case study of Delhi Tourism and Transport Development Corporation (DTTDC). *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 5(4), 1-19.
- Therkelsen, A. (2015). Catering for yourself: Food experiences of self-catering tourists. *Tourist Studies*, 15(3), 316-333.
- Tilikidou, I. (2013), "Evolutions in the ecologically conscious consumer behaviour in Greece", *EuroMed Journal of Business*, Vol. 8 No. 1, pp. 17-35.
- Tsai, C. T. S. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*.
- Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 56-65.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Connecticut : Praeger
- Viljoen, A., Kruger, M., & Saayman, M. (2017). The 3-S typology of South African culinary festival visitors. *International journal of contemporary hospitality management*, 29(6), 1560-1579.
- Voinova, N., Arcibashev, D., Aliushin, R., & Malina, V. (2019). Interaction of agricultural and ethnographic tourism for the development of Russian regions. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(2), 247-262.
- Vrontis, D. and Thrassou, A. (2007), "A new conceptual framework for business-consumer relationships", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 25 No. 7, pp. 789-806
- Wang, W., Ying, S., Lyu, J. and Qi, X. (2019), "Perceived image study with online data from social media: the case of boutique hotels in China", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 119 No. 5, pp. 950-967 c
- Wijaya, S., King, B., Morrison, A., & Nguyen, T. H. (2017). Destination encounters with local food: The experience of international visitors in Indonesia. *Tourism Culture & Communication*, 17(2), 79-91.

**PERAN MINAT MEMEDIASI PENGARUH *QUALITY SERVICE* TRANSAKSI
DIGITAL TERHADAP *COSTUMER SATISFACTION* PENGGUNA LAYANAN OVO**

Asep Machpudin¹⁾, Ade Titi Nifita²⁾, Garry Yuesa Rosyid³⁾

^{1,2,3)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : garryyuesa@unja.ac.id

Abstract

The development of digital technology is increasing every year, various types of digital technology that exist today is a development of technology that has been there before. The presence of the digital age has helped to encourage human interest to transform digitally. The objectives in this study are: (1) Identifying the effect of digital transaction service quality on customer satisfaction of OVO users, (2) Identifying the effect of service quality of digital transactions on interests, (3) Identifying the effect of interest on customer satisfaction of OVO service users. (4) Identifying the role of interest is able to mediate the effect of digital transaction quality service on customer satisfaction of OVO service users. The population of this research is the people of Jambi City while the sample is the people of Jambi City who more than once used OVO services as many as 150 people. The data method uses path analysis. The results of the study note that quality service has a significant influence on OVO service user interest, quality service and interest have a significant influence on customer satisfaction on OVO service users and quality service has a significant influence on customer satisfaction of OVO service users through interest in Jambi City

Keywords : *Quality Service, Interest, Costumer Satisfaction*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital meningkat setiap tahunnya, berbagai jenis teknologi digital yang terdapat sekarang ini merupakan pengembangan dari teknologi yang telah ada sebelumnya. Hadirnya era digital turut mendorong minat manusia untuk bertransformasi secara digital. Tujuan dalam penelitian ini adalah : (1) Mengidentifikasi pengaruh antara quality service transaksi digital terhadap customer satisfaction pengguna layanan OVO, (2) Mengidentifikasi pengaruh antara quality service transaksi digital terhadap minat, (3) Mengidentifikasi pengaruh antara minat terhadap customer satisfaction pengguna layanan OVO. (4) Mengidentifikasi peran minat mampu memediasi pengaruh quality service transaksi digital terhadap customer satisfaction pengguna layanan OVO. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Jambi sedangkan sampelnya adalah masyarakat kota Jambi yang lebih dari satu kali menggunakan layanan OVO sebanyak 150 orang. Metode data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian diketahui bahwa *quality service* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna layanan OVO, *quality service* dan minat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna layanan OVO dan *quality service* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna layanan OVO melalui minat di Kota Jambi

Kata Kunci : *Quality Service, Minat, Costumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi bukan lagi menjadi hal yang baru untuk dibicarakan. Sebab, teknologi terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Berbagai jenis teknologi yang terdapat sekarang ini merupakan pengembangan dari teknologi yang telah ada sebelumnya. Hadirnya era digital turut mendorong manusia untuk bertransformasi digital. Disadari atau tidak, transformasi digital semakin mewabah ke berbagai sektor. Kini, transformasi digital juga tak dapat terelakkan, mengingat perkembangan teknologi di era digital yang semakin beragam. Kemampuan manusia untuk mengembangkan berbagai teknologi seakan tak memiliki titik ujung. Berkat para ahli dan kreator, beragam teknologi tak hentinya memanjakan dan membuat kehidupan manusia menjadi begitu mudah.

Minat masyarakat dengan perkembangan teknologi mulai bergeser ke arah digital. Minat menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan juga sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek.

Dengan perkembangan teknologi yang sangat maju, menggiring dan mendorong minat dari setiap manusia, diantaranya bidang financial juga memiliki perkembangan ke arah yang lebih efisien dan modern. Dalam bidang perekonomian dunia saat ini sangat penting untuk memberikan kualitas terhadap teknologi didalamnya. Teknologi dan financial memiliki hubungan yang berkaitan. Saat ini telah hadir teknologi yang mengarah pada kualitas yang baik dengan sentuhan teknologi modern di bidang jasa yang bernama Financial Technology. Di Indonesia tersedia perusahaan yang menawarkan jasa transaksi digital. Di Indonesia, salah satu perusahaan yang menawarkan transaksi digital adalah Ovo. Ovo merupakan unit bisnis pembayaran digital dari Lippo Digital Group yang berada di dalam PT Visionet Internasional. Di bawah naungan LippoX sebagai perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo, sebuah *smart financial apps* diluncurkan. Bernama Ovo, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Ovo merupakan aplikasi pembayaran Serba Bisa, Sempel, Instan dan Aman yang siap buat segala transaksi finansial jadi lebih. Aplikasi Ovo saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. Selain itu ada kemudahan transfer nominal uang yang ditawarkan dalam aplikasi. Ovo juga melakukan kerja sama dengan empat perusahaan strategis yaitu Grab, Alfamart, Moka dan Bank Mandiri. President Director Ovo Adrian Suherman mengklaim Ovo saat ini menjadi platform pembayaran dengan penerimaan terluas di Indonesia.

Berawal dari minat pelanggan dengan mempertimbangkan perkembangan layanan transaksi digital sebagai pengguna memiliki peran yang sangat penting dan menjadi faktor inti dalam penggunaan transaksi digital Layanan Ovo di Kota Jambi khususnya perkembangan transaksi digital ke arah yang lebih efisien dan modern. Diharapkan agar peran minat merupakan suatu hal yang berpengaruh dan mendorong untuk peningkatan kualitas layanan (quality service) transaksi digital terhadap kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dalam penggunaan layanan Ovo di Kota Jambi.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi pengaruh antara quality service transaksi digital terhadap customer satisfaction pengguna layanan Ovo, (2) Mengidentifikasi pengaruh antara quality service transaksi digital terhadap minat, (3) Mengidentifikasi pengaruh antara minat terhadap customer satisfaction pengguna layanan Ovo. (4)

Mengidentifikasi peran minat mampu memediasi pengaruh *quality service* transaksi digital terhadap *costumer satisfaction* pengguna layanan Ovo.

Hardiansyah (2011:41) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

Sutisna dan Pawitra (2014) mengemukakan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Fandy Tjiptono (2012:146) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya

Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui pertanyaan yang meliputi : karakteristik responden, persepsi responden tentang *quality service* transaksi digital, minat responden serta hubungannya dengan *costumer satisfaction* menggunakan layanan OVO (2) Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari tinjauan kepustakaan melalui literature, jurnal-jurnal dan situs internet yang dapat memberikan informasi sesuai dengan masalah penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan OVO di Kota Jambi sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan layanan OVO lebih dari satu kali sebanyak 150 responden

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : metode observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung agar diperoleh data yang nyata dan metode interview merupakan mendapatkan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dan tanya jawab yang berguna untuk melengkapi data yang diperoleh dengan metode sebelumnya

Data dalam penelitian dikumpulkan melalui instrumen penelitian berupa kuesioner sehingga diperlukan uji validitas dan reliabilitas agar kuesioner layak digunakan. Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah kuesioner sebagai instrument penelitian sudah tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas bertujuan untuk mencari tahu sampai sejauh mana alat ukur yang digunakan bersifat konsisten. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Berdasarkan hasil penelitian, Pengaruh langsung variabel *quality service* secara parsial terhadap variabel citra minat dan *costumer satisfaction* serta pengaruh langsung variabel minat secara parsial terhadap variabel *costumer satisfaction* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Analisis Jalur P₁

Jalur X ke Y₂ adalah jalur P₁ dengan nilai $\beta = 0.352$ dan tingkat sign = 0,033 (lebih kecil dari 0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan positif terhadap Y₂ sebesar 0,352, artinya setiap kenaikan satu point variabel X maka Y₂ akan naik sebesar 0,352

- Analisis Jalur P₂
Jalur X ke Y₁ adalah jalur P₂ dengan tingkat $\beta = 0,587$ dan tingkat sign = 0,012 (lebih kecil dari 0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan positif terhadap Y₁ sebesar 0,587, artinya setiap kenaikan satu point variabel X maka Y₁ akan naik sebesar 0,587
- Analisis Jalur P₃
Jalur Y₁ ke Y₂ adalah jalur P₃ dengan tingkat $\beta = 0,211$ dan tingkat sign = 0,007 (lebih kecil dari 0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel Y₁ berpengaruh secara signifikan positif terhadap Y₂ sebesar 0,211, artinya setiap kenaikan satu point variabel Y₁ maka Y₂ akan naik sebesar 0,211

Berdasarkan hasil perhitungan regresi dapat dihitung pengaruh tidak langsung *quality service* (X) terhadap *costumer satisfaction* (Y₂) melalui minat (Y₁), mencari pengaruh tidak langsung adalah sebagai berikut:

$$PTL (X-Y_2) = P_2 \times P_3$$

Keterangan :

PTL (X-Y₂) = Pengaruh tidak langsung variable X terhadap variable Y₂

P₂ = Pengaruh langsung variable X terhadap Y₁

P₃ = Pengaruh Y₁ terhadap Y₂

Maka dengan rumus tersebut diatas dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} PTL (X-Y_2) &= 0,587 \times 0,211 \\ &= 0,124 \end{aligned}$$

Analisis regresi dengan variabel mediasi digunakan untuk mengetahui total pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen yang terdiri dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, yakni melalui variabel mediasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$TP = P_1 + (P_2 \times P_3)$$

Keterangan :

TP = Total Pengaruh

P₁ = Pengaruh langsung variable X terhadap Y₂

P₂ = Pengaruh langsung variable X terhadap Y₁

P₃ = Pengaruh Y₁ terhadap Y₂

Maka dengan rumus tersebut diatas dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut

$$\begin{aligned} TP &= 0,352 + (0,587 \times 0,211) \\ &= 0,268 + 0,124 \\ &= 0,392 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas terlihat hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung melalui mediasi, apabila nilai total pengaruh lebih besar dari pada pengaruh langsung (TP > P₁) berarti variabel tersebut merupakan variabel mediasi. Dari perhitungan diatas Total Pengaruh (TP) sebesar 0,392 lebih besar dari pada Pengaruh Langsung (P₁) sebesar 0,352 maka variabel tersebut dapat dikatakan sebagai variabel mediasi. Keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model Analisis Path tersebut sebesar 0.392 atau 39,2% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data 39,2% dapat dijelaskan oleh model tersebut.

Quality service terhadap minat

Dalam penelitian ini, hasil analisis data tanggapan yang disampaikan responden memperlihatkan bahwa *quality service* berpengaruh signifikan terhadap minat pada pengguna layanan OVO. Besarnya pengaruh *quality service* terhadap minat adalah sebesar 0,497 dan signifikansi $0,012 < 0,05$. Angka tersebut membuktikan bahwa secara parsial variabel independen *quality service* menyangkut *tangible*, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap minat, dimana terdapat pengaruh positif yang dapat diartikan bahwa semakin baik *quality service* maka semakin baik minat pada pengguna layanan OVO

Sutisna dan Pawitra (dalam Nih Lah Julianti, 2014)” mengemukakan bahwa minat merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Faktor-faktor yang menjadi indikator *quality service* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap minat pada pengguna layanan OVO Danau Sipin Jambi.

Quality service dan minat terhadap *costumer satisfaction*

Hasil analisis data tanggapan yang disampaikan responden memperlihatkan bahwa *quality service* berpengaruh signifikan terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO. Besarnya pengaruh *quality service* terhadap *costumer satisfaction* adalah sebesar 0,452 dengan signifikansi $0,033 < 0,05$. Angka tersebut membuktikan bahwa secara parsial variabel independen *quality service* menyangkut *tangible*, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Dari hasil tersebut terdapat pengaruh positif yang dapat diartikan bahwa semakin baik *quality service* maka *costumer satisfaction* untuk menggunakan layanan OVO akan semakin meningkat.

Pada penelitian ini juga, memperoleh hasil analisis data tanggapan yang disampaikan responden memperlihatkan bahwa minat berpengaruh signifikan terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO. Besarnya pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 0,377 dengan signifikansi $0,007 < 0,05$. Dari hasil tersebut terdapat pengaruh positif yang dapat diartikan bahwa semakin baik minat konsumen terhadap layanan OVO maka *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO akan semakin meningkat. Hasil penelitian menggambarkan bahwa minat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan OVO.

Quality service terhadap *costumer satisfaction* melalui minat

Hasil analisa data tanggapan yang disampaikan responden pada pengaruh langsung memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh *quality service* terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO sebesar 0,452 dengan signifikansi $0,033 < 0,05$. Selain itu hasil analisa data tanggapan responden pada pengaruh tidak langsung memperlihatkan bahwa pengaruh *quality service* terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO melalui minat sebesar 0,124 sehingga dengan analisis regresi melalui intervening diperoleh total dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,431. Hal ini dapat diartikan bahwa jika total pengaruh lebih besar dari pada pengaruh langsung maka variabel citra desinasi dikatakan sebagai variabel mediasi. Keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model Analisis Path tersebut sebesar 0.392 atau 39,2% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data 39,2% dapat dijelaskan oleh model tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terbukti bahwa *quality service* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna layanan OVO. Berdasarkan analisis terbukti bahwa *quality service* dan minat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO. Berdasarkan analisis terbukti bahwa citra destinasi mampu memediasi pengaruh *quality service* terhadap *costumer satisfaction* pada pengguna layanan OVO

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran :Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta Rajawali Pers.
- Basu, S., & Irawan, H. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi ke-2. Yogyakarta: Liberty Offset
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia :Analisis,. Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*.Jakarta : Penerbit Salemba. Empat.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas*. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Judul 1. Jakarta : Erlangga
- Ross, P.E., 2012. Phone-y money. *Spectrum IEEE* 49 (6), 60–63.
- Sarwono, Jonathan dan K. Prihartono, *Perdagangan Online : Cara Bisnis Internet*, Jakarta Elex Media Komputindo, 2012
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*, 3rd ed. John Wiley & Sons : Inc.
- Swastha DH, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Belas. Yogyakarta : Liberty
- Sugiono, (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, F & Gregorius C. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta. Umar PT <https://fintech.id/>. diakses pada tanggal 23 Februari 2019 Pukul 23.22 WIB
- <https://www.ovo.id/about> diakses pada tanggal 23 Februari 2019 Pukul 23.18 WIB

UJI EMPIRIS KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, DAMPAK DAN FAKTOR DETERMINASINYA

Ruhul Fitrioso, Hariadi, Rofika

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau
Korespondensi email : ruhul.fitrios@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of information technology and user competencies on the quality of accounting information systems, and their impact on the quality of accounting information. To achieve the research objectives and prove the hypothesis, the study was conducted on 60 accredited higher education finance units in Riau and Riau Islands Provinces from 89 populations selected by stratified random sampling techniques, and using descriptive and verification research methods. The results of the study concluded that information technology and user competence influence the quality of accounting information systems. And the quality of accounting information systems influences the quality of accounting information. The study results can be used to solve the problem on there have no quality of accounting information system by using appropriate information technology and users who have competence in their fields.

Keywords : *Information Technology, User Competence, Accounting Information System Quality, Accounting Information Quality.*

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh teknologi informasi dan kompetensi pengguna terhadap kualitas system informasi akuntansi, serta dampaknya terhadap kualitas informasi akuntansi. Untuk mencapai tujuan penelitian dan membuktikan hipotesis, penelitian dilakukan pada 60 unit keuangan pendidikan tinggi yang terakreditasi di Provinsi Riau dan Kepulauan Riau dari 89 populasi yang dipilih dengan teknik stratified random sampling, dan menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa teknologi informasi dan kompetensi pengguna masing-masing berpengaruh terhadap kualitas system informasi akuntansi perguruan tinggi terakreditasi di Provinsi Riau dan Riau Kepulauan. Dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kualitas informasi akuntansi. Penelitian ini mampu memecahkan masalah belum berkualitasnya system informasi akuntansi pada perguruan tinggi terakreditasi di Provinsi Riau dan Riau Kepulauan dan berdampak pada kualitas informasi akuntansi melalui penggunaan teknologi informasi yang tepat dan pengguna sistem yang kompeten di bidangnya.

Kata Kunci : *Teknologi Informasi, Kompetensi Pengguna, Kualitas Sistem Information Akuntansi, Kualitas Informasi Akuntansi.*

PENDAHULUAN

Sistem informasi merupakan salah satu alat dalam organisasi yang harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi, karena sistem informasi membutuhkan teknologi informasi untuk menghasilkan informasi yang berkualitas (Valacich & Schneider, 2016:46). Kegagalan sistem informasi menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan tersebut menyebabkan kualitas informasi yang dihasilkan untuk tujuan pengambilan keputusan menjadi buruk. Sebaliknya Laudon & Laudon (2014:241) menyatakan bahwa sistem informasi yang efektif akan menghasilkan informasi yang berkualitas yang dibutuhkan pengguna.

Sistem informasi akuntansi yang berkualitas ditandai oleh indikasi-indikasi yang menunjukkan kemampuan sistem informasi akuntansi untuk mengolah data dan menghasilkan informasi akuntansi yang berguna bagi pengambil keputusan (Bodnar & Hopwood, 2013:1; Susanto, 2013:72; Laudon & Laudon, 2014:563; Stair & Reynolds, 2012:57). Karakteristik yang mengindikasikan kualitas sistem informasi, diantaranya: integrasi, fleksibel dan reliabilitas sistem (DeLone & Mclean, 2003:13). Suatu sistem terintegrasi ketika terdapat hubungan yang harmonis berbagai komponen atau sub sistem (Susanto, 2013:72), database mampu menyediakan dan berbagi data secara otomatis untuk kebutuhan berbagai pihak dalam organisasi (Baltzan, 2014), dan kesesuaian antara suatu sistem dengan sistem lain yang berhubungan (Avison & Fitzgerald, 2006:570).

Sistem dikatakan fleksibel, ketika mampu mengakomodasi perubahan yang terjadi di lingkungan organisasi, baik perubahan besar maupun kecil (Haag & Cummings, 2009:116). Perubahan dimaksud dapat terjadi pada perubahan kebutuhan informasi oleh pengguna, atau penambahan pengurangan fitur-fitur yang tersedia untuk pengolahan data (Avison & Fitzgerald, 2006:570). Keandalan sistem terlihat pada kemampuan sistem untuk meminimalisir kesalahan dan menghasilkan informasi yang benar dan konsisten (Avison & Fitzgerald, 2006). Selain itu keandalan sistem terlihat dari kemampuan sistem beroperasi full day untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Bocij, et al., 2015:44)

Penggunaan sistem informasi akuntansi yang berkualitas tersebut membantu pengguna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dengan cara memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu dan relevan (Romney & Steinbart, 2015:12; Simkin, Roce, & Norman, 2012). Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan besarnya peranan sistem informasi akuntansi menghasilkan informasi akuntansi yang berkualitas. Hasil penelitian Abdallah (2013) menyimpulkan bahwa terdapat dampak keberadaan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kualitas laporan keuangan yang disampaikan kepada Pemerintah di Yordania. Demikian halnya hasil penelitian Alrabei (2014) menemukan bahwa sistem informasi akuntansi membantu pengguna mendapatkan informasi berkualitas. Selanjutnya Fitrius (2016) menemukan pengaruh signifikan atas penerapan sistem informasi akuntansi terhadap kualitas informasi akuntansi pada rumah sakit di Provinsi Riau. Selain itu Fitrius (2018) juga menemukan adanya pengaruh signifikan sistem informasi akuntansi terhadap kualitas informasi akuntansi pada perguruan tinggi terekraditasi di Jawa.

Namun pada kenyataannya, permasalahan mengenai sistem informasi akuntansi yang belum memenuhi karakteristik kualitasnya terjadi pada beberapa organisasi pemerintahan dan swasta. Rizal Bomantama (2017) mengungkapkan bahwa Badan Pemeriksaan Keuangan (BPK) menemukan sistem informasi akuntansi dan pelaporan unit pemerintahan belum memadai, dan akuntansi serta pelaporan keuangan belum didukung oleh SDM yang memadai. Wahid (2018) selaku Kepala Badan Sistem Informasi (BSI) Universitas Islam Indonesia menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi pada Universitas Islam Indonesia

belum terintegrasi, karena pelayanan sistem yang tersedia saat ini masih terpisah-pisah, sehingga pengguna sistem harus berpindah-pindah platform untuk mengakses sistem informasi tersebut.

Observasi yang dilakukan pada beberapa perguruan tinggi di Pekanbaru dengan cara mewawancarai pelaksana dan kabag akuntansi, terungkap bahwa sistem pengolahan data keuangan fakultas belum terintegrasi dengan sistem informasi yang dimiliki kantor pusat, sehingga bagian keuangan di kantor pusat harus melakukan penginputan data kembali kedalam sistem saat menyusun laporan keuangan. Selain itu penginputan data dilakukan berulang-ulang sesuai dengan kebutuhan masing bagian.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas sistem informasi akuntansi, di antaranya teknologi informasi dan kompetensi pengguna. Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang digunakan untuk membuat, menyimpan, mempertukarkan, dan menggunakan informasi (Pearlson & Saunders, 2013:19). Wilkinson, *et al.*, (2000:88) menyatakan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan performan sistem informasi akuntansi perusahaan secara signifikan. Pernyataan tersebut didukung oleh Valacich & Schneider, (2016:46) bahwa teknologi informasi digunakan oleh sistem informasi akuntansi untuk membantu mengumpulkan, membuat dan mendistribusikan data yang berguna. Senada dengan itu Laudon & Laudon (2014:48) mengungkapkan bahwa untuk menerapkan sistem informasi secara efektif dibutuhkan teknologi informasi, dimana teknologi informasi berperan sebagai alat komputasi dan komunikasi yang memiliki kemampuan untuk menangkap data (input), proses dan atau mengkonversi, menyimpan dan menyajikan data (output) (Thomson & Baril, 2003:36).

Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan besarnya peranan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi. Hasil penelitian dari Al Duais (2013) membuktikan bahwa ada korelasi positif antara teknologi informasi dan komunikasi dan kualitas sistem informasi akuntansi. Sacer & Oluic(2013) juga membuktikan bahwa teknologi informasi memberikan kontribusi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi. Selanjutnya Quintero,*et al.*, (2015) menyatakan bahwa teknologi informasi mendukung pelaksanaan sistem informasi akuntansi dengan meningkatkan produktivitas perusahaan, seperti perbaikan kegiatan administrasi, pengambilan keputusan dan dalam penggunaan informasi. Demikian halnya hasil penelitian Azhar Susanto (2017) yang meneliti pada perguruan tinggi di Kota Bandung menyimpulkan bahwa teknologi informasi yang berkualitas berpengaruh signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi.

Faktor lain yang berpengaruh adalah kompetensi pengguna. Azhar Susanto (2013:176) menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan bagian terpenting dari komponen sistem informasi dalam dunia bisnis. Laudon & Laudon (2014:14) menjelaskan bahwa sistem informasi menjadi tidak berguna tanpa sumber daya manusia yang kompeten yang diperlukan untuk membangun dan memperbaiki sistem informasi tersebut. Lebih jauh Laudon & Laudon (2014:541) menyatakan bahwa sebuah sistem informasi tidak dapat menguntungkan organisasi, jika karyawan gagal menyumbangkan pengetahuan mereka. Selain itu Duggan & Reighelt (2006:11) menjelaskan bahwa pengguna yang kompeten dengan keterampilan dan pengalaman diperlukan untuk mengelola unsur teknis dan perilaku elemen-elemen sistem informasi dan merupakan item yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan sistem informasi yang berkualitas tinggi.

Hasil penelitian sebelumnya telah membuktikan besarnya peranan kompetensi pengguna sebagai factor penting untuk kesuksesan sistem informasi akuntansi. Haleem & Low Lock Teng (2018) membuktikan bahwa pengetahuan dan pengalaman pengguna mampu

berkontribusi terhadap keberhasilan SIA. Demikian halnya hasil penelitian Napitupulu & Dalimunthe (2015) membuktikan bahwa kompetensi pengguna sistem informasi khususnya manajer operasional dapat meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi manajemen perusahaan manufaktur di Medan.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, pertanyaan penelitian yang ditentukan adalah 1) seberapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas system informasi akuntansi; 2) seberapa besar pengaruh kompetensi pengguna terhadap kualita system informasi akuntansi; dan 3) seberapa besar pengaruh kualitas system informasi akuntansi terhadap kualitas informasi akuntansi. Sedangkan ttujuan penelitian ini adalah untuk 1) menguji besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi; 2) mengji besarnya pengaruh kompetensi pengguna terhadap kualitas sistem informasi akuntansi; dan 3) menguji besarnya pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi terhadap kualitas informasi akuntansi.

Berdasarkan uraian teori-teori dan hasil-hasil penelitian sebelumnya di atas dapat diturunkan hipotesis penelitian , sebaga berikut: 1) teknologi informasi berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi; 2) kompetensi pengguna berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi; 3) kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kualitas informasi akuntansi.

Teori-teori yang konstruksi demikian menghasilkan model penelitian yang berguna sebagai model untuk memecahkan masalah tidak berkualitas system informasi akuntansi (gambar 1).



Gambar 1: Model Penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang dimulai dengan ditemukannya fenomena penelitian tidak berkualitasnya system informasi akuntansi pada berbagai unit pemerintahan dan swasta. Pembuktian fenomena dan pengujian hipotesis dilakukan melalui penggunaan metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai kondisi yang terjadi pada saat kejadian. Pada penelitian ini metode deskriptif menyajikan keadaan sesungguhnya dari variabel teknologi informasi, komptenesi pengguna, kualitas sistem informasi akuntansi, dan kualitas informasi yang dihasilkan. Metode verifikatif digunakan untuk menguji hipoesis penelitian yang diturunkan dari teori. Penelitian ini menguji hipotesis penelitian dengan fakta di dunia nyata mengenai pengaruh teknologi informasi, kompetensi pengguna terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, dan kualitas system informasi akuntansi pengaruh kualitas informasi akuntansi.

Penelitian dilakukan pada perguruan tinggi terakreditasi di wilayah Provinsi Riau dan Riau Kepulauan dengan jumlah populasi sebanyak 89 Perguruan tinggi. Kuisoner didistribusikan kepada 77 perguruan tinggi yang dipilih dengan menggunakan stratified random sampling method. Kuisoner ditujukan kepada bagian-bagian yang terlibat dalam

proses penyusunan laporan keuangan, dan sebanyak 60 perguruan tinggi mengembalikan kuisioner dengan jumlah kuisioner kembali sebanyak 130.

Setiap pertanyaan menyediakan 5 (lima) pilihan peringkat jawaban dengan menggunakan skala likert. Pertanyaan berkonsentrasi pada apa yang dilakukan, dilihat dan dirasakan oleh responden terkait dengan teknologi informasi yang digunakan, kompetensi pengguna sistem, kualitas system informasi akuntansi, dan kualitas informasi akuntansi yang dihasilkan. Jawaban responden diolah dengan menggunakan alat statistic smart pls untuk analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis.

Berdasarkan teori yang dibangun, maka diperoleh model penelitian (gambar 1). Model pengukuran konstruks teknologi informasi, kompetensi pengguna, kualitas system informasi akuntansi, dan kualitas informasi akuntansi. bersifat reflektif baik pada tingkat pertama maupun kedua. Sedang model structural menunjukkan model pengaruh teknologi informasi, kompetensi pengguna, dan kepemimpinan transformasional terhadap kualitas SIA, dan tampaknya terhadap kualitas informasi akuntansi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata jawaban yang diperoleh dari responden atas setiap karakteristik yang diajukan mengenai variable yang diteliti. 4 indikator teknologi informasi menggambarkan teknologi informasi berada pada kategori kategori cukup dan 2 (dua) indicator berada pada kondisi baik. Kompetensi pengguna memiliki 5 indikator dan semuanya menunjukkan kategori cukup. Seluruh indikaor dari kepemimpinan transformasional menghasilkan rata-rata jawaban baik.

Karakteristik kualitas sistem informasi akuntansi menunjukkan bahwa 2 (dua) indicator menghasilkan rata-rata pada kategori kurang baik, sedangkan 5 (lima) indikator lainnya menghasilkan rata-rata pada kategori cukup. Selanjutnya karakteristik kualitas informasi akuntansi menunjukkan bahwa 3 (tiga) indicator menghasilkan rata-rata pada kategori baik, sedangkan 5(lima) indikator lainnya menghasilkan rata-rata pada kategori cukup.

Table 2: Statistik Deskriptif dari Masing-masing Variabel

	Minimum	Maksimum	Mean	Standard Deviation	Criteria
Teknologi Informasi					
TI1	2	5	4.196	0.692	Good
TI2	2	5	4.092	0.667	Good
TI3	1	5	3.182	1.142	Enough
TI4	2	5	3.627	0.909	Enough
TI5	1	5	3.694	0.839	Enough
TI6	1	5	3.667	0.758	Enough
TI7	1	5	3.579	0.816	Enough
TI	2.1	5	3.696	0.654	Enough
Kompetensi Pengguna					
KP1	2	5	3.722	0.941	Enough
KP2	2	5	3.970	0.886	Enough
KP3	2	5	3.410	0.848	Enough
KP4	2	5	3.352	0.816	Enough

KP5	2	5	3.811	0.774	Enough
KP	2	4.950	3.674	0.612	Enough
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi					
SIA1	1	5	3.047	1.189	Enough
SIA2	1	5	2.926	1.126	less good
SIA3	1	5	2.985	1.029	less good
SIA4	1	5	3.171	0.961	Enough
SIA5	1	5	3.293	0.996	Enough
SIA6	1	5	3.657	1.084	Enough
SIA7	1	5	3.271	1.399	Enough
SIA	1	4.860	3.330	0.905	Enough
Kualitas Informasi Akuntansi					
IA1	1	5	3.906	0.926	Enough
IA2	1	5	3.790	1.028	Enough
IA3	1	5	4.080	0.971	Good
IA4	1	5	3.977	0.843	Enough
IA5	2	5	3.974	0.660	Enough
IA6	1	5	3.863	0.751	Enough
IA7	1	5	3.936	0.852	Enough
IA8	1	5	4.026	0.875	Good
IA	1.25	5	3.946	0.709	Enough

Analisis Verifikatif

- Uji validitas dan reliabilitas

Model pengukuran dievaluasi untuk dinilai validitas dan reliabilitas indikator dari variable yang diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menentukan kelayakan setiap instrument penelitian mengukur konstruk penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menentukan konsistensi instrument penelitian dalam mengukur konsep yang diteliti.

Hasil uji validitas diperoleh melalui convergent validity dan discriminat validity. Factor outer loading masing-masing indikator menunjukkan nilai lebih dari 0,5 dan nilai t statistic lebih dari 1,96. Hasil uji AVE menunjukkan nilai AVE dari setiap konstruks lebih dari 0,5. Uji discriminat validity menunjukkan bahwa nilai korelasi setiap indikator dengan konstruksnya lebih tinggi dibandingkan dengan konstruks lainnya. Selanjutnya dari hasil perbandingan korelasi laten variable dengan akar AVE konstruk menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih besar dibandingkan korelasi laten variabelnya. Berdasarkan hasil uji di atas dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konsep teknologi informasi, kompetensi pengguna, kepemimpinan transformasional, system informasi akuntansi dan kualitas informasi akuntansi adalah valid.

Reliabilitas dari indikator pengukuran dapat dilihat dari dari output composite reliability atau cronbach's alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai composite reliability atau cronbach's alpha lebih dari 0,708, kecuali konstruks akurat yang menghasilkan nilai

cronbach's alpha 0,627 kurang dari 0,708, tetapi nilai composite reliability sebesar 0,838 lebih dari 0,708. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indicator-indikator yang digunakan sebagai pengukur variable memenuhi kriteria reliable.

- Uji Hipotesis (Evaluasi model structural)

Uji hipotesis dilakukan melalui evaluasi model struktural. Evaluasi model struktural digunakan untuk membuktikan bagaimana data empiris mendukung konsep atau teori yang dikonstruksi dan menghasilkan hipotesis (Hair, 2013).

Tabel 3 Evaluasi Model Struktural

	Original Sample	T Statistics	P Value	R Square
TI -> KSIA	0,550	4,115	0,000	0,596
KP ->KSIA	0,303	2,286	0,023	
KSIA ->KIA	0,685	7,575	0,000	0,470

Hasil evaluasi R Square menunjukkan bahwa nilai R Square kualitas SIA sebesar 0,596. Hasil menunjukkan bahwa konstruks teknologi informasi dan kompetensi pengguna mampu menjelaskan kualitas SIA sebesar 59,60%, sedangkan sisanya sebesar 40,40% dijelaskan oleh variable lain. Selanjutnya variable kualitas SIA mampu menjelaskan kualitas informasi akuntansi sebesar 47,00%, sedangkan sisanya sebesar 53,00% dijelaskan oleh vaiabel lain.

Uji hipotesis dimaksudkan untuk menentukan pengaruh teknologi informasi, kompetensi pengguna, dan kepemimpinan transformasional terhadap kualtas SIA dan pengaruh kualitas SIA terhadap kualitas informasi akuntansi.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa t statistic dari teknologi informasi menghasilkan nilai 4,115 lebih besar 1,96 dengan P value 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi. Selanjutnya t statistic dari kompetensi pengguna menunjukkan nilai 2,286 lebih besar 1,96 dengan P value 0,026 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa kompetensi pengguna berpengaruh terhadap kualitas system informasi akuntansi. Kemudian t statistic dari Kualitas Sistem Informasi Akuntansi menunjukkan nilai 7,575 lebih besar dari 1,96 dengan P value lebih 0,000 kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas system informasi akuntansi berpengaruh terhadap kualitas informasi akuntansi.

Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan secara empiris bahwa system informasi akuntansi pada perguruan tinggi terakreditasi di Riau dan Kepulauan Riau belum berkualitas, dimana system belum terintegrasi, tidak fleksibel dan tidak handal. Sistem belum teritengrasi terbukti secara empiris karena terdapat gap bahwa system informasi akuntansi perguruan tinggi belum terhubung dengan system pada organsiasi terkait. Selain itu system belum terintegrasi juga terlihat dari penggunaan data oleh bagian akuntansi yang bersumber dari bagian lain belum dilakukan secara otomatis, proses penginputan data masih dilakukan secara manual.

Sistem informasi akuntansi tidak fleksibel terbukti secara empiris karena system informasi akuntansibelummampu menyediakan fitur-fitur pilihan alterative untuk kebutuhan penyediaan informasi yang diperlukan pengguna.Selain itu system informs yang berlaku tidak mudah dimodifikasi sesuai kebutuhan yang diinginkan. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa sistem informasi akuntansi belum handal, dimana sisitem informasi

akuntansi perguruan tinggi belum mampu meminimalkan kesalahan-kesalahan pencatatan atau input data, system tidak beroperasi fullday dan penggunaan kata sandi tidak dilakukan secara tepat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi. Hasil tersebut didapat setelah diperoleh t hitung sebesar 4,115 lebih besar dari t table sebesar 1,96 dengan signifikansi pada p value 0,00. Sedangkan besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi ditentukan oleh nilai korelasi sebesar 0,550.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Valacich & Schneider, (2016:46) teknologi informasi digunakan oleh sistem informasi akuntansi untuk mengumpulkan, membuat dan mendistribusikan data yang berguna. Selain itu sistem informasi akuntansi secara efektif membutuhkan teknologi informasi yang membentuk sistem informasi tersebut (Laudon & Laudon, 2014:48).

Selanjutnya hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari Al Duais (2013), Sacer & Oluic(2013), Quintero, *et al.*, (2015), dimana ada korelasi positif antara teknologi informasi dan komunikasi dengan kualitas sistem informasi akuntansi, dan teknologi informasi memberikan kontribusi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi. Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya teknologi informasi yang berkualitas berpengaruh signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi (Azhar Susanto, 2017).

Hasil uji empiris ini memberikan gambaran bahwa sistem informasi akuntansi, yang dicirikan oleh integrasi, fleksibilitas dan keandalan sistem memerlukan peranan penggunaan teknologi informasi yang tepat dan pengguna yang memiliki kompetensi.

Teknologi informasi merupakan alat yang digunakan untuk membantu sistem informasi akuntansi dalam mengelola data-data yang tersedia menjadi informasi yang digunakan oleh para pengguna informasi dalam pengambilan keputusan. Untuk meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi dibutuhkan peranan Teknologi informasi yang memiliki karakteristik: *functionable*, *compatibility* dan *maintainability*. Dari dimensi *functionable*, dibutuhkan teknologi penyimpanan data dan kecepatan yang memadai. Dari dimensi *compatibility*, teknologi informasi yang digunakan harus memiliki kesesuaian spesifikasi minimal yang diperlukan, sehingga hardware, software dan jaringan komunikasi akan berinteraksi dengan baik. Selain itu teknologi informasi yang digunakan harus beroperasi dengan sistem lain dengan mudah. Selanjutnya dari aspek *maintainability*, teknologi informasi yang digunakan harus didukung oleh ketersediaan suku cadang, layanan perbaikan yang memadai dan teknologi mudah beradaptasi dengan perubahan kapasitas hardware, software dan jaringan komunikasi, sehingga tidak mengganggu operasionalisasi sistem informasi.

Kompetensi pengguna merupakan kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu pengguna sistem untuk melaksanakan dan menyelesaikan tugas yang mereka terima di dalam organisasi sehingga kemampuan ini menjadi faktor penentu keberhasilan mereka dalam bekerja. Sistem informasi akuntansi yang berkualitas membutuhkan peranan kompetensi pengguna dengan karakteristik memiliki pengetahuan dan keahlian. Dari dimensi pengetahuan, pengguna sistem harus memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Selain itu pengguna sistem harus memiliki pengalaman yang cukup dalam penerapan sistem informasi akuntansi. Dari aspek keahlian yang dimiliki pengguna, pengguna sistem harus mempunyai kemampuan yang andal untuk menganalisis setiap permasalahan dalam penerapan sistem, kemudian mereka akan

memunculkan ide-ide baru untuk memecahkan masalah demikian, dan secara fisik mereka mampu dan handal untuk mengoperasikan sistem informasi akuntansi yang tersedia.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kualitas system informasi akuntansi berpengaruh terhadap kualitas informasi akuntansi, dimana t statistic sebesar 10,811 lebih besar dari nilai kritisnya. Hasil penelitian ini juga menggambarkan bahwa peningkatan kualitas system informasi akuntansi meningkatkan kualitas informasi yang dihasilkan. Hasil penelitian sejalan dengan pendapat Stair & Reynold, 2012:50, bahwasistem informasi akuntansi yang memiliki kualitas fleksibel, aksesibel dan efisien akan menyajikan informasi secara tepat waktu. Demikian halnya pendapat Romney & Steinbart (2015:12) bahwa sistem informasi akuntansi membantu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dengan cara memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya, antara lain: Abdallah (2013), Alrabei (2014), Fitrioso (2016), dan Fitrioso (2018), dimana penerapan system informasi akuntansi mempengaruhi kualitas informasi akuntansi yang dihasilkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Teknologi informasi dan kompetensi pengguna masing-masing mempengaruhi kualitas system informasi akuntansi perguruan tinggi terakreditasi di Provinsi Riau dan Riau Kepulauan. Kualitas system informasi akuntansi mempengaruhi kualitas informasi akuntansi yang dibutuhkan untuk pengambil keputusan. Lemahnya kualitas system informasi akuntansi perguruan tinggi terakreditasi pada Provinsi Riau dan Riau Kepulauan karena system informasi yang digunakan belum terintegrasi, tidak fleksibel dan tidak handal, sehingga berdampak terhadap kualitas informasi akuntansi dihasilkan. Untuk meningkatkan kualitas system informasi akuntansi dibutuhkan peranan teknologi informasi dan pengguna yang berkompeten, sehingga informasi akuntansi yang dihasilkan berkualitas.

Hasil penelitian ini mampu memecahkan masalah belum berkualitasnya system informasi akuntansi pada perguruan tinggi terakreditasi di Provinsi Riau dan Riau Kepulauan dengan menggunakan teknologi informasi yang tepat dan sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya.

Saran

Kualitas sistem informasi akuntansi perguruan tinggi terakreditasi di Provinsi Riau dan Kepulauan Riau dapat diperbaiki dan ditingkatkan dengan cara: 1) mengintegrasikan system informasi, baik antar komponen atau sub system, integrasi penggunaan data, maupun kesesuaian antar system terkait, 2) membangun sistem informasi akuntansi yang fleksibel, yang dicirikan oleh ketersediaan aplikasi yang memiliki berbagai menu fitur pilihan dan kemudahan aplikasi system dimodifikasi; dan 3) menyediakan system informasi akuntansi yang andal, yang dicirikan dengan penggunaan “kata sandi” untuk masuk ke dalam system tertentu, ketersediaan informasi jika proses input salah dan pengoperasian system selama 24 jam penuh.

Untuk dapat meningkatkan kualitas system informasi akuntansi tersebut dibutuhkan teknologi informasi yang memiliki kriteria: compatible, maintainable dan functionable, sedangkan untuk menjalankan system informasi akuntansi digunakan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dibidangnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Riau yang telah membantu membiayai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, 2013, The Impact of Using Accounting Information Systems on the Quality of Financial Statements Submitted to the Income and Sales Tax Departement in Jordan. *European Scientific Journal*. Special Edition Vol.1
- Al Duais, Fahd M.S. 2013, Effect of Information Technology and Communication on the Quality of Accounting Information System: a Case of SMEs at Ibb City (Yemen), *International Journal of Innovation and Applied Studies* Vol. 4 No. 1 Sep. 2013, pp. 114-127.
- Alrabei, A.D.A. 2014. The Impact of Accounting Information System on the Islamic Banks of Jordan: An Empirical Study. *European Scientific Journal*. Edition vol.10, No.4
- Haleem, A., & Low Lock Teng, K., 2018, Impact of User Competency on Accounting Information System Success: Banking Sectors in Sri Lanka
- Avison, D. & Fitzgerald, G. 2006. *Information Systems, Development Methodologies, Techniques & Tools*. 4th Edition International. McGraw-Hill.
- Susanto, A., 2013, Sistem Informasi Akuntansi: Struktur-Pengendalian- Resiko-Pengembangan, Edisi Perdana, Lingga Jaya. Jakarta.
- Susanto, A., 2017, Second Order for Measuring the Impact of Information Technology on the Quality of Accounting Information System Research at Higher Education in Bandung, *Journal of Engineering and Applied Sciences* 1294): 1018-1027.
- Baltzan, P. 2014. *Business Driven Information Systems*. 4th Edition. International Edition. McGraw-Hill/Irwin. New York.
- Bocij, P., Greasley, A. & Hickie, S. 2015. *Business Information Systems: Technology, Development and Management for the E-Business*. Fifth Edition. Pearson Education Limited
- Bodnar, G.H. & W.S. Hopwood. 2013. *Accounting Information Systems*. Eleventh Edition. Pearson Education Inc. Prentice Hall. New Jersey
- DeLone, W.H. & McLean, E.R. 2003. The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*. Spring. Vol. 19. No. 4.
- Duggan, E.W. & Reichgelt, H. 2006. *Measuring Information Systems Delivery Quality*. Idea Group Inc. Hershey
- Fitrios, R., 2016, Factors That Influence Accounting Information System Implementation And Accounting Information Quality, *International Journal of Scientific & Technology Research*, Volume 5, Issue 04, April 2016, ISSN 2277-8616.
- Fitrios, 2018, The Influence of Environmental Uncertainty on The Accounting Information Systems Quality and its Impact on The Accounting Information Quality, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 15 November, Vol 96, No 21.
- Haag, S., & Cummings, M. 2009. *Information Systems Essentials*. 3rd edition. McGraw-Hill/Irwin.
- Haleem, A., & Teng, K.L.L., 2018, Impact of User Competency on Accounting Information System Success: Banking Sectors in Sri Lanka, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(6), 167-175

- Laudon, K.C.& Laudon, J.P. 2014. *Management Information Systems, Managing the Digital Firm*. Thirteenth Edition. Prentice Hall.
- Napituputulu, Ilham H., & Dalimunthe, Abdul R. 2015, “The Influence of Information System User Competency and the Quality of Management Accounting Information Systems on User Satisfaction”, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9(31) September 660-667
- Pearlson, K.E., & Saunders, C.S. 2013. *Managing and Using Information Systems A Strategic Approach*. 5th edition. Jhon Wiley & Son, Inc.
- Petter, S.DeLone, W.&McLean, E. 2008. Measuring Information Systems Success: models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems* 17, 236–263 & 2008 Operational Research Society Ltd.
- Quintero, M. Mora, A. & Abrego, A. 2015. Enterprise Technology in Support for Accounting Information Systems, An Innovation and Productivity, Approach JISTEM - *Journal of Information Systems and Technology Management*. *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*. Vol. 12, No. 1, Jan/Apr
- Rizal Bomantama, 2017, BPK Temukan 1.137 Ketidapatuhan dalam Laporan Keuangan Pemerintah, <http://www.tribunnews.com/nasional/2017/10/04/bpk-temukan-1137-ketidapatuhan-dalam-laporan-keuangan-pemerintah>
- Romney, M.B.&Steinbart, P.J. 2015. *Accounting Informations Systems*, Thirteenth Edition. Pearson Education Limited. Edinburgh Gate.
- Sacer, I.M. & Oluic, A. 2013. Information Technology and Accounting Information Systems Quality in Croatia Middle and Large Companies. *Journal of Information and Organizational Sciences (JIOS)*, Vol. 37, No 2.
- Simkin, M.G. Roce, J.M. dan Norman, C.S. 2012. *Core Concepts of Accounting Information Systems*. Twelfth Edition. John Wiley & Son Inc.
- Stair, R. & Reynolds, G. 2012. *Fundamental of Information Systems*. Sixth Edition. Course Technology. Cengage Learning.
- Thomson, R. & Baril, W.C. 2003. *Information Technology and Management*. 2nd Edition. Mc.Graw-Hill. USA.
- Valacich, J.S. & Schneider, C. 2016. *Information Systems Today: Managing in the Digital World*, 7/e, Global Edition, Pearson Education Limited
- Wahid, F. 2018, UII-menyongsong-era-layanan-sistem-informasi-terintegrasi <https://www.uii.ac.id/uii-menyongsong-era-layanan-sistem-informasi-terintegrasi/>
- Wilkinson, J.W. Cerullo, M.J. Raval, V. dan Wong on Wing, B. 2000. *Accounting Informaton Systems Essential Concepts and Applications*. Fourth edition. John Wiley and Son. Inc.

**MODEL PENGEMBANGAN PASAR MELALUI ADOPSI TEKNOLOGI
KONSUMEN DAN PROMOSI SELEBGRAM TERHADAP PUSAT
OLEH-OLEH MAKANAN KHAS JAMBI DI KOTA JAMBI**

Raja Sharah Patricia¹⁾, Dessy ELLIYANA²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email: raja.sharah@gmail.com; dessyelliiana0587@unja.ac.id

Abstract

The development of information technology (IT) has changed the way and business map today. Use of the Internet and Electronic Data Interchange (EDI) to support the exchange of information and transactions. Many studies have been conducted to see the diffusion and adoption of IT by businesses, be it business or for a large-scale business enterprises SMEs. In general the ultimate goal of this research is to formulate a market development model through the adoption of consumer technology and selebgram promotion. In particular, the aim is to formulate a development strategy through the adoption of consumer technology markets, namely the adoption of information technology and the promotion of SMEs selebgram on Pusat Oleh-Oleh Makanan Khas Jambi in Jambi.

Keywords : Information Technology (IT), Electronic Data Incharge (EDI), Adoption of Consumer Technology

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi (TI) telah mengubah cara dan peta bisnis saat ini. Penggunaan Internet dan Electronic Data Interchange (EDI) untuk mendukung pertukaran informasi dan transaksi. Banyak penelitian telah dilakukan untuk melihat difusi dan adopsi TI oleh kalangan bisnis, baik itu bisnis berskala besar maupun untuk usaha bisnis UMKM. Secara umum tujuan akhir penelitian ini adalah untuk merumuskan model pengembangan pasar melalui adopsi teknologi konsumen dan promosi selebgram. Secara khusus tujuan adalah merumuskan strategi pengembangan pasar melalui adopsi teknologi konsumen yaitu adopsi teknologi informasi dan promosi selebgram pada UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi di Kota Jambi.

Kata Kunci :Teknologi Informasi, Electronic Data Interchange, Adopsi Teknologi Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi (TI) telah mengubah cara dan peta bisnis saat ini. Penggunaan Internet dan Electronic Data Interchange (EDI) untuk mendukung pertukaran informasi dan transaksi. Banyak penelitian telah dilakukan untuk melihat difusi dan adopsi TI oleh kalangan bisnis, baik itu bisnis berskala besar maupun untuk usaha bisnis UMKM.

Survei yang dilakukan oleh OECD (1993) menemukan bahwa adopsi TI oleh UKM masih rendah dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar. Salah satunya adalah masih rendahnya pengetahuan akan potensi TI memajukan bisnis. Studi yang dilakukan oleh

Lefebvre et al (1991) menemukan bahwa terapat empat faktor yang menentukan adopsi teknologi baru oleh UKM, yaitu : 1) karakteristik UKM, 2) strategi dan manajemen kompetensi UKM, 3) pengaruh pihak internal dan eksternal dalam proses pengambilan keputusan adopsi, dan 4) karakteristik teknologi baru yang diadopsi.

Teknologi informasi dapat dilihat sebagai sebuah inovasi yang proses difusinya melibatkan dua sisi yaitu sisi penawaran (supply side) dan sisi permintaan (demand side), (Tornatzky dan Fleischer, 1990). Sisi penawaran meliputi pembuatan, produksi, dan difusi inovasi, sedang sisi permintaan berfokus pada adopsi dan aplikasi inovasi. Kecepatan difusi sebuah inovasi dipengaruhi oleh empat elemen, yaitu ; 1) karakteristik inovasi, 2) kanal komunikasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan manfaat inovasi, 3) waktu sejak inovasi diperkenalkan, dan 4) sistem sosial tempat inovasi berdifusi, (Rogers, 1995).

Teknologi informasi, khususnya internet, juga telah memfasilitasi UKM dalam proses inovasi. Informasi adalah unsur penting dalam proses inovasi dan internet merupakan sumber informasi yang relevan untuk pengembangan inovasi, (Kristiansen et al, 2005). Selain itu, perkembangan era media sosial juga sangat mempengaruhi keberlangsungan unit usaha dalam hal ini UMKM. Salah satu media sosial dalam penelitian ini yaitu Instagram, dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang juga mendapatkan rating tinggi diantara media sosial lainnya dalam suatu bisnis untuk mempromosikan usahanya. Selain pengguna instagram yang sangat banyak dan berasal dari berbagai kalangan, media sosial ini juga bagus untuk para pebisnis karena mereka akan lebih mudah membagikan produk dan konsumen dimudahkan untuk melihat langsung gambar dan dapat berinteraksi langsung dengan pemilik akun, (Andriawan, 2016). Salah satu media promosi dalam instagram yang sedang berkembang saat ini yaitu melalui promosi dengan menggunakan jasa selebram. Selebgram yang telah mempunyai *followers* yang cukup banyak dan telah dikenal oleh sebagian besar pengguna intagram mempunyai daya tarik tersendiri untuk mempromosikan suatu produk/jasa, dimana mereka mempromosikan suatu produk/jasa tertentu yang kemudian dikomentari oleh para *followers* yang tertarik dengan produk tersebut.

Dalam kondisi untuk memajukan pengembangan dan pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh, maka pemberdayaan dan pengembangan UMKM menjadi salah satu strategi yang harus dilakukan secara menyeluruh. Selain itu, penting untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Jambi agar perkembangan UMKM terus mendominasi dan bertahan dalam menjalankan usahanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed method*), yaitu kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun tipe penelitian kombinasi yang digunakan adalah *Sequential Exploratory Design*, yaitu pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian mengenai model pengembangan pasar melalui adopsi teknologi konsumen dan promosi selebgram pada UMKM pusat oleh-oleh makanan khas Jambi di Kota Jambi. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian tersebut merupakan pusat oleh-oleh makanan khas Jambi di Kota Jambi. Pengumpulan data di lapang dilakukan selama enam bulan.

Adapun tahapan penelitiannya adalah ;

Tahap Kualitatif

Langkah (1) Masalah dan Potensi

Masalah penelitian ini adalah belum adanya model pengembangan pasar dengan menggunakan adopsi teknologi konsumen dan promosi selebgram pada UMKM pusat oleh-oleh khas Jambi di Kota Jambi. Potensi adalah populasi UMKM pusat oleh-oleh khas Jambi yang sedang berkembang tetapi tidak disertai dengan memperhatikan perkembangan usaha bisnis yang saat ini.

Langkah (2) Kajian Teori

Kajian teori dalam tahapan penelitian kualitatif ini menggunakan Pendekatan Interpretif Fenomenologi. Pendekatan ini berupaya mencari makna untuk menganalisis cara manusia menginterpretasikan tindakan sosialnya dan memberinya makna.

Langkah (3) Pengumpulan Data dan Analisis Data

Pengumpulan data dalam pendekatan Interpretif Fenomenologi menggunakan pendekatan *indepth interview* (wawancara mendalam), observasi dan dokumentasi kepada UMKM pusat oleh-oleh khas Jambi di Kota Jambi. Langkah pengumpulan data ini berakhir ketika sudah diperoleh informasi yang dianggap cukup oleh peneliti. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut : 1) Reduksi data; 2) Analisis domain; 3) Penarikan Kesimpulan, Verifikasi dan Refeksi.

Langkah (4) Temuan Hipotesis

Pada langkah temuan hipotesis ditemukan indikator dan variabel. Hasil temuan indikator dan variabel tersebut digunakan untuk mengetahui pola hubungan antar indikator, indikator dengan variabel, dan variabel dengan variabel dalam model pengembangan pasar dengan menggunakan adopsi teknologi konsumen dan promosi selebgram pada UMKM pusat oleh-oleh khas Jambi di Kota Jambi.

Tahap Kuantitatif

Langkah (5) Populasi dan Sampel

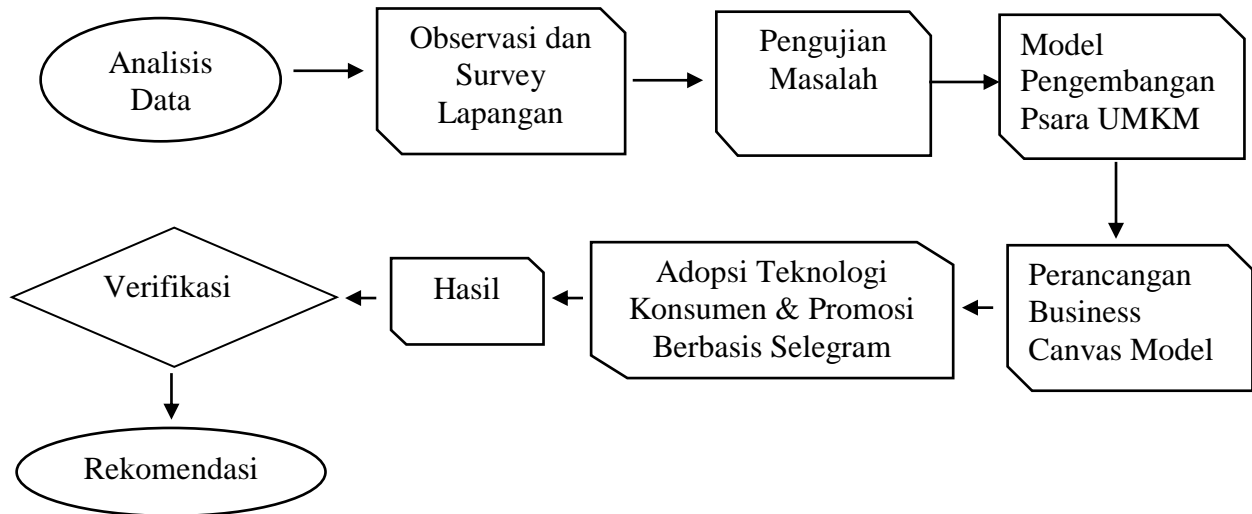
Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM pusat oleh-oleh khas Jambi di Kota Jambi. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* tipe *judgement sampling*. Menurut Jogiyanto (2010), *judgement sampling* adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang didasarkan dari hasil penelitian kualitatif.

Langkah (6) Metode Pengumpulan Data

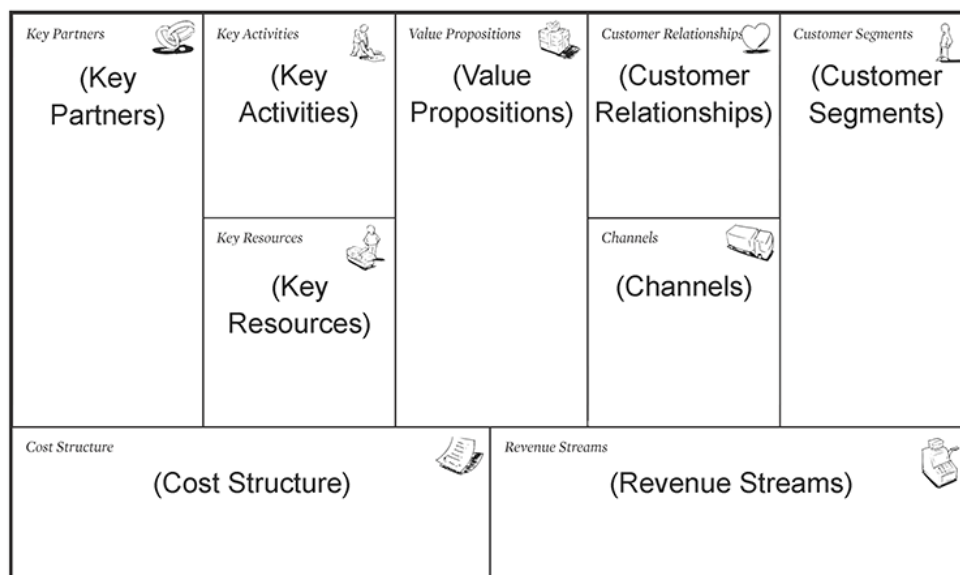
Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka.

Langkah (7) Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif. Berikut ini adalah alur dalam tahapan-tahapan penelitian :



Gambar 1. Bagan Alir Tahapan Penelitian



Gambar 2. Bisnis Model Canvas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum adopsi teknologi informasi pada UMKM khususnya UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi sangatlah rendah. Hal ini juga dilihat dari penggunaan teknologi informasi oleh UMKM yang masih belum menyentuh tataran strategis baik itu dalam hal kegiatan operasional maupun dalam strategi pemasarannya.

Tingkat penggunaan teknologi informasi menunjukkan seberapa tinggi atau efektif dalam penggunaan teknologi informasi pada UMKM pusat oleh-oleh khas jambi. Tingkat penggunaan teknologi informasi dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu ; ketersediaan fasilitas atau infrastruktur teknologi informasi, pemanfaatannya, dampak pada usaha dan rencana penggunaan teknologi informasi tersebut di masa yang akan datang.

Adapun fasilitas yang dianalisis dalam penggunaan adopsi teknologi informasi ini yaitu komputer, laptop, printer, telepon, fax, HP, akun email, akun facebook, akun instagram, dan sumber daya pegawai yang dimiliki yang bisa menggunakan teknologi tersebut. Selain itu pemanfaatan teknologi informasi meliputi penggunaan perangkat komputer atau laptop untuk apa saja, frekuensi dalam mengakses internet, alasan tidak mengakses internet, pemanfaatan internet secara umum, pemanfaatan internet secara spesifik, kepemilikan website ataupun akun sosial media.

Mendesain model pengembangan pasar melalui adopsi teknologi, adapun hal yang perlu dilakukan sebelumnya adalah mendesain *Business Model Canvas (BMC)*, yaitu bentuk *Business Model Canvas* UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi adalah sebagai berikut : 1) Key Partnerships, Adapun mitra utama yang dimiliki oleh UMKM Pusat oleh-oleh Khas Jambi yaitu para reseller terpercaya yang membantu memasarkan produk-produk hasil UMKM, semua market place yang telah ada saat ini contohnya buka lapak, lazada, maupun pemasaran oleh reseller tunggal di social media; 2) Key Activities, aktivitas kunci yang dilakukan oleh UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi ini yaitu bahan baku yang digunakan merupakan yang berkualitas dan bervariasi, dan pemasaran produk melalui berbagai mitra bisnis seperti reseller, dan mini market maupun swalayan. Aktivitas kunci lainnya yang dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah meningkatkan kualitas dan efisiensi dengan langkah mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi; 3) Key Resources, sumber daya utama produk UMKM ini adalah sumber daya dari hasil komoditi pangan khas Jambi, selain itu mereka juga dapat menambahkan nilai produk dengan cara membuat berbagai macam varian produk ataupun rasa sehingga dapat memaksimalkan omzet penjualan; 4) Value Proposition, pusat Oleh-Oleh Khas Jambi rata-rata menawarkan nilai dari produk yang mereka tawarkan yaitu berupa menyediakan berbagai pilihan produk makanan oleh-oleh khas jambi, selain itu juga berbagai bentuk souvenir produk lainnya; 5) Customer Relationships, hubungan UMKM ini dengan pelanggan hanya berupa mendata para customer melalui pesan whatsapp dan sms. Selain itu ada beberapa UMKM yang membuat sistem database sebagai cara untuk mendapatkan informasi tambahan dari pelanggan, untuk sebagai sarana tambahan dalam melakukan promosi secara langsung; 6) Customer Segments, adapun segmentasi pelanggan yaitu hampir semua rentang umur dari remaja hingga usia lanjut yang membutuhkan produk oleh-oleh baik itu sebagai buah tangan ataupun untuk dikonsumsi sendiri. Selain itu juga untuk pelanggan lokal ataupun bagi pendatang yang ingin menikmati makanan khas jambi dan membeli souvenir khas Jambi; 7) Channels, saluran distribusi yang digunakan dalam menjangkau pelanggannya yaitu menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram, chat pribadi seperti whatsapp, LINE dan sms; 8) Cost Structure, struktur biaya yang dikeluarkan UMKM ini yaitu untuk sumber daya dan biaya operasionalnya. Hal ini meliputi seperti biaya pembelian bahan baku serta produksi produk, selain itu ada juga biaya pemasaran produk; 9) Revenue Stream, arus pendapatan yang diperoleh yaitu berasal dari penjualan produk baik dari produk makanan, maupun souvenir lainnya.

Selanjutnya langkah berikutnya yang harus dianalisis adalah menganalisis pengembangan pasar melalui adopsi teknologi informasi dijelaskan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel. 1 Penggunaan Internet Oleh UMKM

No	Kegunaan	Penggunaan (%)
1	Mencari Informasi Pasar	61,12%
2	Mencari Informasi Desain	65,59%
3	Memasarkan Produk	60,10%
4	Komunikasi dengan Mitra Usaha	54,20%
5	Komunikasi dengan Konsumen	48,70%
6	Memfasilitasi Pemesanan Online	49,30%
7	Komunikasi dengan Pemasok	34,67%
8	Transaksi Online	46,09%

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui adopsi teknologi informasi khususnya untuk konsumen masih rendah, tetapi menghadapi situasi seperti itu ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan adopsi teknologi informasi yaitu dengan cara peningkatan keahlian yang dimiliki oleh pelaku UMKM dalam pemanfaatan adopsi teknologi informasi melalui berbagai pelatihan dan pendampingan. Untuk meningkatkan kesadaran akan teknologi informasi yang berkembang saat ini untuk potensi strategi pengembangan usaha, UMKM hendaknya lebih aktif dalam penggunaan teknologi informasi ini.

Dalam strategi pengembangan usaha, adopsi teknologi informasi konsumen ini berkontribusi terhadap kesuksesan TIK, implementasi TIK, sikap dan perilaku terhadap TIK, serta kepuasan penggunaan teknologi informasi konsumen itu sendiri. Ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan teknologi informasi konsumen ini, antara lain yaitu kurangnya akses informasi dan sumber daya manusia yang memadai yang mempunyai keahlian dalam penggunaan teknologi informasi ini. Selain itu kemampuan suatu bisnis tersebut dalam membuat sistem untuk mendapatkan informasi eksternal juga terbatas.

Menurut data dan informasi yang didapat permasalahan dalam penerapan dan pengembangan adopsi teknologi informasi ini dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu terdiri dari faktor internal dan eksternal antara lain :

- Faktor Internal yaitu 1) Kesadaran dan kemauan pelaku UMKM untuk menerapkan adopsi teknologi informasi konsumen bagi bisnisnya yang masih sangat minim; 2) Keterbatasan modal untuk melakukan peningkatan teknologi yang digunakan; 3) Kurangnya kemampuan pelaku bisnis untuk memanfaatkan peluang usaha; 4) Kurangnya akses internet yang dimiliki dan keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki.
- Faktor Eksternal yaitu 1) Proses pendampingan maupun pelatihan yang belum memadai; 2) Penyuluhan maupun publikasi hasil penelitian pengembangan terkait dengan adopsi teknologi informasi konsumen yang belum optimal; 3) Skim pembiayaan untuk pengembangan teknologi yang masih belum mencakup ataupun masih minimnya keterbatasan dana.

Salah satu penyebab kinerja UMKM tersebut belum berkembang mengikuti perkembangan era digital pada saat ini.

Model Pengembangan Pasar dengan Adopsi Teknologi melalui Promosi Selebgram

Dari hasil penelitian, beberapa contoh iklan online yang disampaikan oleh UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi ini, terjadi ikatan antara konsumen dan produsen. Hal ini dapat dilihat dari beberapa promosi yang dilakukan melalui social media memiliki pengaruh yang

positif seperti sebagian konsumen melakukan transaksi yang berasal dari info mereka dapatkan di social media.

Promosi produk pada akun selebgram ataupun konsumen yang memeberikan tag ke UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi itulah yang menjadi saluran utama informasi. Dari informasi yang didapatkan menunjukkan adanya sentralitas atau tingkatan posisi individu dalam sebuah jaringan yaitu pemilik akun (admin). Hal ini menyebabkan adanya kontak langsung dengan banyak individu lain namun tetap menjadi sumber informasi utama. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Freeman (1978), bahwa dalam sentralitas jaringan terdapat beberapa kategori antara lain kedekatan sentralitas atau closeness centrality, dimana menggambarkan kemampuan seseorang untuk mengakses secara bebas semua akun anggota jaringan lainnya. Kategori antara sentralitas atau betweeness centrality dimana pelaku memiliki kontrol atas akses pelaku-pelaku lain diberbagai tingkatan prilaku individu lain di sebuah jaringan online.

Dengan adanya selebgram ataupun akun kuliner yang banyak saat ini digunakan sebagai salah satu variasi promosi yang dilakukan dalam media social yang memiliki keunggulan tersendiri dikarenakan akun-akun tersebut juga mempunyai follower yang lebih banyak dibandingkan akun UMKM itu sendiri. Peningkatan jumlah selebgram dan akun kuliner ataupun vlogger kuliner memberikan banyak alternatif dalam mempromosikan suatu produk, selain itu jumlah akun follower yang mereka miliki dan daya tarik yang mereka sampaikan dalam mempromosikan produk juga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Promosi berbasis seleb endorse melalui social media memungkinkan isu pesan iklan dapat tersalurkan dengan cepat dan banyak orang dapat langsung membacanya dan dapat segera diketahui feedback mana yang lebih berpengaruh secara positif. Hal ini terjadi di era ekonomi digital seperti saat ini, dimana semua informasi dapat dengan mudah diakses dan orang tidak perlu untuk membeli produk yang diinginkan langsung ke lokasi yang dianggap jauh untuk dijangkau. Dengan melihat promosi di social media, membaca review produk dari seleb endorser ataupun dari komentar follower dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam strategi pengembangan usaha, adopsi teknologi informasi konsumen ini berkontribusi terhadap kesuksesan TIK, implementasi TIK, sikap dan perilaku terhadap TIK, serta kepuasan penggunaan teknologi informasi konsumen itu sendiri. Ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan teknologi informasi konsumen ini, antara lain yaitu kurangnya akses informasi dan sumber daya manusia yang memadai yang mempunyai keahlian dalam penggunaan teknologi informasi ini. Diketahui juga bahwa rata-rata UMKM Pusat Oleh-Oleh Makanan Khas Jambi dalam penggunaan internet untuk mencari informasi pasar berkisar 61,12%, mencari informasi desain 65,59%, memasarkan produk 60,10%, komunikasi dengan mitra usaha 54,20%, komunikasi dengan konsumen 48,70%, memfasilitasi pemesanan online 49,30%, komunikasi dengan pemasok 34,67%, transaksi online 46,09%.

Peningkatan jumlah selebgram dan akun kuliner ataupun vlogger kuliner memberikan banyak alternatif dalam mempromosikan suatu produk, selain itu jumlah akun follower yang mereka miliki dan daya tarik yang mereka sampaikan dalam mempromosikan produk juga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Saran

UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi harus mampu mempertahankan pengembangan pasar produk demi menjaga tingkat permintaan agar tetap tinggi bahkan dapat meningkat secara signifikan dengan cara meningkatkan teknologi informasi.

Pelaku bisnis UMKM Pusat Oleh-Oleh Khas Jambi harus meningkatkan kegiatan promosi dan memperluas jaringan pemasaran untuk penjualan sehingga penjualan dapat terus ditingkatkan mengikuti permintaan yang cukup tinggi di pasaran dengan cara promosi melalui social media maupun melalui selebgram.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron, R.A. 2003. Human resource management and entrepreneurship; some reciprocal benefits of closer links. *Human Resource Management Reveiw*, 13(2), 253-256.
- Blank S, Dorf B. 2012. *The startup owner's manual : The step-by step guide for building a great company*. United State of America : K& S Ranch, Inc. Publisher.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 9, 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of information technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Diskop dan UMKM Kota Jambi. 2013. *Rencana Strategik Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Jambi Tahun 2009-2013*, Yogyakarta.
- Diskop dan UMKM Kota Jambi. 2018. *Paparan Rakornas Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi*. Yogyakarta.
- Fathul Wahid., Lizda Iswari. 2007. *Adopsi Teknologi informasi oleh usaha kecil dan menengah di Indonesia*.
- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.
- Knol, W.H.C., dan Stroeken, J.H.M. 2001. The Dissusion and adoption of information technology in small and medium-sized enterprises through IT scenarios. *Technology Analysis & Strategic Management*, 13 (2).
- Kristiansen, S., Kimeme, J., Mbwambo, A., dan Wahid, F. 2005. Information flows and adaptation in Tanzanian cottage industries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 17, 365-388.
- OECD. 1993. *Small and Medium-Sized Enterprises : Technology and Competitiveness*. Paris : Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Rangkuti, F., 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan III, PT. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama
- Rogers, E.M. 1995. *Diffusion of innovations* (4. Editions). New York; The Free Press.
- Shimp, A Terence 2010, *Promosi dan Periklanan Jilid I*, Erlangga, Jakarta
- Stroeken, J., dan Coumans, J. 1998. The actual and potential use of information technology in small and medium sized enterprises. *Prometheus*, 16(4), 469-483.
- www.bps.go.id

PERAN PEMEDIASIAN MOTIVASI TERHADAP PENGARUH KARAKTERISTIK INTI PEKERJAAN DAN EFIKASI DIRI PADA KEPUASAN KERJA PEBISNIS ONLINE DI KOTA JAMBI

Nur Hasanah¹⁾, Novita Ekasari²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : nur_hasanah@unja.ac.id, ekasari.novita01@yahoo.com

Abstract

This study proposes a mechanism to explain the effect of core job characteristics and self-efficacy on job satisfaction of online businesses in the city of Jambi. Previous research indicates that there are motivational factors that contribute to explaining the mechanism. This study aims to examine the effect of core job characteristics and self-efficacy positively and directly on job satisfaction. In addition, this study also aims to examine the effects of motivation mediation on the influence of core job characteristics and self-efficacy on job satisfaction. The study was conducted by survey method, with the research instrument in the form of an online questionnaire. A sample of 100 online business people in the city of Jambi. The data collection method is carried out by distributing questionnaires to respondents who are online businesses with various types of business. The unit of analysis in this study is the individual. The method of data analysis uses Structural Equation Modeling (SEM) with the help of AMOS 22.0 software. The results showed that motivation partially mediates the effect of core job characteristics and self-efficacy on job satisfaction of online businesses in the city of Jambi.

Keywords: Core Job Characteristics, Self Efficacy, Motivation, Job Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini mengusulkan suatu mekanisme untuk menjelaskan pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi. Penelitian terdahulu mengindikasikan adanya faktor motivasi yang berkontribusi dalam menjelaskan mekanisme tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri secara positif dan langsung pada kepuasan kerja. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji efek pemediasian motivasi terhadap pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja. Penelitian dilakukan dengan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner online. Sampel berjumlah 100 orang pebisnis online di Kota Jambi. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan pebisnis online dengan beragam jenis bidang usaha. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individual. Metode analisis data menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural atau Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan software AMOS 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, motivasi memediasi secara parsial pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi.

Kata Kunci: Karakteristik Inti Pekerjaan, Efikasi Diri, Motivasi, Kepuasan Kerja

PENDAHULUAN

Potensi industri *e-commerce* di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari data analisis Ernst & Young, dapat dilihat pertumbuhan nilai penjualan bisnis *online* di tanah air setiap tahun meningkat 40 persen. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa *e-commerce* di Indonesia akan terus berkembang. Pada tahun 2020, volume bisnis *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai USD 130 miliar dengan angka pertumbuhan per tahun sekitar 50 persen. Pemerintah Indonesia ingin menempatkan Indonesia sebagai Negara Digital Economy terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Selain adanya E-commerce Roadmap, pemerintah menargetkan dapat menciptakan 1.000 *technopreneurs* baru pada tahun 2020 dengan valuasi bisnis USD 10 miliar. Dengan pertumbuhan bisnis *online* yang begitu pesat, masyarakat Indonesia akan mendapatkan manfaat positif dalam perekonomian seperti pertumbuhan kesejahteraan, pertumbuhan lapangan kerja baru dan lain-lain. Dengan demikian Indonesia tidak lagi sekadar menjadi target pasar bisnis internasional, tetapi sebaliknya dapat menjadi pengusaha *e-commerce* yang mumpuni hingga menjangkau pasar luar negeri (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2015).

Para pengusaha *e-commerce* ini lebih dikenal dengan sebutan para pebisnis online. Mereka adalah para pebisnis/pengusaha yang menggunakan alat elektronik yang menggunakan bantuan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan produk berupa barang atau jasa. Bisnis online ini banyak diminati masyarakat karena selain cukup mudah dilakukan, bisnis ini bisa dimulai dengan modal yang kecil namun menjanjikan keuntungan yang lumayan besar bagi pelakunya. Peneliti tertarik untuk mengetahui apa saja faktor penyebab semakin meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan bisnis online saat ini. Banyak pelaku yang sudah berkecimpung lama di dunia bisnis online. Hal ini mengindikasikan bahwa para pelaku bisnis online ini puas dengan pekerjaannya, karena jika mereka tidak puas dengan pekerjaannya, bagaimana mungkin mereka terus bertahan di dalamnya dan bahkan mengajak orang-orang terdekat mereka untuk ikut bergabung dalam dunia bisnis online sehingga terjadi peningkatan jumlah pebisnis online. Kepuasan kerja bisa disebabkan oleh banyak faktor. Robbins & Judge (2016) mengatakan bahwa motivasi dapat meningkatkan kepuasan kerja. Begitu pula dengan karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri juga dapat meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja.

Didasarkan pada latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah: (1) Apakah karakteristik inti pekerjaan berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi? (2) Apakah efikasi diri berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi? (3) Apakah motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi?

Hackman dan Oldham (1976) dalam Piccolo dan Colquitt (2006) memperkenalkan teori karakteristik pekerjaan untuk menjelaskan kondisi karyawan yang termotivasi secara intrinsik ketika melakukan suatu pekerjaan. Menurut teori ini, organisasi dapat mendukung sikap kerja positif dan kualitas kerja yang meningkat dengan mengembangkan karakteristik pekerjaan di sepanjang lima dimensi. Dimensi-dimensi ini meliputi *variety* (tingkat sebuah pekerjaan membutuhkan penggunaan sejumlah keahlian dan bakat yang berbeda); *identity* (tingkat pekerjaan membutuhkan penyelesaian dari semua bagian kerja, atau mengerjakan sebuah tugas dari awal hingga akhir dengan suatu hasil yang dapat dilihat); *significance* (tingkat pekerjaan memiliki suatu pengaruh substansial pada kehidupan orang lain); *autonomy* (tingkat pekerjaan memberikan kebebasan substansial); dan *feedback* (tingkat pekerjaan

memberikan informasi yang jelas tentang tingkat kinerja). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa karakteristik inti pekerjaan berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja (Subyantoro, 2011).

Efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang kapabilitasnya untuk menghasilkan tingkat kinerja tertentu lalu menggunakan pengaruhnya atas peristiwa yang mempengaruhi hidupnya (Bandura, 1998). Dengan kata lain, efikasi diri merupakan keyakinan diri individu bahwa dia mampu atau tidak mampu melakukan suatu tindakan untuk mencapai hasil tertentu dengan berhasil (Bandura, 1986, dalam Ardiyanti, 2016). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja (Lodjo, 2013).

Berdasarkan uraian tersebut maka disusun hipotesis:

H1: Karakteristik Inti Pekerjaan berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja

H2: Efikasi Diri berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja

Penelitian Piccolo dan Colquitt (2006); Farh, Podsakoff, dan Organ (1990); Gellathy dan Irving (2001); Bell dan Menguc (2002); Podsakoff dan MacKenzie (1995); Podsakoff *et al.*, (1996a); Podsakoff *et al.*, (1996b); Yukl dan Van Fleet (1982); Bass (1985); dan Shamir *et al.* (1993) dalam Purvanova *et al.* (2006) mengungkapkan bahwa, persepsi karyawan terhadap karakteristik inti pekerjaan mempengaruhi perilaku kerjanya. Pekerjaan yang memberikan otonomi kerja yang tinggi memberikan keleluasaan bagi karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan sehingga akan meningkatkan motivasi karyawan secara intrinsik. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa karakteristik inti pekerjaan berpengaruh positif dan langsung pada motivasi (Subyantoro, 2011)

Efikasi diri menentukan bagaimana orang merasa, berpikir dan memotivasi diri mereka sendiri dan perilakunya. Keyakinan seperti ini menghasilkan efek yang berbeda melalui empat proses utama yaitu kognitif, motivasional, afektif dan proses seleksi (Bandura, 1998). Bandura (1997) dalam Saragih (2007) menyatakan bahwa, keyakinan tersebut akan berdampak pada usaha yang dikeluarkan untuk mencapai hasil terbaik dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja yang semakin membaik. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan langsung pada motivasi (Latifah, 2018). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan langsung terhadap kepuasan kerja (Juniari et al, 2015; Kurnia et al, 2015).

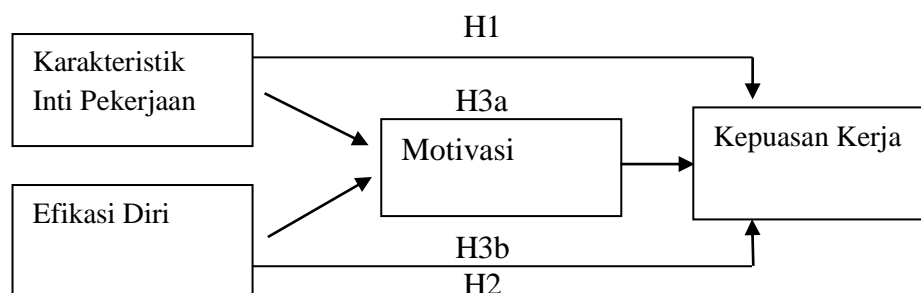
Menurut model karakteristik pekerjaan Hackman dan Oldham (1980) dalam Boonzaier, Ficker, dan Rust (2001), karyawan menunjukkan *outcome* personal dan pekerjaan yang positif (seperti motivasi kerja internal, kepuasan kerja secara umum, kepuasan pertumbuhan, dan keefektifan kerja) jika mereka mengalami tiga kondisi psikologis, yaitu kebermaknaan yang dialami (*experienced meaningfulness*), tanggung jawab yang dialami (*experienced responsibility*), dan pengetahuan hasil (*knowledge of results*). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan pada kepuasan kerja (Subyantoro, 2009). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa motivasi memediasi pengaruh efikasi diri pada kepuasan kerja (Narendra, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, maka disusunlah hipotesis:

H3a: Motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan pada kepuasan kerja

H3b: Motivasi memediasi pengaruh efikasi diri pada kepuasan kerja

Untuk memberikan gambaran lengkap mengenai penelitian ini, maka akan disajikan sebuah gambar model penelitian. Adapun model penelitian dan hipotesisnya ini secara lebih jelas disajikan dalam gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah pebisnis online di Kota Jambi dengan jenis bidang usaha yang beragam agar hasil penelitian ini memiliki validitas eksternal yang tinggi atau dapat digeneralisasi pada berbagai macam jenis atau tipe pekerjaan/usaha. Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada teknik *convenience sampling*, untuk memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan lebih cepat (Neuman, 2006). Hair *et al.* (2006) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum yang direkomendasikan adalah 100-150 agar dapat menjamin solusi *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yang stabil. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individual. Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode survei, dengan cara memberikan kuesioner online kepada responden.

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari: dua variabel independen yaitu Karakteristik Inti Pekerjaan dan Efikasi Diri, satu variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja, dan satu variabel pemediasi yaitu Motivasi. Berikut ini diringkaskan definisi operasional dan pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Sumber Pengukuran	Jumlah Item	Skala Pengukuran
Karakteristik Inti Pekerjaan	<i>Skill Variety</i>	Karakteristik inti pekerjaan meliputi <i>skill variety, task identity, task significance, autonomy</i> dan <i>feedback</i> (Hackman dan Oldham, 1981)	Formulir Job Diagnostic Survey yang direvisi (Idaszak & Drasgow, 1987; Boonzaier, Ficker, & Rust, 2001)	2	1-7
	<i>Task Identity</i>		2	1 = “sangat tidak akurat”	
	<i>Task Significance</i>		2	2 = “tidak akurat”	
	<i>Autonomy</i>		2	3 = “agak tidak akurat”	
	<i>Feedback</i>		2	4 = “netral”	
Efikasi Diri	<i>Generality</i>	Efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang kapabilitasnya untuk menghasilkan tingkat kinerja tertentu lalu menggunakan	GSE (Schwarzer & Jerusalem, 1995)	10	1-4
	<i>Strength</i>		1 = “sangat tidak benar”		
	<i>Level</i>		2 = “tidak benar”		
			3 = “benar”		
				4 = “sangat benar”	

		pengaruhnya atas peristiwa yang mempengaruhi hidupnya (Bandura, 1998)			
Motivasi	<i>Amotivation</i> <i>Extrinsic regulation-social</i> <i>Extrinsic regulation-material</i> <i>Introjected regulation</i> <i>Identified regulation</i> <i>Intrinsic motivation</i>	Motivasi kerja merupakan pemfungsian optimal individu (Gagne et al., 2014)	MWMS (Gagne et al., 2014)	19	1-7 1 = “tidak sama sekali” 2= “sangat sedikit” = “sedikit” = “sedang” = “kuat” = “sangat kuat” = “benar-benar kuat”
Kepuasan Kerja	<i>Pay</i> <i>Promotion</i> <i>Supervision</i> <i>Fringe benefits</i> <i>Contingent rewards</i> <i>Operating conditions</i> <i>Coworkers</i> <i>Nature of work</i> <i>Communication</i>	Kepuasan kerja adalah perasaan orang mengenai pekerjaannya dan beberapa aspek dari pekerjaannya (Spector, 1997).	JSS (Spector, 1985)	36	1-6 1 = “sangat tidak setuju” 2 = “tidak setuju” 3 = “sedikit tidak setuju” = “sedikit setuju” = “setuju” 6= “sangat setuju”

Metode analisis yang digunakan adalah Struktural Equation Modelling (SEM). Untuk pengujian model pengukuran (*measurement model*) dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas dan reliabilitas konstruk dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Untuk pengujian model struktural (*structural model*), mengikuti kriteria goodness of fit menurut Hair *et al.* (2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun karakteristik responden menunjukkan bahwa pebisnis online dalam penelitian ini lebih banyak terdiri dari wanita, dengan rentang usia 25-50 tahun, pendidikan sarjana, dan rentang masa kerja 1-5 tahun. Kuesioner terdiri dari 75 item pertanyaan yang mewakili setiap variabel dengan jumlah responden 100 orang dengan menggunakan aplikasi AMOS versi 22.0. Hasil yang diperoleh dari pengujian validitas dan reliabilitas CFA menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel, karena sesuai dengan *rule of thumb* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *factor loading* sebesar 0.45 atau lebih (Hair *et al.*, 2006) dan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.7 atau lebih (Hair *et al.*, 2006).

Sebelum melakukan pengujian model pengukuran dan model struktural, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain pemeriksaan kelayakan sampel dalam SEM dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation (MLE)*, uji normalitas, dan pemeriksaan *outliers*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Hair *et al.* (2006) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum yang direkomendasikan adalah 100-150 agar dapat

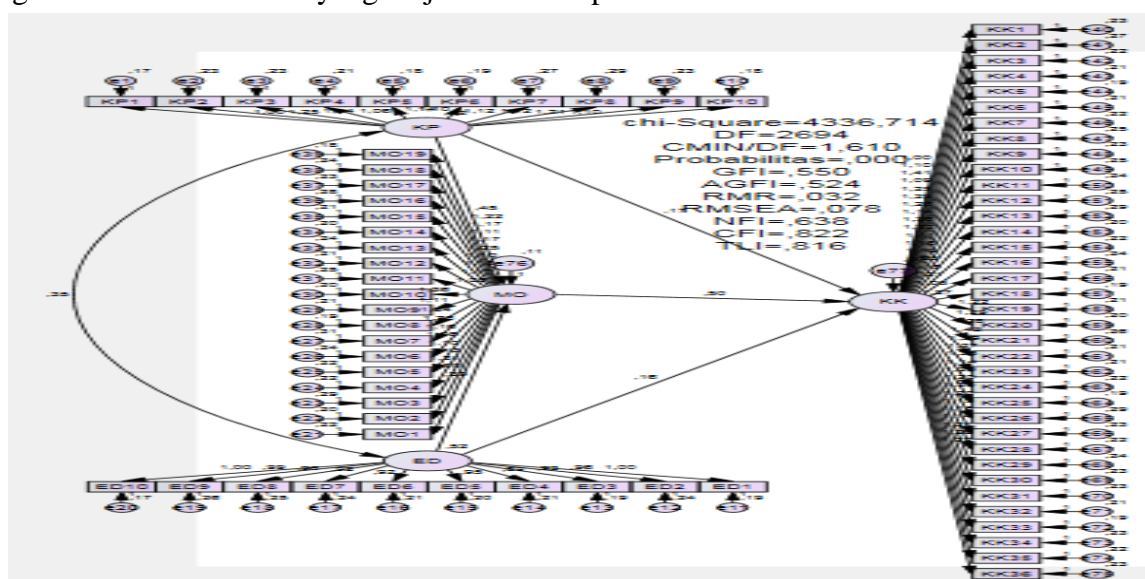
menjamin solusi *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yang stabil. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak.

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan z value (critical ratio atau C.R pada output AMOS 22.0) dari nilai skewness dan kurtosis sebaran data. Nilai kritis sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikan 0,01 (Ghozali, 2014). Berdasarkan hasil uji normalitas secara univariate mayoritas berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun skewness (kemencengan), berada dalam rentang -2,58 sampai +2,58. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena nilai 0,140 berada di dalam rentang $\pm 2,58$.

Evaluasi terhadap multivariate outliers dapat dilihat melalui output AMOS Mahalanobis Distance. Kriteria yang digunakan pada tingkat $p < 0.001$. Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam kasus ini variabelnya adalah 75, kemudian melalui program excel pada sub-menu Insert – Function – CHIINV masukkan probabilitas dan jumlah variabel terukur, dan hasilnya adalah 118,599. Artinya semua data/kasus yang lebih besar dari 118,599 merupakan outliers multivariate. Berdasarkan hasil pengujian outliers, yang menunjukkan nilai dari Mahalonobis Distance, tidak terdeteksi adanya nilai yang lebih besar dari nilai 118,599. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang *outliers*.

Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila hasil identifikasi model menunjukkan bahwa model termasuk dalam kategori over-identified. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai df dari model yang dibuat. Hasil output AMOS yang menunjukkan nilai df model sebesar 2694. Hal ini mengindikasikan bahwa model termasuk kategori over confident karena memiliki nilai df positif. Oleh karena itu analisa data bisa di lanjutkan ke tahap selanjutnya. Model struktural dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.

Menilai *goodness of fit* menjadi tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui sampai seberapa jauh model yang dihipotesiskan “Fit” atau cocok dengan sampel data. Hasil *goodness of fit* ditampilkan pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa model penelitian mendekati model good fit. Berdasarkan keseluruhan pengukuran goodness of fit diatas mengindikasi bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini diterima.



Gambar 2. Model Struktural

Tabel 2. Penilaian Goodness of Fit

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>	Model Penelitian	Model
χ^2 (<i>chi-square</i>)	<i>Semakin kecil semakin baik</i>	4336,714	Marginal
DF	$df \geq 0$	2694	Fit
CMIN/DF	range: 3 to 1	1,610	Fit
<i>Significant probability</i>	≥ 0.05	0,000	Less Fit
GFI	>0.90 (range:0 to 1)	0,550	Marginal
AGFI	>0.90 (range:0 to 1)	0,524	Marginal
RMR (RMSR)	≤ 4.0 or ≥ -4.0	0,032	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,078	Fit
NFI	>0.90 (range:0 to 1)	0,638	Marginal
CFI	>0.90 (range:0 to 1)	0,822	Marginal
TLI	>0.90 (range:0 to 1)	0,816	Marginal

Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini atau menganalisis hubungan-hubungan model struktural. Analisis data hipotesis dapat dilihat dari nilai standardized regression weight yang menunjukkan koefisien pengaruh antar variabel dalam Tabel 3.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis 1 dan 2

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hipotesis
Kepuasan Kerja	<--- Karakteristik Inti Pekerjaan	0,170	0,085	1,986	0,047	Positif Signifikan
Kepuasan Kerja	<--- Efikasi Diri	0,155	0,076	2,047	0,041	Positif Signifikan

Parameter estimasi nilai koefisien standardized regression weight diperoleh sebesar 0,170 dengan nilai sig. 0,047 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan “Karakteristik Inti Pekerjaan berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja” terdukung dan dapat dinyatakan jika terdapat pengaruh secara langsung antara Karakteristik Inti Pekerjaan terhadap Kepuasan Kerja.

Parameter estimasi nilai koefisien standardized regression weight diperoleh sebesar 0,155 dengan nilai sig. 0,041 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan “Efikasi Diri berpengaruh positif dan langsung pada kepuasan kerja” terdukung dan dapat dinyatakan jika terdapat pengaruh secara langsung antara Efikasi Diri terhadap Kepuasan Kerja.

Untuk melihat hubungan mediasi antara variable independen terhadap variable dependen melalui variable mediasi yaitu dengan cara membandingkan nilai *standardized direct effect* dengan *standardized indirect effects*. Artinya jika nilai *standardized direct effects* lebih kecil dari nilai *standardized indirect effect* maka dapat dikatakan bahwa variabel mediasi tersebut mempunyai pengaruh secara tidak langsung dalam hubungan kedua variabel tersebut.

Tabel 4. Standardized Direct Effects (Group number 1-Default model)

	Efikasi Diri	Karakteristik Inti Pekerjaan	Motivasi	Kepuasan Kerja
Motivasi	,447	,467	,000	,000
Kepuasan Kerja	,197	,192	,550	,000

Tabel 5. Standardized Indirect Effects (Group number 1-Default model)

	Efikasi Diri	Karakteristik Inti Pekerjaan	Motivasi	Kepuasan Kerja
Motivasi	,000	,000	,000	,000
Kepuasan Kerja	,246	,257	,000	,000

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh karakteristik inti pekerjaan terhadap kepuasan kerja melalui motivasi diperoleh nilai direct effect < nilai indirect effect, yaitu sebesar $0,192 < 0,257$. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mampu memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan terhadap kepuasan kerja, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh efikasi diri terhadap kepuasan kerja melalui motivasi diperoleh nilai direct effect < nilai indirect effect, yaitu sebesar $0,197 < 0,246$. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mampu memediasi pengaruh efikasi diri terhadap kepuasan kerja, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan pada kepuasan kerja (Subyantoro, 2009) dan menunjukkan bahwa motivasi memediasi pengaruh efikasi diri pada kepuasan kerja (Narendra, 2017). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri dari pebisnis online akan berpengaruh positif secara efektif pada kepuasan kerjanya jika mampu membangkitkan motivasi dalam diri mereka, yang akan meningkatkan kepuasan kerjanya. Karakteristik inti pekerjaan seperti *skill variety*, *task identity*, *task significance*, *autonomy*, dan *feedback* yang baik akan mampu meningkatkan motivasi untuk menghasilkan kepuasan kerja yang baik.

Di dalam penelitian ini mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun motivasi memediasi pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan dan efikasi diri terhadap kepuasan kerja, namun karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri ini juga masih dapat berpengaruh secara langsung pada kepuasan kerja. Pada akhirnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri pada kepuasan kerja tidak hanya dapat terjadi secara langsung, namun juga dapat melalui perantara motivasi kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik inti pekerjaan dan efikasi diri berpengaruh secara positif dan langsung pada kepuasan kerja pebisnis online di Kota Jambi. Pengaruh ini juga dimediasi secara parsial oleh motivasi pebisnis online di Kota Jambi. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain perlunya mendesain karakteristik inti pekerjaan para pebisnis online sehingga meningkatkan motivasi dan kepuasan kerjanya. Pebisnis online sebaiknya memiliki efikasi diri yang baik agar dapat senantiasa termotivasi dan puas terhadap pekerjaannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, khususnya Program Diploma III Ekonomi yang sudah memberikan kesempatan dan pembiayaan untuk penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti. 2016. Aplikasi Model Rasch pada Pengembangan Skala Efikasi Diri dalam Pengambilan Keputusan Karier Siswa. *Jurnal Psikologi*, Volume 43, Nomor 3, 2016: 248-263.
- Aziri, Brikend. 2011. Job Satisfaction: A Literature Review. *Management Research And Practice* Vol. 3 Issue 4: 77-86
- Bandura, A. 1994. Self Efficacy. In V.S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (Vol. 4, pp. 71-81). New York: Academic Press. (Reprinted in H. Friedman (Ed), *Encyclopedia of mental health*. San Diego: Academic Press, 1998).
- Boonzaier, B., Ficker, B., & Rust, B. 2001. A review of research on the job characteristics model and the attendant Job Diagnostic Survey. *South Africa Journal of Business and Management*, 32: 11-34.
- Champoux, J. E. 1980. A three sample test of some extensions to the job characteristics model of work motivation. *Academy of Management Journal*, 23: 466-478.
- Cooper. D. R., Schindler, P. S. .2006. *Business Research Methods*. New York: McGrawHill.
- Gagne et al. 2014. The Multidimensional Work Motivation Scale: Validation Evidence In Seven Languages and Nine Countries. *European Journal of Work and Organizational Psychology*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0. Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. 2003. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw Hill.
- Hackman, J. R. Oldham G. R., Janson, R., & Purdy K. 1975. New strategy for job enrichment. *California Management Review*, 17: 57-72.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. 2014. *Multivariate Data Analysis*. London: Pearson.
- Idaszak, J. R., & Drasgow, F. 1987. A revision of the Job Diagnostic Survey: Elimination of a measurement artifact. *Journal of Applied Psychology*, 72: 69-74.

- Judge, T.A., Erez, A., Bono, J.E., Thoresen, C.J. 2002. Are Measures of Self-Esteem, Neuroticism, Locus of Control, and Generalized Self-Efficacy Indicators of a Common Core Construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3): 693-710.
- Juniari, N. K. E, Riana I. G., & Subudi, M. 2015. Pengaruh Motivasi terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4.11: 823-840.
- Kurnia, A. M., Sunuharyo B. S., Utami H. N. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Prestasi Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt. Askes (Persero), Cabang Boyolali).
- Lodjo, Fernando S. 2013. Pengaruh Pelatihan, Pemberdayaan dan Efikasi Diri terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 747-755.
- Luszczynska, A., & Schwarzer, U.C.R. 2005. The General Self-Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies. *The Journal of Psychology*, 139(5): 439-457.
- Narendra, G. 2017. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 5 Nomor 3– Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social Research Methods (Qualitative and Quantitative Approaches)*. Pearson Education, Inc. United States of America.
- Oldham, G. R., & Hackman, J.R. 1981. Relationships between organizational structure and employee reactions: Comparing alternative frameworks. *Administrative Science Quarterly*, 26: 66-83.
- Piccolo, R. F., & Colquitt, J. A. 2006. Transformational leadership and job behaviors: The mediating role of core job characteristics. *Academy of Management Journal*, 49: 327-340.
- Purvanova, R. K., Bono, J. E., & Dzieweczynski, J. 2006. Transformational leadership, job characteristics, and organizational citizenship performance. *Human Performance*, 19: 1-22.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. 2016. *Essentials of Organizational Behavior*. USA: Pearson.
- Saavedra, R. & Kwun S. K. 2000. Affective states in job characteristics theory. *Journal of Organizational Behavior*, 21: 131-146.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business*. UK: John Wiley and Son.
- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs (pp. 35-37). Windsor, UK: NFER-NELSON.
- Spector, P. E. 1997. *Job Satisfaction: Application, Assessment, Cause and Consequences*. London: Sage Publication.
- Subyantoro, A. 2009. Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Organisasi dan Kepuasan Kerja Pengurus yang Dimediasi oleh Motivasi Kerja (Studi pada Pengurus KUD di Kabupaten Sleman). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret: 11-19.
- Suyasa, P. T. Y. S. 2007. Job Satisfaction Measurement: The Alternative Method. Biennial International Conference On I/O Psychology: 477-485.
- Williams, L. J., & Anderson, S. E. 1991. Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Management*, 17: 601-617.

PENGUKURAN *SELF-BRAND CONGRUITY* PADA INDUSTRI KULINER

Andina Eka Mandasari¹⁾, Mohammad Soleh Soeaidy²⁾, Ane Kurniawati³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Indonesia

Korespondensi email: andinaekamandasari@unsil.ac.id

Abstract.

The dynamics in changing consumer behaviors that are getting smarter requires companies to strive to provide the best deals. Consumers are more selective in choosing a product brand that suits their desires. When a brand has a strong personality, it will be easy for consumers to adjust to achieve conformity to the brand. Therefore the self-concept and brand personality can be formed in a concept namely Self-Brand Congruity. The purpose of this study is to analyze the factors that are indicators or measurements of Self-Brand Congruity which are adapted from self-concept and brand personality. The survey was conducted on 178 consumers of Cafes and Restaurants in Tasikmalaya, who are over 18 years of age and have visited more than once. To determine the indicators and measurements of the self-brand congruity variables in Cafes and Restaurants in Tasikmalaya City, Confirmatory Factor Analysis is used. The results of this study indicate that each indicator adapted from Brand Personality and Self-Concept can prove to be a measure of Self-Brand Congruity. Therefore, Sincerity, Excitement, Competence, Sophistication, Ruggedness, Knowledge, Expectation, and Judgement are the factors to measure Self-Brand Congruity.

Keywords: Self Concept, Brand Personality, Self-Brand Congruity.

Abstrak.

Dinamika dalam perubahan perilaku konsumen yang semakin cerdas menuntut perusahaan berusaha keras untuk memberikan penawaran terbaiknya. Konsumen lebih selektif dalam memilih merek produk yang sesuai dengan keinginannya. Ketika sebuah merek memiliki kepribadian yang kuat maka akan mudah bagi konsumen untuk menyesuaikan diri dalam mencapai kesesuaian diri dengan merek tersebut. Maka dari itu konsep diri dan kepribadian merek ini dapat terbentuk dalam suatu konsep yaitu Self-Brand Congruity. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang menjadi indikator atau pengukuran Self-Brand Congruity yang diadaptasi dari konsep diri dan kepribadian merek. Survey dilakukan kepada 178 orang konsumen Café dan Resto di Kota Tasikmalaya yang berusia di atas 18 tahun dan telah melakukan kunjungan lebih dari 1 kali. Untuk mengetahui dimensi dan pengukuran dari variabel self-brand congruity pada Café dan Resto di Kota Tasikmalaya digunakan alat analisis *Confirmatory Factor Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang diadaptasi dari Kepribadian Merek dan Konsep Diri terbukti dapat menjadi pengukur *Self-Brand Congruity*. Oleh karena itu, ketulusan, kegembiraan, kemampuan, kecanggihan, kekerasan, pengetahuan, harapan, dan penilaian merupakan faktor-faktor untuk mengukur *Self-Brand Congruity*.

Kata Kunci: Konsep Diri, Kepribadian Merek, Self-Brand Congruity

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi dan arus informasi yang semakin cepat, maka tingkat pertumbuhan perekonomian pun ikut merasakan dampaknya dimana persaingan

dalam usaha semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis maka para pelaku bisnis diharuskan untuk terus berinovasi dan berimprovisasi. Semakin banyak kompetitor akan menjadikan pasar semakin dinamis dan konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun sebuah brand yang sesuai dengan diri konsumen agar dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat.

Dalam membangun kesesuaian merek dengan konsumen maka perusahaan perlu memahami konsep diri konsumen dan menciptakan brand personality yang baik, kedua hal tersebut dapat tercipta dalam *Self Congruity* dari sebuah brand. *Self congruity* didefinisikan sebagai paralelisme antara *consumer self concept* dan *brand personality* yang konsumen rasakan atau alami dalam pembentukan *consumer brand relationship*. Konsumen lebih cenderung menyukai dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan brand yang memiliki citra yang konsisten dengan diri konsumen (Aaker, 1999; Fournier, 1998; Keller, 2011). Efek dari *self congruity* dalam hubungan jangka panjang sebuah merek dalam menjelaskan hubungan dari *concept of commitment*, yang dipertimbangkan menjadi sebuah elemen krusial dalam pembentukan hubungan jangka panjang yang sukses (Gundlach, Achrol, & Mentzer, 1995; Morgan & Hunt, 1994).

Self-congruence akan tercapai ketika terjadi kesesuaian antara diri konsumen dan brand personality (Aaker, 1999). Peneliti menyimpulkan keberhasilan *self-congruence* dapat memperbesar sifat emosional dan respon konsumen terhadap merek (Malär, Krohmer, Hoyer, & Nyffenegger, 2011). *Self congruence* berperan penting dalam membentuk keterikatan emosi brand, karena hubungan dekat antara *self-congruence* dan konsep diri.

Alasan para konsumen mencari harmoni antara citra pengguna produk dan konsep diri ialah sebagai pemenuhan kebutuhan seperti; harga diri, konsistensi diri, konsistensi sosial, dan persetujuan social (Sirgy & Johar, 1992). Motif harga diri dilandasi karena adanya kecenderungan konsumen dalam meningkatkan konsep diri. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan seleksi dalam proses pemilihan suatu merek. Sedangkan, konsistensi motif diri menjelaskan kecenderungan perilaku konsumen yang konsisten dalam memilih merek yang sesuai dengan citra dirinya (Sirgy, 1982). Adanya gambaran ideal akan konsep diri konsumen turut menjadi hal penting. Hal ini karena banyak konsumen yang sebenarnya tidak mencari merek yang sesuai dengan dirinya namun lebih mencari merek yang merepresentasikan sebuah aspirasi, seperti *self improvement* (Sirgy, 1982).

Self congruity adalah kesesuaian dari *brand personality* dan konsep diri yang dimiliki konsumen. Kesesuaian tersebut didasarkan atas kesamaan antara nilai ekspresif atribut produk (product's value-expressive attributes) yang sesuai dengan gambaran diri pengguna produk (product-user image) dan konsep diri pemakai (Sirgy, Johar, Samli, & Claiborne, 1991). Berdasarkan teori konsep diri, konsep diri mempengaruhi proses dan cara konsumen membeli produk. Dapat disimpulkan bahwa *Self Brand Congruity* terbentuk dari adanya kesesuaian antara *Brand Personality* dengan konsep diri (*Self Concept*) yang dimiliki oleh konsumen.

Desmita (2010) mengemukakan bahwa *self-concept* adalah suatu pemahaman mengenai diri atau ide tentang diri sendiri. *Self-concept* merupakan landasan untuk dapat menyesuaikan diri dan terbentuk karena suatu proses umpan balik dari individu yang lain. Dalam hal ini dimana suatu merek dapat menyesuaikan dengan konsep yang dimiliki konsumen sehingga dapat terbentuk kesesuaian antara merek dengan diri konsumen. Adapun menurut Rogers dalam Calhoun dan Acocela (1995) membagi dimensi *self-concept* menjadi tiga, yaitu: *Knowledge, Expectation, Judgement*.

Aaker (1997: 348) mendefinisikan kepribadian merek sebagai serangkaian karakteristik manusia yang diasosiasikan kepada merek, misalnya, karakteristik seperti jenis kelamin, kelas sosial ekonomi, sifat kepribadian manusia. Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian merek cenderung simbolik dan dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan diri konsumen. (Aaker, 1997) juga mengelompokkan berbagai kepribadian manusia dalam lima dimensi yang dapat digunakan membentuk *brand personality*. Pengelompokan tersebut didasarkan teori *personality trait* dalam teori psikologi manusia mengenai ciri-ciri kepribadian manusia. Kelima dimensi tersebut antara lain yaitu ketulusan (*sincerity*), kegembiraan (*excitement*), kemampuan (*competence*), kecanggihan (*sophistication*) dan kekerasan (*ruggedness*).

Konsep kesesuaian antara merek dengan diri seseorang atau *Self Brand Congruity* ini dapat menjadi alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh setiap pelaku bisnis dalam menawarkan produknya. *Self Brand Congruity* ini dapat diaplikasikan dalam berbagai kategori produk dalam suatu industri, terutama pada industri kuliner yang merupakan alat pemenuh kebutuhan manusia yang paling mendasar yaitu kebutuhan fisiologis. Menurut Dinas Pariwisata Tasikmalaya, data menunjukkan bahwa jumlah Restoran dan Cafe yang terdaftar di kota Tasikmalaya mengalami peningkatan jumlah yang cukup signifikan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika industri kuliner merupakan salah satu industri yang mampu menjadi motor bagi perekonomian suatu daerah (Hutama, 2014). Perkembangan pasar dan industri kuliner tidak lepas dari konsep pemasaran. Semakin banyaknya cafe dan restoran yang ada di Tasikmalaya membuat banyak perusahaan yang harus bisa secara strategis menghadapi persaingan, salah satu langkah strategis yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha restoran dan café yaitu dengan membangun sebuah brand yang sesuai dengan diri target pasar mereka.

Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa konsep *Self Brand Congruity* masih memiliki celah (gap) mengenai kejelasan teori sebagai dasar sintesis pengukurannya terutama ketika diaplikasikan pada industri kuliner. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi indikator atau pengukuran *Self-Brand Congruity* yang diadaptasi dari kepribadian merek dan konsep diri pada industri kuliner terutama yang berada di Kota Tasikmalaya.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survey pada konsumen *Café and Resto* untuk mengetahui pengukuran *self-brand congruity*. Populasi yang diteliti adalah konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya yang berusia di atas 18 tahun, dan telah melakukan kunjungan lebih dari 1 kali. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling, judgemental (purposive) sampling*. Hair et al (dalam Ferdinand, 2006) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 sampai 200. Juga dijelaskan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap *estimated parameter*. Dalam penelitian ini, jumlah *estimated parameter* penelitian adalah sebanyak 20 sehingga jumlah minimum sampel adalah 5 kali jumlah *estimated parameter* atau sebanyak $20 \times 5 = 100$ responden.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA digunakan untuk menguji keberartian pengukuran variabel *self-brand congruity* yang diadaptasi dari dimensi kepribadian merek dan konsep diri yaitu ketulusan, kegembiraan, kemampuan, kecanggihan, kekerasan, pengetahuan, harapan, dan penilaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data yang telah diperoleh adalah sebanyak 178 konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya yang berusia di atas 18 tahun, dan telah melakukan kunjungan lebih dari 1 kali. Deskripsi identitas responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu berdasarkan usia, pendapatan, jenis kelamin, dan pekerjaan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

	Karakteristik	Jumlah	Frekuensi
Usia	< 18 Tahun	0	0.00%
	18 - 23 Tahun	100	56.07%
	24 - 29 Tahun	34	19.31%
	30 - 35 Tahun	25	14.02%
	> 35 Tahun	19	10.59%
Pendapatan	< 3.000.000	106	59.81%
	3.000.001 - 5.000.000	39	22.12%
	5.000.001 - 7.000.000	16	9.03%
	> 7.000.000	16	9.03%
Jenis Kelamin	Laki-laki	77	43.30%
	Wanita	101	56.70%
Pekerjaan	Pelajar	77	43.30%
	PNS	20	11.21%
	Wiraswasta	38	21.18%
	Karyawan Swasta	43	24.30%

Sumber: hasil perhitungan data kuesioner

Hasil pengumpulan data karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini secara kuantitatif, dapat dilihat pada Tabel 1, bahwa konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya paling banyak berusia 18 hingga 23 tahun yaitu mencapai 56,07% dari total keseluruhan responden yang terpilih. Profil responden berdasarkan pendapatan konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya, secara kuantitatif paling banyak memiliki pendapatan dibawah Rp. 3.000.000, yaitu mencapai 59,81% dari total keseluruhan responden yang terpilih. Sedangkan, berdasarkan jenis kelamin, secara kuantitatif dapat dilihat bahwa konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya sebagian besar wanita yaitu mencapai 56,70% dari total keseluruhan responden yang terpilih. Pekerjaan konsumen *Café and Resto* di kota Tasikmalaya paling banyak sebagai pelajar, yaitu mencapai 43,30% dari total keseluruhan responden yang terpilih.

Uji Asumsi Normalitas

Tabel 2. Uji Asumsi Normalitas

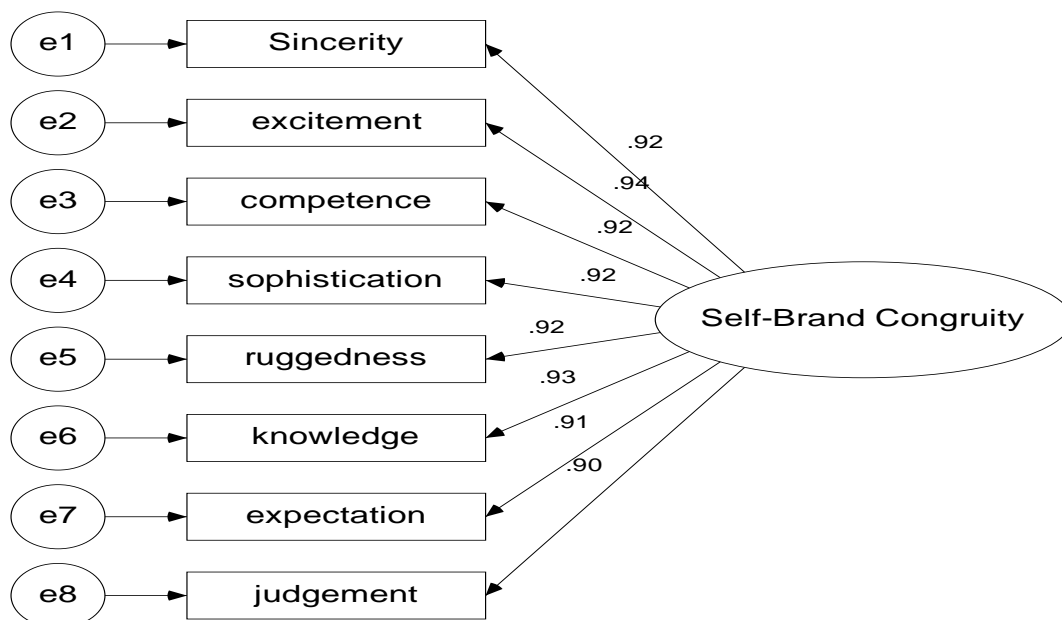
Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
<i>Sincerity</i>	6.000	10.000	-.298	-1.622	-.710	-1.934
<i>Excitement</i>	6.000	10.000	-.158	-.859	-.843	-2.296
<i>Competence</i>	6.000	10.000	-.293	-1.596	-.548	-1.492

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
<i>Sophistication</i>	6.000	10.000	-.264	-1.437	-.699	-1.902
<i>Ruggedness</i>	6.000	10.000	-.079	-.428	-.812	-2.212
<i>Knowledge</i>	6.000	10.000	-.472	-2.570	-.661	-1.799
<i>Expectation</i>	6.000	10.000	-.335	-1.824	-.793	-2.160
<i>Judgement</i>	6.000	10.000	-.033	-.179	-.856	-2.330
Multivariate					-3.448	-1.819

Sumber: data kuesioner yang diolah dengan AMOS20.

Hasil pengujian normalitas data menunjukkan bahwa tidak ada nilai *critical ratio* baik secara *univariat* maupun *multivariate* yang lebih dari nilai *cut-off* yaitu $\pm 2,58$. Oleh karena itu sebaran data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Analisis *Confirmatory Factor (CFA)* variabel *Self-Brand Congruity*



Gambar 1. Model CFA *Self-Brand Congruity*

Dari gambar model penelitian di atas dapat dilihat bahwa *standard factor loading* yang dihasilkan oleh masing-masing indikator memiliki nilai yang baik yaitu lebih dari 0,5. Keseluruhan indikator yang ditawarkan baik itu yang diadaptasi dari kepribadian merek (*sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication* dan *ruggedness*), maupun yang diadaptasi dari konsep diri (*knowledge*, *expectation* dan *judgement*) memiliki nilai *factor loading* yang memenuhi kriteria. Hal ini didukung juga oleh hasil *goodness of fit* yang menunjukkan bahwa beberapa nilai pengujian dapat memenuhi kriteria *Cut-off value* yang disyaratkan yaitu nilai dari GFI, TLI dan CFI yang baik atau fit. Oleh karena itu pemodelan pengukuran dari variabel *Self-Brand Congruity* ini dapat diterima dengan baik.

Tabel 3. Goodness of Fit Model CFA Self-Brand Congruity

Goodness of Fit Index	Hasil Analisis	Cut-off Value	Evaluasi Model
GFI	0,909	$\leq 0,90$	Baik
RMSEA	0,120	$\leq 0,08$	Kurang Baik
TLI	0,965	$\geq 0,95$	Baik
CFI	0,975	$\geq 0,95$	Baik

Sumber: data kuesioner yang diolah dengan AMOS20.

Pengujian kelayakan pengukuran variabel *Self-Brand Congruity* untuk meyakinkan bahwa masing-masing indikator yang ditawarkan benar-benar dapat mewakili variabel dilakukan melalui perhitungan *construct reliability* dan *variance extracted* seperti pada tabel berikut:

Tabel 4. Construct Reliability dan Variance Extracted

Variabel	Std. Factor Loading (≥ 0.5)	Construct Reliability (≥ 0.7)	Variance Extracted (≥ 0.5)
Sincerity	0.923		
Excitement	0.939		
Competence	0.922		
Sophistication	0.925		
Ruggedness	0.920	0.921	0.915
Knowledge	0.926		
Expectation	0.907		
Judgement	0.904		

Sumber: data kuesioner yang diolah dengan AMOS20.

Perhitungan untuk *construct reliability* yang memiliki kriteria penerimaan ≥ 0.7 menghasilkan nilai sebesar 0.921 yang memiliki arti bahwa setiap indikator benar-benar layak untuk dijadikan pengukuran dari variabel *Self-Brand Congruity*. Selain itu, hasil perhitungan varian extracted juga membuktikan bahwa nilai yang dihasilkan adalah sebesar 0.915 yang lebih besar dari nilai kriteria minimal yaitu 0.5. Oleh karena itu, setiap indikator yang digunakan yaitu *sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication*, *ruggedness*, *knowledge*, *expectation* dan *judgement* telah terbukti dapat digunakan sebagai pengukuran variabel *Self-Brand Congruity*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Self-Brand Congruity merupakan alternatif strategi yang menguntungkan bagi setiap pelaku bisnis dimana ketika merek yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan diri konsumennya maka diharapkan akan dapat menjamin keberlangsungan hidup bisnis tersebut. *Self-Brand Congruity* adalah tingkat kesesuaian antara kepribadian yang dimiliki oleh suatu merek dengan konsep diri yang dimiliki oleh target pasarnya.

Keseluruhan indikator yang ditawarkan baik itu yang diadaptasi dari kepribadian merek (*sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication* dan *ruggedness*), maupun yang diadaptasi dari konsep diri (*knowledge*, *expectation* dan *judgement*) terbukti dapat dijadikan pengukuran dari *Self-Brand Congruity*. Artinya untuk mengukur tingkat kesesuaian antara merek dengan

diri konsumen pada industri kuliner yang ada di Kota Tasikmalaya dapat dilihat dari aspek kepribadian yang dimiliki oleh suatu merek dan konsep diri yang melekat pada konsumennya.

Saran

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada praktisi bisnis berupa alternatif strategi yaitu dengan menciptakan tingkat kesesuaian penawaran dengan konsep diri konsumen atau *Self-Brand Congruity* melalui evaluasi pengukuran yang meliputi ketulusan, kegembiraan, kemampuan, kecanggihan, kekerasan, pengetahuan, harapan, dan penilaian. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan masukan pada akademisi untuk dapat mengembangkan konsep sintesis *Self-Brand Congruity* dari sudut pandang berbeda sehingga diperoleh pengukuran baku yang lebih komprehensif untuk pengembangan keilmuan dibidang pemasaran, serta melakukan pengujian selanjutnya baik mengenai anteseden maupun konsekuensi yang dapat ditimbulkan oleh *Self-Brand Congruity* ini..

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. (alih bahasa Aris Ananda). Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- Aaker, J. L. (1999). The malleable self: The role of self-expression in persuasion. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.2307/3151914>
- Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (1995). *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan*. Semarang: IKIP Semarang.
- Desmita. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fournier, S. (1998). Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/209515>
- Gundlach, G. T., Achrol, R. S., & Mentzer, J. T. (1995). The Structure of Commitment in Exchange. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252016>
- Hutama, C. L. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0032110>
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Malär, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). Emotional brand attachment and brand personality: The relative importance of the actual and the ideal self. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.35>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Sirgy, M. J. (1982). Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/208924>
- Sirgy, M. J., & Johar, J. S. (1992). Value expressive versus utilitarian appeals: A reply to shavitt. *Journal of Advertising*. <https://doi.org/10.1080/00913367.1992.10673368>
- Sirgy, M. J., Johar, J. S., Samli, A. C., & Claiborne, C. B. (1991). Self-congruity versus functional congruity: Predictors of consumer behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/BF02726512>

**PENGARUH *FOOD QUALITY*, *PRICE*, *SERVICE QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
RESTORAN ANEKA RASA JAMBI DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Novita Sari¹⁾, Ade Perdana Siregar²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi,
Korespondensi email : arkaanraja@yahoo.co.id

Abstract

The increase in the average population will be a major contributor to the growth of the food and beverage industry. Today's mobility of people is getting higher so it consumes food outside the home. Restaurant products are determined by five factors, namely food and beverage factors, service factors, hygiene and hygiene factors, price factors and atmospheric factors, whereas based on the activities and food or drinks served, restaurants are classified into twenty types ranging from A'la carte restaurant to main dining room. The objectives of this study are: (1) to analyze the effect of food quality, price, service quality and partial perceived value on customer satisfaction; (2) partially analyze the influence of food quality, price, service quality and perceived value on customer loyalty; (3) analyze customer satisfaction mediation due to the influence of food quality, price, service quality and perceived value on customer loyalty. The sample was determined using the Slovin formula of 100 respondents. Survey method with descriptive and quantitative analysis. The analytical tool used in this study is the smartpls application version 3.0. The results of the study note that food quality, price, service quality and perceived value affect customer satisfaction, food quality, price, service quality and perceived value affect customer loyalty and customer satisfaction can mediate the relationship between food quality, price, service quality and perceived value towards customer loyalty.

***Keywords* :** *Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Abstrak

Peningkatan rata-rata jumlah penduduk akan menjadi penyumbang utama pertumbuhan industri makanan dan minuman. Mobilitas masyarakat dewasa ini semakin tinggi sehingga mengkonsumsi makanan di luar rumah. Produk restoran ditentukan oleh lima faktor yaitu faktor makanan dan minuman, faktor pelayanan, faktor kebersihan dan higienitas, faktor harga dan faktor atmosfer/suasana, sedangkan berdasarkan kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikan, restoran diklasifikasi menjadi dua puluh jenis mulai dari *A'la carte restaurant* sampai dengan *main dining room*. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) menganalisis pengaruh *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer satisfaction*; (2) menganalisis pengaruh *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer loyalty*; (3) menganalisis mediasi *customer satisfaction* akibat pengaruh *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 orang responden. Metode survey dengan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi smartpls versi 3.0. Hasil penelitian diketahui bahwa *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value*

berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* berpengaruh terhadap *customer loyalty* dan *customer satisfaction* mampu memediasi hubungan antara *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar nomor empat di dunia, setelah Cina, India dan Amerika Serikat, dengan jumlah penduduk di tahun 2018 adalah sekitar 267 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan tahun 2016 maupun 2017, terjadi peningkatan jumlah penduduk yang cukup signifikan, dimana jumlah penduduk di tahun 2016 adalah sekitar 259 juta jiwa naik menjadi 262 juta jiwa di tahun 2017 (Kompas.com, 2019). Peningkatan rata-rata jumlah penduduk ini akan menjadi penyumbang utama pertumbuhan industri makanan dan minuman.

Menurut Abraham Maslow ada lima tingkatan kebutuhan manusia yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa memiliki, harga diri dan akumulasi diri. Kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi oleh manusia untuk mempertahankan hidupnya adalah kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan akan makanan, minuman, tempat tinggal, bernafas dan kebutuhan seksual (Dalam Mangkunegara, 2005). Untuk itu, kebutuhan dasar ini selalu menjadi salah satu sektor potensial untuk terus berkembang.

Mobilitas masyarakat dewasa ini juga semakin tinggi, dalam rangka memperoleh pendapatan untuk membiayai kebutuhan yang semakin mahal ataupun semakin bervariasi. Tidak lagi hanya suami yang mencari nafkah tapi istri juga bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Karena itulah sebagian besar mereka tidak memiliki waktu untuk memasak lalu mengkonsumsi makanan di luar rumah, apakah itu di warung ataupun restoran.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan sepanjang April 2017 sampai Maret 2018 oleh Roy Morgan, mencatat bahwa sebanyak 55 juta penduduk di Indonesia mulai dari usia 14 tahun keatas gemar makan di restoran, apakah itu restoran khas Indonesia maupun lainnya (Merdeka.com, 2019). Besarnya potensi sektor industri makanan dan minuman ini, menjadikannya andalan pada program Making Indonesia 4.0.

Restoran atau rumah makan adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan mulai dari proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014). Menurut Cousin dkk (2002) produk restoran ditentukan oleh lima faktor yaitu Faktor makanan dan minuman, faktor pelayanan, faktor kebersihan dan higienitas, faktor harga dan faktor atmosfer/suasana. Sedangkan berdasarkan kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikan, restoran diklasifikasi menjadi dua puluh jenis (Atmodjo, 2005) mulai dari *A'la carte restaurant* sampai dengan *main dining room*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Jambi, jumlah restoran yang tercatat di kota Jambi saat ini adalah sebanyak 91 buah. Salah satu restoran yang ada di kota Jambi adalah restoran Aneka Rasa. Restoran ini berlokasi di daerah kebun jeruk yang menyajikan makanan Indonesia, Cina dan Asia. Restoran ini telah berdiri sejak tahun 1984 dan tetap menjadi salah satu tujuan utama wisata kuliner di Kota Jambi. Restoran ini juga masuk dalam sepuluh besar

restoran yang wajib dikunjungi berdasarkan tripadvisor.co.id dan memperoleh penilaian 4,5 bintang dari para pelanggannya.

Restoran Aneka Rasa memiliki kekhasan tersendiri yang dijaga seiring waktu berjalan. Mulai dari bentuk ruang makannya, pelayanan, sampai dengan kualitas makanan dan minumannya yang terjaga standarnya. Variasi menu makanan dan minuman mengalami penambahan, disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Walaupun banyak bermunculan restoran ataupun rumah makan lainnya, restoran Aneka Rasa ini berhasil bertahan dan tetap memiliki tempat dihati para pelanggannya.

Besarnya biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan saat ini membuat tingkat mobilitas masyarakat di Indonesia semakin tinggi. Tidak lagi hanya suami yang mencari nafkah tapi istri juga bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Karenanya semakin banyak yang tidak memiliki waktu untuk memasak sehingga mengkonsumsi makanan di luar rumah, apakah itu di warung ataupun restoran. Restoran atau rumah makan adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014).

Fenomena yang tidak jauh berbeda terjadi di kota Jambi. Jumlah rumah makan ataupun restoran semakin banyak, dengan berbagai spesifikasi tersendiri. Ada yang mampu bertahan namun tidak sedikit juga yang tidak beroperasi lagi. Salah satu restoran yang masih bertahan di kota Jambi adalah Aneka Rasa. Untuk tetap bertahan dan berkembang di masa depan, maka *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* perlu mendapat perhatian penting.

Food Quality merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restaurant dikarenakan makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh restaurant kepada konsumen mereka sehingga restaurant harus menjaga harapan konsumen mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh restaurant kepada Konsumen (Walter et al., 2010; Jang and Mankung 2009).

Dalam penelitian ini, produk utama yang dibahas adalah makanan. Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai.

Harga merupakan faktor selanjutnya yang harus dianalisis dalam penelitian ini. Zethaml dan Bitner (2006) menyebutkan bahwa jasa sangat mempengaruhi persepsi tentang kualitas, kepuasan dan nilai (*value*), karena jasa tak berwujud dan sulit dinilai sebelum pembelian, maka harga biasanya dianggap sebagai indikator yang bisa mempengaruhi persepsi dan harapan akan kualitas. Jika harga sangat tinggi, maka pelanggan biasanya mengharapkan kualitas tinggi dan persepsi aktualnya akan dipengaruhi oleh harapan ini. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, maka pelanggan mungkin meragukan kemampuan organisasi dalam hal kualitas jasa.

Service Quality adalah konsep sering diperdebatkan dalam penelitian literatur karena kesulitan dalam mendefinisikan dan mengukurnya karena tidak ada konsensus keseluruhan yang muncul (Wisniewski, 2005). *Service Quality* yaitu penilaian kualitas layanan sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan atau harapan dari pelanggan. Hasil penilaian ini dijadikan sebagai perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan pelayanan yang diberikan. Jika ekspektasi lebih besar daripada yang didapatkan maka konsumen akan merasa kecewa (Parasuraman et al., 1985; Lewis and Mitchell, 1990).

Perceived Value adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. Penilaian ini dalam pandangan dari konsumen apakah benefit yang didapatkan sesuai dengan hal yang dikorbankannya (Kotler, 2003). Dalam Ariningsih (2010) riset yang dilakukan dua pakar pemasaran dari University of Western Australia, Sweeney dan Soutar (2001) berusaha mengembangkan 19 item ukuran *customer perceived value*. Skala yang dinamakan PERVAL (*Perceived Value*) tersebut dimaksudkan untuk menilai persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk Pelanggan tahan lama pada level merek. Skala ini dikembangkan berdasarkan konteks situasi pembelian ritel untuk menentukan nilai-nilai konsumsi yang mengarah pada sikap dan perilaku pembelian.

Keempat variable diatas akan menentukan sikap konsumen tentang penilaian mereka terhadap restoran Aneka Rasa. Apakah mereka merasa puas atau sebaliknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2007) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Ketika pelanggan merasa keinginan dan kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapannya maka akan tercipta loyalitas. Menurut Kotler dan Keller (2006 dalam Rudika, 2014) Loyalitas adalah sebuah konsep yang menekankan pada tuntutan pembelian, proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian. Menurut Basu Swastha, 1997 (dalam Rudika, 2014) Loyalitas adalah kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya, dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif.

Pelanggan yang merasa nyaman dengan nilai dan pelayanan didapat, maka mereka akan berpotensi untuk menjadi loyal, karena itulah tujuan akhir perusahaan yang berhasil yaitu menjalin hubungan dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) menganalisis pengaruh *food quality, price, service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer satisfaction*; (2) menganalisis pengaruh *food quality, price, service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer loyalty*; (3) menganalisis mediasi *customer satisfaction* akibat pengaruh *food quality, price, service quality* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah para pelanggan Restoran Aneka Rasa Jambi. Restoran aneka rasa beralamat di Jalan Mpu Gandring No. 75 Kebun Jeruk Kelurahan Solok Sipin Kecamatan Telanaipura Kota Jambi.

Jenis data yang digunakan adalah (1) Data primer yaitu Data diperoleh melalui kuesioner tertutup yang meliputi karakteristik responden dan persepsi responden variable yang diteliti. Pengumpulan data primer menggunakan metode *Non Probability Sampling* dan Jenis *Purposive Sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan orang yang mudah ditemui dan mau bekerja sama, dengan syarat adalah pelanggan Restoran Aneka Rasa dengan minimal kunjungan dua kali. (2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tinjauan kepustakaan melalui literatur, jurnal-jurnal dan situs internet yang dapat memberikan informasi sesuai dengan masalah penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan Restoran Aneka Rasa Jambi sepanjang tahun 2018 yaitu sebanyak 25.000 pengunjung. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 orang responden.

Variabel yang digunakan yaitu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

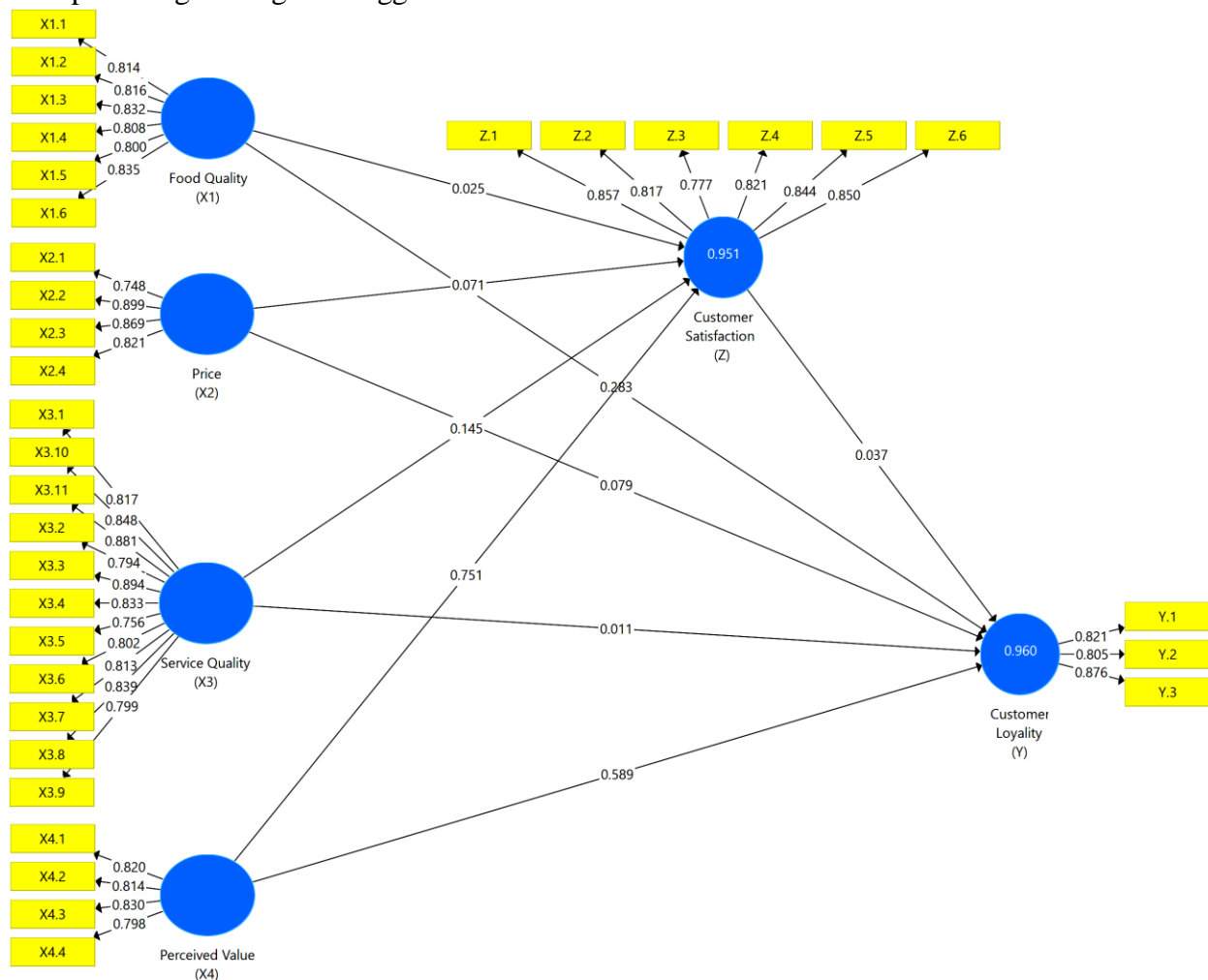
Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Food Quality</i> (X ₁)	Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas rasa • Kuantitas atau porsi • Variasi menu dan variasi jenis masakan yang ditawarkan • Cita rasa yang khas • Higienitas • Inovasi 	Ordinal
<i>Price</i> (X ₂)	Harga merupakan sesuatu komponenn yang diberikan sebagai ganti atas komponen yang didapatkan (Zeithaml dan Bitner, 2006)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Value is Low Price</i> • <i>Value is whatever I want in a product or service</i> • <i>Value is the quality I get for the price I pay</i> • <i>Value is what I get for what I give</i> 	Ordinal
<i>Service Quality</i> (X ₃)	Penilaian kualitas layanan sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan atau harapan dari pelanggan Hasil penilaian ini dijadikan sebagai perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan pelayanan yang diberikan. (Parasuraman et al., 1985; Lewis and Mitchell, 1990).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tangible</i> • <i>Reliability</i> • <i>Responsiveness</i> • <i>Assurance</i> • <i>Emphaty</i> 	Ordinal
<i>Perceived Value</i> (X ₄)	Penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. (Kotler, 2003)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Emotional Value</i> • <i>Social Value</i> • <i>Quality/Performance Value</i> • <i>Price/Value of Money</i> 	Ordinal
<i>Customer Satisfaction</i> (Z)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan Kotler dan Armstrong (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Attributes related to product</i> • <i>Attributes related to service</i> • <i>Attributes related to purchase</i> 	
<i>Customer Loyalty</i> (Y)	Loyalitas Pelanggan adalah sebuah konsep yang menekankan pada tuntutan pembelian, proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian (Kotler dan Keller, 2006 dalam Rudika, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesetiaan terhadap pembelian produk • Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk 	

- Merefrensikan secara total eksistensi perusahaan

Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian berupa kuesioner sehingga diperlukan uji validitas dan reliabilitas agar kuesioner layak digunakan. Alat analisis yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan software PLS (*partial least square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, berikut merupakan model yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan SmartPLS



Gambar 1. Model Hasil Pengukuran

Pada gambar diatas terlihat hubungan antar variabel dimana variabel *Food Quality*, *Price*, *Service Quality* dan *Perceived Value* menunjukkan pengaruh terhadap variabel *Customer Satisfaction* dan variabel *Food Quality*, *Price*, *Service Quality* dan *Perceived Value* menunjukkan pengaruh terhadap variabel *Customer loyalty* serta variabel *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pengaruh variabel *Food Quality*, *Price*, *Service Quality* dan *Perceived Value* menunjukkan pengaruh terhadap variabel *Customer loyalty*.

Pengukuran pengujian reabilitas dengan menganalisis melalui *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Skor minimum pada setiap

variabel dapat dinyatakan reabilitas yaitu jika *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,7 dan dinyatakan validitas jika *Average Variance Extracted (AVE)* lebih dari 0,5. Hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Customer Loyalty	0,781	0,784	0,873	0,697
Customer Satisfaction	0,908	0,908	0,929	0,686
Food Quality	0,901	0,902	0,924	0,668
Perceived Value	0,832	0,832	0,888	0,665
Price	0,855	0,859	0,903	0,699
Service Quality	0,953	0,954	0,959	0,682

Analisis *cronbach's alpha* pada tabel di atas, hasil menunjukkan bahwa skor lebih dari 0,7 dimana variabel *customer loyalty* sebesar 0,781, *customer satisfaction* sebesar 0,908, *food quality* sebesar 0,901, *perceived value* sebesar 0,832, *price* sebesar 0,855 dan *service quality* sebesar 0,953. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keakuratan dan kehandalan semua variabel dalam penelitian ini.

Composite reliability dengan skor di atas 0,7 maka dapat dinyatakan memenuhi reabilitas. Berdasarkan tabel di atas, maka terlihat bahwa setiap variabel pada penelitian ini skor untuk *composite reliability* diatas 0,7 dimana variabel *customer loyalty* sebesar 0,873, *customer satisfaction* sebesar 0,929, *food quality* sebesar 0,924, *perceived value* sebesar 0,888, *price* sebesar 0,903 dan *service quality* sebesar 0,959. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel secara keseluruhan dinyatakan reliabel.

Pengukuran validitas melalui *Average Variance Extracted (AVE)* dimana skor diatas 0,5 maka dinyatakan memenuhi validitas. Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa secara keseluruhan variabel skor *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,5, dimana *customer loyalty* sebesar 0,697, *customer satisfaction* sebesar 0,686, *food quality* sebesar 0,668, *perceived value* sebesar 0,665, *price* sebesar 0,699 dan *service quality* sebesar 0,682. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel secara keseluruhan dinyatakan memenuhi validitas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden maka analisis lebih lanjut mengenai hasil penelitian ini diinterpretasikan dengan pembahasan berikut. Menurut Kotler dan Keller, 2006, loyalitas pelanggan adalah sebuah konsep yang menekankan pada tuntutan pembelian, proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan sikap loyal konsumen, dimana hal tersebut dapat terlihat setia konsumen dalam mengkonsumsi produk, ketahanan terhadap pengaruh negatif pada produk dan mereferensikan produk kepada orang lain. Sikap tersebut terbentuk dengan adanya rasa puas setelah mendapatkan pelayanan atau konsumsi pada suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2007), *customer satisfaction* merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pada penelitian ini, restoran aneka rasa merupakan objek dalam penelitian. Pengukuran pengaruh *Food Quality*, *Price*, *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dan pengaruh *Food Quality*, *Price*, *Service Quality* dan *Perceived Value* secara parsial terhadap *Customer Loyalty*. Hasil analisis data melalui Partial Least Square (PLS) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap hal tersebut.

Menurut Knight dan Kotschevar (2000), kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Menurut pengamatan selama penelitian ini, restoran aneka rasa sangat menjaga kualitas makanan dengan rasa yang menciptakan kepuasan bagi pelanggan, sehingga seiring dengan hasil penelitian ini terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2006), harga merupakan sesuatu komponenn yang diberikan sebagai ganti atas komponen yang didapatkan. Pada penelitian ini harga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Zeithaml dan Bitner harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas, dimana setiap individu dapat berkorban dengan mengaharapkan sebuah kepuasan

Menurut Lewis and Mitchell (1990), penilaian kualitas layanan sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan atau harapan dari pelanggan. Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Lewis and Mitchell (1990) dengan hasil penilaian ini dijadikan sebagai perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan hal yang langsung dirasakan oleh konsumen. Hal positif dari hasil pengamatan dilapangan bahwa karyawan selalu menggunakan baju seragam dan terlihat bersih serta keramahan karyawan pada setiap konsumen menciptakan kepuasan bagi konsumen. Pengamatan ini sesuai dengan hasil dari pernyataan pada kuesioner bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan

Menurut Kotler (2003), penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. Setiap konsumen memiliki penilaian yang berbeda-beda terhadap suatu produk. Kesesuaian harapan konsumen terhadap apa yang diraih pada produk akan menciptakan suatu kepuasan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini, bahwa penilaian konsumen berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan variabel yang diukur pada penelitian ini yaitu *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer loyalty* serta variabel *customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* secara parsial terhadap *customer loyalty*. Hal ini terlihat bahwa faktor kepuasan dari pelanggan mampu menumbuhkan sikap loyal dari konsumen terhadap suatu produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan terbukti *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*, terbukti *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*, terbukti bahwa *customer satisfaction* mampu memediasi hubungan antara *food quality*, *price*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*

Saran

Meningkatnya persaingan dalam bisnis kuliner wisata perlu dilakukan strategi yang tepat dalam meningkatkan pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan upaya dalam menentukan strategi lebih berfokus kepada *food quality*, *price*, *service quality* dan

perceived value, dimana kualitas hal tersebut dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menciptakan sikap loyal pada pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Bishop, W. R., Jr. 1984. Competitive intelligence. *Progressive Grocer*, 63(3), 19-20.
- Dutka, Alan, 2008. *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*. NTC Business Book,., Lincolnwood, Illinois
- Eva Yohana & Edwin J, 2017. Pengaruh *Perceived Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.11 No.2.
- Essinger, James & Wylie, Helen. 2003. *Customer loyalty: Devising successful strategies in food and drink*.
- Gerson, Richard F. 2004. *Mengukur kepuasan pelanggan*. PPM. Jakarta
- Jacoby, J., Kyner, D.B. 1973, "Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior", *Journal of Marketing Research*, Vol. 1, pp. 1-9.
- Jang, S., & Namkung, Y. 2009. *Perceived quality, emotions, and behavioral intentions: Application of an extended Mehrabian-Russell model to restaurants*. *Journal of Business Research*, 62, 451-460.
- Jimmy Sugianto & Sugiono S, 2013. Analisa Pengaruh *Service Quality, Food Quality dan Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1 No.2
- Kevin Hariyanto, 2018. Analisa Pengaruh *Service Quality, Food Quality dan Perceived Value* Terhadap *Customer Loyalty* Konsumen Restaurant Boncafe Manyar Kertoajo Surabaya dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lai, T.L. 2004, "Service Quality and Perceived Value's Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS)," *Information System Frontiers*, Vol. 6, No. 4, pp. 353-368.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985, "A conceptual model of service quality and its implication", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Van Iwaarden, J., van der Wiele, T., Ball, L., and Millen, R. 2003, "Applying SERVQUAL to web sites: An exploratory study", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol.20, No.8, pp. 919-935.
- Yi, Y. (1990), "A critical review of consumer satisfaction", in Zeithaml, V. (Ed.), *Review of Marketing*, 1990,
- Zeithaml, V.A. 1988, "Consumer perceptions of price, quality and value: a means and model and synthesis of evidence", *Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 3, pp. 2-22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. 1996. *The behavioural consequences of service quality*. *Journal of Marketing Management*, 60(No. April), 31-46.

**PENGARUH LINGKUNGAN ETIKA, KOMPLEKSITAS TUGAS TEKANAN
KETAATAN TERHADAP AUDITOR *JUDGMENT*
(STUDI EMPIRIS PADA BADAN PEMERIKSA KEUANGAN KOTA JAMBI)**

Asrini¹⁾, Yorina An'guna Bansa²⁾, Deka Veronica³⁾, Musnaini⁴⁾

^{1,2,3)}Universitas Muhammadiyah Jambi

Korespondensi email: asrini.msa@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze empirically about environmental ethics, task complexity, effect of obedience pressure toward audit judgment taken by auditor . Environmental ethics, Complexity of tasks , that can affect the type of mature judgment taken by an auditor. Obedience pressure can arise from two sides or different sources : from the agency or supervisor inspected and come from professional standards . . This study used a sample of 36 independent government auditor who worked on the Audit Board of the Republic of Jambi City . This study uses a questionnaire instrument is provided directly to the auditor by the researcher .Results of this study indicate that environmental ethics not affect auditor judgment , while complexity of task and obedience pressure has at impact on auditor judgment . Results of this study are expected to be used by the auditor to continue to improve professionalism in particular to give the consideration.

Keywords : Environmental Ethics, The Complexity Of The Task, Obedience Pressure, Auditor Judgment

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris mengenai pengaruh lingkungan etika, kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan, terhadap auditor judgment. Lingkungan etika dan Kompleksitas tugas yang matang dapat mempengaruhi jenis pertimbangan yang diambil oleh seorang auditor. Tekanan ketaatan dapat muncul dari dua sisi atau sumber yang berbeda : berasal dari instansi yang diperiksa atau atasan dan berasal dari standar professional.. Penelitian ini menggunakan sampel 36 auditor independen pemerintahan yang bekerja di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan instrument berupa kuesioner yang diberikan secara langsung kepada auditor oleh peneliti. Penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan etika tidak berpengaruh terhadap auditor judgment, sedangkan kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan memiliki pengaruh terhadap pertimbangan audit. Hasil penelitian ini diharapkan digunakan oleh auditor untuk terus meningkatkan profesionalismenya khususnya dalam memberikan pertimbangan – pertimbangan yang tepat

Kata Kunci : Lingkungan Etika, Kompleksitas Tugas, Tekanan Ketaatan, Auditor Judgment

PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan yang dinamis hanya mungkin dapat dicapai secara efektif. Hal ini berkaitan dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan. Perkembangan yang dinamis dan kelangsungan hidup secara memadai. Peraturan BAPEPAM dan lembaga keuangan telah menerbitkan satu peraturan yaitu NO.X.K.6 lampiran keputusan ketua BAPEPAM dan Lembaga Keuangan No Kep-431/BL/2012 yang menyebutkan bahwa laporan tahunan emiten atau perusahaan publik. Akuntan adalah sebutan dan gelar

profesional yang diberikan kepada seorang sarjana yang telah menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi pada suatu universitas dan telah lulus pendidikan profesi akuntansi.

Ketentuan mengenai praktik akuntan di Indonesia diatur dengan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 20 Tahun 2015 tentang praktik akuntan publik. Auditor adalah pihak yang diyakini berperan sebagai pengontrol dan penjaga kepentingan publik dibidang yang terkait dengan keuangan. Auditor bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan audit untuk memperoleh keyakinan yang memadai tentang apakah Laporan Keuangan (LK) bebas dari salah saji material baik yang disebabkan oleh kekeliruan atau kecurangan. Auditor harus memiliki kemampuan yang memadai tentang teknik-teknik dan memahami kriteria yang digunakan. Hal ini dapat diperoleh melalui pendidikan baik secara formal maupun informal, serta pengalaman dalam melakukan audit (Huakanala dan Shinneke, 2004). Auditing berasal dari bahasa latin, yaitu “audire” yang berarti mendengar atau memperhatikan.

Mendengar dalam hal ini adalah memperhatikan dan mengamati pertanggungjawaban keuangan yang disampaikan penanggungjawab keuangan, dalam hal ini manajemen perusahaan. Pada perkembangan terakhir sesuai dengan perkembangan dunia usaha, pendengar tersebut dikenal dengan auditor atau pemeriksa.

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan lingkungan etika, pengalaman, dan tekanan ketaatan. Seperti halnya penelitian yang dilakukan Egayusa (2011) menyebutkan bahwa tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor Judgment. Pada penelitian yang dilakukan Indah (2010) yang meneliti tentang pengaruh kompetensi dan independensi pada auditor senior dan junior di KAP Semarang, menyatakan bahwa pengalaman, pengetahuan dan tekanan dari rekan berpengaruh terhadap auditor Judgment. Amanda (2009) juga menyatakan bahwa tekanan ketaatan dan pengalaman berpengaruh signifikan terhadap kualitas auditor Judgment.

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu: Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh lingkungan etika, kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan berpengaruh terhadap Auditor Judgment. Untuk membuktikan lingkungan etika berpengaruh terhadap Auditor Judgment, Untuk membuktikan kompleksitas tugas berpengaruh terhadap Auditor Judgment, Untuk membuktikan tekanan ketaatan berpengaruh terhadap Auditor Judgment

Menurut Sukrisno (2012) auditing adalah suatu pemeriksaan yang dilakukan secara kritis dan sistematis, oleh pihak yang independen, terhadap laporan keuangan yang telah disusun oleh manajemen, beserta catatan-catatan pembukuan dan bukti-bukti pendukungnya, dengan tujuan untuk dapat memberikan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan tersebut. Etika Umum berusaha untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan merumuskan apa yang baik untuk individu dan masyarakat, dengan menetapkan sifat kewajiban atau tugas sehingga individu-individu memiliki kewajiban terhadap diri sendiri maupun terhadap pihak lain (Jusuf, 2013). Berhubung tidak ada seperangkat prinsip universal yang dapat dengan jelas menunjukkan pilihan perilaku yang benar untuk segala situasi, maka para ahli etika mengembangkan suatu kerangka pengambilan keputusan etika umum.

Dalam hal ini tekanan ketaatan diartikan sebagai tekanan yang diterima oleh auditor junior dari auditor senior atau atasan dan entitas yang diperiksa untuk melakukan tindakan yang menyimpang dari standar profesionalisme. Intruksi atasan dalam suatu organisasi akan mempengaruhi perilaku bawahan karena atasan memiliki otoritas (Grediani dan Slamet, 2007). Kualitas audit merupakan hal yang penting bagi auditor dalam proses pengauditan.

Hal ini dikarenakan audit berguna untuk mengurangi kesalahan informasi laporan keuangan yang digunakan oleh manajer, pemegang saham dan pihak luar seperti masyarakat. Judgment merupakan suatu proses yang terus menerus dalam perolehan informasi (termasuk umpan balik dari tindakan sebelumnya), pilihan untuk bertindak atau tidak bertindak, penerimaan informasi lebih lanjut. Proses judgment tergantung pada kedatangan informasi sebagai suatu proses upfolds (Zulaikha (2006)

Hipotesis Penelitian

H1: Lingkungan etika, kompleksitas tugas, dan tekanan ketaatan berpengaruh secara simultan terhadap auditor judgment

H2: Lingkungan etika berpengaruh secara parsial terhadap auditor judgment

H3: Kompleksitas tugas berpengaruh secara parsial terhadap auditor judgment

H4: Tekanan ketaatan berpengaruh secara parsial terhadap auditor judgment

METODE PENELITIAN

Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan

cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Teknik penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara peneliti mendatangi dan membagikan kuesioner kepada kantor BPK Provinsi Jambi yang menjadi sampel penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan melakukan studi pustaka untuk mengumpulkan data dari buku-buku referensi, artikel, jurnal ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan akan digunakan sebagai landasan pemikiran teoritis. Pengukuran jawaban kuesioner menggunakan skala likert lima poin.

Skala likert adalah sebuah pernyataan dimana responden diminta untuk mengevaluasi tingkatan persetujuan atau ketidaksetujuan. Semakin tinggi nomor jumlah, semakin besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1= Sangat Tidak Setuju (STS); 2= Tidak Setuju (TS); 3= Netral (N); 4= Setuju (S); 5= Sangat Setuju (SS)

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Hasil Penelitian

- **Karakteristik Responden**

Sebanyak 36 Kuesioner pada penelitian ini disebarkan kepada responden terpilih yaitu para pemeriksa pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Jambi. Setiap responden menjawab 4 pertanyaan tentang lingkungan etika, 6 tentang kompleksitas tugas, 7 tentang tekanan ketaatan dan 10 pertanyaan tentang auditor judgment. Distribusi kuesioner dan tingkat pengembalian tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian

Penyebaran Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	44
Kuesioner yang kembali	36
Kuesioner yang tidak kembali	8
Kuesioner yang dapat diolah	36
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa kuesioner yang dikembalikan sebanyak 36 kuesioner, yang berarti sebagian besar kuesioner yang disebar kembali pada peneliti. Semua kuesioner yang dikembalikan dapat diolah. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini cukup memiliki pemahaman dan keseriusan untuk memberikan persepsinya terhadap kuesioner yang diisi.

Pengujian Instrumen Penelitian

- **Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Etika (X1)**

Hasil menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang berhubungan dengan variable X1, yaitu Lingkungan Etika adalah valid. Hal tersebut ditandai dengan adanya tanda bintang yang terdapat pada angka pearson corellation di setiap itemnya. Dengan demikian, item pertanyaan memiliki korelasi yang signifikan.

- **Hasil Uji Validitas Variabel Kompleksitas Tugas (X2)**

Hasil menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi yang signifikan antara skor masing-masing pertanyaan dengan skor total (lampiran) sehingga semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan.

- **Hasil Uji Validitas Variabel Tekanan Ketaatan (X3)**

Hasil menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi yang signifikan antara skor masing-masing pertanyaan dengan skor total (lampiran) sehingga semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan.

- **Hasil Uji Validitas Variabel Auditor judgment (Y)**

Hasil menunjukkan bahwa juga terdapat korelasi yang signifikan sehingga setiap item pertanyaan mengenai auditor judgment bersifat valid dan dapat digunakan.

- **Uji Reliabilitas**

Hasil uji menunjukkan bahwa semua variable yaitu lingkungan etika, kompleksitas tugas, tekanan ketaatan dan auditor judgment memiliki reliabilitas 0,6-0,8

- **Uji Normalitas**

Hasil uji menunjukkan bahwa pengujian One sample Kolmogorov Smirnov Test dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-Tailed) lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi normalitas taksiran model yang diperoleh terpenuhi.

- **Uji Multikolinieritas**

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing - masing variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (suliyanto,2010). Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) dibawah 10.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Hasil pengujian menunjukkan tidak ada pola yang jelas, sehingga dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode Analisis Data

- **Analisis Regresi Linear Berganda**

Untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen dilakukan analisis regresi berganda. Dan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,674	,496		3,377	,002		
Lingkungan Etika	-,182	,108	-,299	-1,686	,102	,566	1,767
Kompleksitas Tugas	,601	,136	,689	4,425	,000	,735	1,360
Tekanan Ketaatan	,238	,093	,402	2,549	,016	,716	1,397

$$Y = 1.674 - 0,182X1 + 0,601X2 + 0,238X4$$

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 1,674 memberikan arti bahwa apabila lingkungan etika (X1), kompleksitas tugas (X2), tekanan ketaatan (X3) diasumsikan = 0, maka auditor judgment (Y) secara konstan bernilai 1,674; 2) Koefisien regresi variabel lingkungan etika (X1) sebesar – 0,182 memberikan arti bahwa lingkungan etika berpengaruh negatif terhadap auditor judgment. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan lingkungan etika maka akan terjadi penurunan auditor judgment sebesar 0,182. Dan begitu juga sebaliknya, apabila dengan pengurangan satu satuan lingkungan etika maka akan terjadi kenaikan auditor judgment; 3) Koefisien regresi variabel kompleksitas tugas (X2) sebesar 0,601 memberikan arti bahwa tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan kompleksitas tugas maka akan terjadi kenaikan auditor judgment sebesar 0,601. Dan begitu juga sebaliknya, apabila dengan pengurangan satu satuan kompleksitas tugas maka akan terjadi penurunan auditor judgment; 4) Koefisien regresi tekanan ketaatan (X3) sebesar 0,238 memberikan arti bahwa tekanan ketaatan tidak berpengaruh terhadap auditor judgment. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan tekanan ketaatan maka akan terjadi kenaikan auditor judgment sebesar 0,303. Dan begitu juga sebaliknya, apabila dengan pengurangan satu satuan tekanan ketaatan maka akan terjadi penurunan auditor judgment.

Pengujian Hipotesis

- **Uji F (Uji Simultan)**

Hasil menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 8,029 dengan p-value sebesar 0,000 dengan nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel (8,02 > 2,67). Dengan demikian H0 ditolak dan menerima Ha. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara simultan lingkungan etika, kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment.

- **Uji Parsial (Uji t)**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) Pengujian koefisien regresi variabel lingkungan etika (X1) nilai signifikansi variabel lingkungan etika (X1) adalah sebesar 0,102 > 0,05 (taraf nyata signifikansi penelitian). Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara (thitung) dan (ttabel) yang menunjukkan nilai thitung sebesar -1,686 sedangkan ttabel sebesar 2,03693 dari hasil tersebut terlihat bahwa thitung < ttabel yaitu -1,686 < 2,03693. . Dengan demikian H0 diterima dan menolak Ha. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial lingkungan etika tidak berpengaruh terhadap auditor judgment; 2) Pengujian koefisien regresi variabel kompleksitas tugas (X2) Nilai signifikansi variabel kompleksitas tugas (X2) adalah

sebesar $0.000 < 0.05$ (taraf nyata signifikansi penelitian). Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara (thitung) dan (ttabel) yang menunjukkan nilai thitung sebesar 4,425 sedangkan ttabel sebesar 2,03693 dari hasil tersebut terlihat bahwa thitung $>$ ttabel yaitu $4,425 > 2,03693$. Dengan demikian H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial kompleksitas tugas berpengaruh terhadap auditor judgment; 3) Pengujian koefisien regresi variabel tekanan ketaatan (X_3) nilai signifikansi variabel lingkungan etika (X_3) adalah sebesar $0.016 < 0.05$ (taraf nyata signifikansi penelitian). Selain itu dapat dilihat juga dari hasil perbandingan antara (thitung) dan (ttabel) yang menunjukkan nilai thitung sebesar 2,549 sedangkan ttabel sebesar 2.03693 dari hasil tersebut terlihat bahwa thitung $>$ ttabel yaitu $2,549 > 2.03693$. Dengan demikian H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment.

Pembahasan

- **Pengaruh lingkungan etika terhadap auditor judgment**

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa lingkungan etika tidak berpengaruh terhadap auditor judgment

- **Pengaruh Kompleksitas Tugas terhadap Auditor judgment**

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kompleksitas tugas berpengaruh terhadap auditor judgment. Hal Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa kompleksitas tugas berpengaruh terhadap auditor judgment.

Kompleksitas tugas merupakan tugas yang tidak terstruktur, membingungkan, dan sulit (Sanusi dan Iskandar 2007). Beberapa tugas audit dipertimbangkan sesuai tugas dengan kompleksitas tugas dengan kompleksitas tugas tinggi dan sulit, sementara yang lain mempersepsikannya sebagai tugas yang mudah (engko dan Gudono,2007). Persepi ini menimbulkan kemungkinan bahwa suatu tugas audit sulit bagi seseorang, namun mungkin juga mudah bagi orang lain (Restuningdiah dan Indriantoro,200). Lebih lanjut, Restuningdiah dan Indriantoro (2000) menyatakan bahwa kompleksitas tugas muncul dari ambiguitas dan struktur yang lemah, baik dalam tugas-tugas utama maupun tugas- tugas lain. Pada tugas-tugas yang membingungkan (ambiguous) dan tidak terstruktur, alternatif- alternatif yang ada tidak dapat diidentifikasi, sehingga data tidak dapat diperoleh dan outputnya tidak dapat diprediksi.

- **Pengaruh Tekanan Ketaatan Terhadap Auditor judgment.**

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t variabel tekanan ketaatan lebih besar dari 2,03693 yaitu sebesar 2,549. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment.

- **Pengaruh Lingkungan Etika, Kompleksitas Tugas, dan Tekanan Ketaatan Terhadap Auditor judgment**

Hasil Analisis regresi menunjukkan bahwa lingkungan etika, kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan berpengaruh secara simultan terhadap auditor judgment. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Fhitung (8,029) lebih besar dari Ftabel (2,67). Dari hasil tersebut dapat

dinyatakan bahwa secara simultan lingkungan etika, kompleksitas tugas dan tekanan ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada Bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut ; 1) Variabel Lingkungan etika, kompleksitas tugas, dan tekanan ketaatan berpengaruh secara simultan terhadap auditor judgment; 2) Variabel Lingkungan Etika tidak berpengaruh terhadap auditor judgment yang diambil oleh auditor, sehingga hipotesis 2 ditolak; 3) Variabel Kompleksitas Tugas berpengaruh terhadap auditor judgment yang diambil oleh auditor, sehingga hipotesis 3 diterima; 4) Variabel Tekanan Ketaatan berpengaruh terhadap auditor judgment yang diambil oleh auditor, sehingga hipotesis 4 diterima.

Saran

Bagi pihak Badan pemeriksa Keuangan RI Perwakilan Provinsi Jambi dapat melakukan upaya untuk meningkatkan lagi pengalaman auditornya melalui pelatihan atau seminar yang dapat menunjang kinerja para auditor.

Penelitian-penelitian berikutnya masih dibutuhkan pada bidang yang sama tentang pengaruh lingkungan etika, kompleksitas tugas, tekanan auditor dan auditor judgment karena hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan masih mengandung ketidakkonsistenan. Bagi peneliti dan penelitian selanjutnya hendaknya mengembangkan variabel-variabel penelitiannya. Bagi para peneliti lain hendaknya memperluas subyek penelitian yang digunakan Bagi para peneliti lain diharapkan agar dapat mengumpulkan data primer tidak hanya dari penyebaran kuesioner namun harus ditunjang dengan wawancara maupun observasi langsung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno, 2004, Auditing. Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI, Salemba Empat.
- Amanda.2009. "Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, Kompleksitas Tugas dan Pengalaman terhadap Audit Judgment. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Aminto,Bagus Kendro. 2010. "Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment". Universitas Semarang
- Amir, Amri, Junaidi dan Yulmardi. 2011. "Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya". Bogor: IPB Press.
- Anonim. 2013. "Peraturan Nomor X.K.6 kewajiban penyampaian laporan keuangan".
<http://www.scrib.com>. Di download tanggal 20 Juli 2013.

- Anisykurlillah, Indah. 2006. "Dampak Pembatasan dalam proses Audit terhadap pertimbangan Auditor atas Kelangsungan Usaha Klien". Tesis Universitas Diponegoro. <http://akuntansibisnis.wordpress.com/>.
- Arens, A. Alvin & James K. Loebbecke. 2008. Auditing dan Jasa Assurance, Alih Bahasa Gina Gaina, Edisi Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Arikunto, S. 2006." Prosedur Penelitian Rineka Cipta". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bastian, Indra. 2011. Audit Sektor Publik. Edisi 2. Cetakan ke 3. Salemba Empat Jakarta.
- Bonner, 1994, A Model of The Effects of Audit Task Complexity. Accounting, Organizations and Society., 19(3): 213-234.
- Egayusa,H.2011. "Pengaruh Gender,Tekanan Ketaatan, Kompleksitas Tugas, Pengetahuan, dan Kepercayaan Diri Auditor Terhadap Audit Judgment. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. "Analisis Multivariate dengan program SPSS". Semarang, Universitas Diponegoro.
- Huakanala, Shinneke.2004. "Audit sampling : Auditor's Judgment dan risiko Audit". Media Akuntansi, Edisi 37, Januari-Februari 2004.
- I Made Angga,dkk.2014. "Pengaruh Keahlian Audit, Konflik Peran, dan Kompleksitas Tugas terhadap Audit Judgment". Universitas Pendidikan Ganesha
- Karina Dwi Septyarini.2015. "Pengaruh Pengalaman Auditor,Tekanan Ketaatan, dan Kompleksitas Tugas terhadap Audit Judgment.Skripsi.Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Mamahani Hacotama.2015. "Pengaruh Kompetensi dan Etika Profesi terhadap Kualitas Auditor". Politeknik Negeri Manado
- Martinov,Pflugrafth.2008. Meneliti keterkaitan antara lingkungan etika dan pengalaman auditor dengan kualitas audit judgment.
- Mutmainah, Siti, 2007, Studi Tentang Perbedaan Evaluasi Etis, Intensi Etis (Ethical Intention) Dan Orientas Dilihat Gender Dan Disiplin Ilmu: Potensi Rekrutmen Staf Profesional Pada Kantor Akuntan Publik, Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 10. No. 1, 43-67.
- Nuryanto dan Dewi. 2001. "Tinjauan Etika Atas Pengambilan Keputusan Auditor Berdasarkan Pendekatan Moral". Media Riset Akuntansi,Auditing & Informasi vol.1 no.3, 3 Desember.
- Pasanda, Erna dan Paranoan, Natalia, 2013. Pengaruh dan Pengalaman Audit terhadap Audit Judgment. Jurnal Akuntansi Universitas Kristen Indonesia Vol 4(3). ISSN 2086-7603

**KETIKA KEBENCIAN BERUJUNG PADA PENGHINDARAN: PENGARUH
NEGATIVE PAST EXPERIENCE, NEGATIVE EMOTIONS TERHADAP
BRAND HATE DAN BRAND HATE TERHADAP BRAND AVOIDANCE
(STUDI PADA PENGGUNA LAYANAN LION AIR)**

Azizah Rozalia¹⁾, Seprianti Eka Putri²⁾, Charil Afandy³⁾

^{1,2,3)}Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu
Korespondensi email: azizahrozalia97@gmail.com

Abstract.

The purpose of this study was to analyze the effects of the negative past experience and negative emotions to brand hate in Lion Air service users, and to analyze the effects of brand hate to brand avoidance in Lion Air service users. The sampling technique in this study used an purposive sampling technique and data collection is conducted by distributing online questionnaires to respondents. The number of samples is 225 Lion Air service users. The analytical tool used is SEM with AMOS. The result showed the variabel negative past experience has a significant effect on brand hate on Lion Air service users, the variabel negative emotions do not have direct effect on brand hate on Lion Air service users, and variabel brand hate has a significant effect on brand avoidance on Lion Air service users. This research cannot be generally used, which concludes that everyone hates Lion Air in which the majority of the survey distribution results in the research peer group with the average age of respondents was the age group of 17-25 years as students.

Keywords: Brand Avoidance, Brand Hate, Negative Emotions, Negative Past Experience

Abstrak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengalaman masa lalu yang negatif dan emosi negatif terhadap kebencian merek pada pengguna layanan jasa Lion Air, dan menganalisis pengaruh kebencian merek terhadap penghindaran merek pada pengguna layanan jasa Lion Air. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada responden. Jumlah sampel adalah 225 pengguna layanan jasa Lion Air. Alat analisis yang digunakan adalah SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh signifikan terhadap kebencian merek pada pengguna layanan jasa Lion Air, variabel emosi negatif tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap kebencian merek pada pengguna layanan jasa Lion Air, dan variabel kebencian merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran merek pada pengguna layanan jasa Lion Air. Penelitian ini tidak dapat secara umum digunakan, dimana menyimpulkan bahwa semua orang membenci dengan Lion Air. Hal ini terjadi karena hasil distribusi survei mayoritas pada kelompok teman sebaya peneliti dimana rata-rata usia responden kelompok umur 17-25 tahun dengan status sebagai mahasiswa.

Kata Kunci : Kebencian Merek, Penghindaran Merek, Emosi Negatif, Pengalaman Masa Lalu Yang Negatif.

PENDAHULUAN

Merek merupakan salah satu bentuk dari identitas sebuah produk yang membedakan antara satu produk dengan produk lainnya. Konsumen juga mencari identitas mereka dan mencoba untuk menemukan cara mengekspresikan diri dari merek yang mereka gunakan (Lee *et al.*, 2009). Hubungan merek dengan konsumen merupakan perubahan besar dalam teori dan praktik pemasaran (Fournier *et al.*, 2012). Beberapa konsumen memiliki hubungan yang baik dengan merek tertentu atau dengan kata lain mencintai merek, namun ada juga yang memiliki hubungan yang kurang baik atau cenderung membenci merek (Khan & Lee, 2014). Saat konsumen memiliki hubungan yang kurang baik terhadap merek, mereka memberikan tanggapan yang berbeda-beda, ada yang membagikan pengalamannya kepada orang lain dan ada juga yang menghindari merek. Sternberg (1986) berpendapat bahwa hubungan cinta yang emosional mengacu pada rasa kedekatan, keterhubungan, dan keterikatan. Kebalikan dari kedekatan adalah penghindaran, hal ini merupakan tindakan dari perasaan negatif individu terhadap merek (Zarantonello *et al.*, 2016). Selain penghindaran terhadap merek (*brand avoidance*), kebencian merek juga merupakan sikap yang sering dihasilkan dari akumulasi perasaan negatif (Delzen, 2014). Kebencian merek (*brand hate*) merupakan perasaan penuh emosi yang dapat memengaruhi merek (Bryson *et al.*, 2013). Terkait dengan perilaku, kebencian merek mengarah pada tindakan permusuhan untuk menghindari merek (Marticotte *et al.*, 2016). Konsumen mengembangkan perasaan benci ketika mereka merasa bahwa merek tersebut gagal memberikan layanan yang mereka inginkan. Ketika konsumen memutuskan untuk mengakhiri hubungan mereka dengan merek, kemungkinan perilaku anti *brand* mereka akan meningkat (Park *et al.*, 2013). Semakin kuat hubungan konsumen dengan merek sebelumnya akan semakin kuat kritik mereka terhadap merek, yang mungkin meningkatkan aktivitas anti *brand* mereka (Johnson *et al.*, 2011). Perilaku anti *brand* terjadi karena pengalaman masa lalu yang negatif (*negative past experience*) yang dimiliki konsumen dengan merek tertentu. Baumierster *et al.*, (2001) menyatakan bahwa orang lebih cenderung berbicara pengalaman negatif atau memberikan ulasan negatif daripada berbagi pengalaman positif. Hal ini menunjukkan bahwa orang lebih menimbang informasi negatif daripada informasi positif (Kanouse, 1984). Meskipun konsumen membeli berbagai merek untuk alasan yang berbeda, harapan yang paling mendasar adalah kinerja produk atau layanan yang memuaskan (Lee *et al.*, 2009a; 2009b). Ketika konsumen menggunakan produk atau layanan mereka membandingkan harapan awal dengan apa yang diberikan oleh produk dan akibatnya, apakah harapan konsumen dapat dipenuhi atau tidak (Halstead, 1989). Menurut Bryson *et al.*, (2013) ketidakpuasan konsumen merupakan faktor terkuat dari kebencian merek dalam konteks merek mewah. Zarantonello *et al.*, (2016) mengidentifikasi pelanggaran terhadap harapan yang tidak sesuai dengan apa yang diberikan produk atau layanan yang akan mengarah pada kebencian merek. Kebencian merek merupakan bentuk dari emosi yang disampaikan oleh konsumen terhadap merek. Konsep emosi adalah salah satu hal yang sulit dipahami (Fridja, 2007). Salah satu aspek penting dari emosi adalah emosi dapat memotivasi individu dalam melakukan tindakan tertentu tergantung konteks, jenis, dan intensitas emosi yang dialami (Fridja, 1986). Ada empat dasar emosi negatif (*negative emotions*) yang dapat mempengaruhi merek benci, yaitu: kemarahan, ketakutan, kesedihan, dan rasa malu (Laros & Steenkamp, 2005). Marah mendorong individu takut untuk mengambil tindakan, sedangkan rasa takut membuat konsumen lebih memilih untuk menghindar (Roseman *et al.*, 1994). Hal ini menunjukkan bahwa emosi negatif menyebabkan respon perilaku yang unik (Roseman, 1984). Hanya sedikit penelitian yang membahas tentang hubungan negatif antara konsumen dengan merek, tidak seperti hubungan

positif terhadap merek yang banyak mendapat perhatian (Batra *et al.*, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menguji penyebab merek benci pada sektor jasa di bidang maskapai penerbangan. Ada banyak maskapai penerbangan lainnya, namun penelitian ini memilih maskapai penerbangan Lion Air dengan berbagai pertimbangan. PT. Lion Mentari Airlines atau yang biasa dikenal dengan Lion Air merupakan maskapai penerbangan berbiaya rendah (*Low Cost Carrier*) dengan mengusung slogan “*We Make People Fly*”. Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia yang secara hukum didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000. Lima belas tahun lebih mengudara dan melayani masyarakat, hingga saat ini Lion Air telah terbang ke 183 rute penerbangan yang terbagi dalam rute domestik yang tersebar ke seluruh penjuru Indonesia dari sabang sampai merauke, dan rute internasional menuju sejumlah negara. Jumlah rute penerbangan Lion Air terus bertambah karena pasar penerbangan di Indonesia yang berkembang dengan pesat (<http://www.lionair.co.id>, diakses 21 Maret 2019). Dengan menawarkan biaya penerbangan yang rendah dan rute penerbangan yang menjangkau seluruh Indonesia, Lion Air telah mengalami berbagai insiden yang mengakibatkan banyak kerugian. Salah satu insiden yang baru terjadi adalah kecelakaan pesawat Lion Air JT 610 yang mendapat banyak perhatian. Penyebab kecelakaan pesawat ini pun banyak menimbulkan berbagai pendapat masyarakat. Kecelakaan pesawat Lion Air *Boeing 737 MAX 8* nomor penerbangan JT 610 merupakan kecelakaan terparah kedua dalam sejarah penerbangan Indonesia, dalam hal jumlah korban (<https://ekonomi.kompas.com>, diakses 19 februari 2019). Pesawat Lion Air sendiri sejak tahun 2002 sampai dengan tahun 2018 telah mengalami kecelakaan sebanyak 14 kali, baik kecelakaan ringan maupun kecelakaan berat (<https://www.dream.co.id>, diakses 19 Februari 2019). Selain sering mengalami kecelakaan, maskapai penerbangan Lion Air juga sering mengalami keterlambatan pemberangkatan penumpang (*delay*). Hal ini tentu saja menjadi pemicu pendapat negatif masyarakat, apa lagi dengan adanya kasus berhenti kerja para pilot Lion Air yang tentu saja mengganggu jadwal keberangkatan para penumpang. Berhenti kerja ini didasari berbagai hal salah satunya adalah adanya isu bahwa tunjangan mereka belum dibayar (<https://news.detik.com>, diakses 19 Februari 2019). Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh terhadap kebencian merek pada pengguna maskapai penerbangan Lion Air?; 2) Apakah emosi negatif berpengaruh terhadap kebencian merek pada pengguna maskapai penerbangan Lion Air?; 3) Apakah kebencian merek berpengaruh terhadap penghindaran merek pada pengguna maskapai penerbangan Lion Air?. Selanjutnya, hipotesis dalam studi ini meliputi H₁: pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh terhadap kebencian merek; H₂: emosi negatif berpengaruh terhadap kebencian merek; dan H₃: kebencian merek berpengaruh terhadap penghindaran merek.

METODE

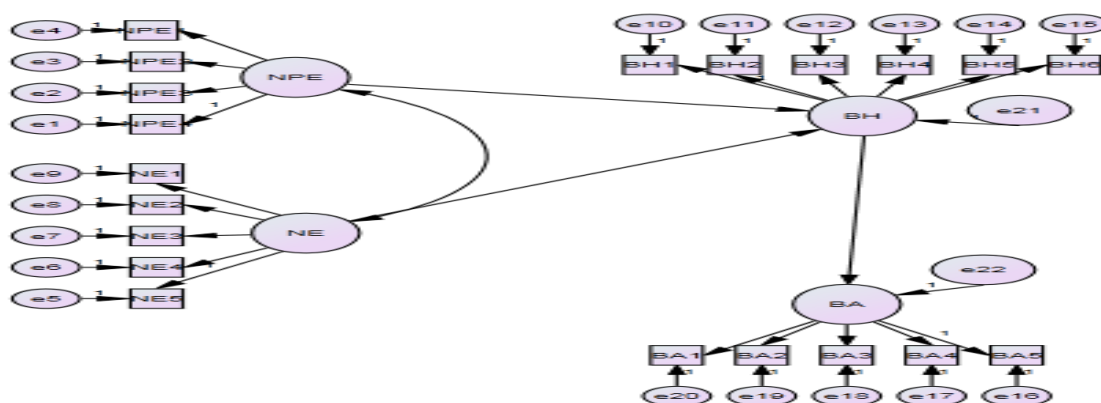
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, di mana terdapat pengujian hipotesis. Metode pemilihan partisipan dalam penelitian kuantitatif umumnya menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode yang dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu kriteria yang akan dimasukkan dalam penelitian, dimana informan yang diambil dapat memberikan informasi yang berharga bagi penelitian. Teknik penelitian dimana informasi dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *self-administered*, yaitu metode distribusi dengan cara melakukan penyebaran kuesioner secara online sebanyak 225 pengguna layanan jasa Lion Air melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook dan Line. *Link*

kuesioner dapat dibagikan ke setiap kontak atau individu maupun grup WhatsApp peneliti seperti grup kelas, grup organisasi, grup keluarga dan grup lainnya sehingga dapat menjangkau responden yang diinginkan. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan SEM AMOS untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instrumen yang baik adalah instrumen-instrumen yang telah memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *construct validity* dimana validitas konstruk menggambarkan mengenai kemampuan sebuah alat ukur untuk menjelaskan sebuah konsep (Ferdinand, 2014). *Average Variance Extracted* (AVE) pada rumus, seluruh indikator pada konstruk atau variabel laten yang diwakilinya memiliki nilai *discriminant validity* yang baik yang ditunjukkan dari nilai AVE >0.5 yaitu 0.512. Selanjutnya, hasil pengujian cronbach alpha untuk diperoleh nilai untuk pengalaman masa lalu yang negatif sebesar 0.823 ; emosi negatif sebesar 0.774; kebencian merek sebesar 0.862 dan penghindaran merek sebesar 0.901. Seluruh konstruk penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* atau *construct reliability* pada setiap variabel berada pada rentang nilai >0.7 (Hair *et al.*, 2010).

Berdasarkan hipotesis test melalui SEM AMOS diperoleh hasil ouput sebagai berikut:



Gambar 1. Analisis Structural Model SEM

Kesesuaian model dapat dilihat dari kriteria *goodness of fit* yaitu: nilai RMSEA <0.08, nilai GFI >0.9, nilai AGFI >0.9, nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, nilai CMIN/DF relatif kurang dari 2.0 atau 3.0, nilai TLI >0.95, dan nilai CFI ≥0.95. Apabila semua kriteria *goodness of fit* dapat terpenuhi atau semua nilai tersebut sesuai dengan kriteria maka model pada penelitian dinyatakan dapat diterima atau *model fit*. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Pada AMOS, untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *regression weights* (Hair *et al.*, 2010). Hasil pengujian hipotesis menggunakan nilai *regression weights* dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Regression Weights

			Estimate	S.E.	C.R.	P
BH	<---	NPE	1,111	,214	5,185	***
BH	<---	NE	-,170	,180	-,942	,346
BA	<---	BH	1,112	,090	12,414	***

Sumber: Hasil penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 1 hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa: Pengalaman masa lalu yang negatif (*negative past experience*) berpengaruh positif terhadap kebencian merek (*brand hate*) dengan nilai $p < 0.05$ yaitu $p = 0.000$, maka sesuai dengan kriteria pengujian H_1 diterima. Ada pengaruh yang signifikan dari pengalaman masa lalu yang negatif terhadap kebencian merek dalam menggunakan layanan jasa Lion Air. Emosi negatif (*negative emotions*) tidak berpengaruh secara langsung terhadap kebencian merek (*brand hate*) dengan nilai $p > 0.005$ yaitu $p = 0.346$, maka sesuai dengan kriteria pengujian, H_2 merupakan satu-satunya hipotesis yang tidak dikonfirmasi pada penelitian ini. Ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara langsung dari emosi negatif terhadap kebencian merek. Kebencian merek (*brand hate*) berpengaruh positif terhadap penghindaran merek (*brand avoidance*) dengan nilai $p < 0.05$ yaitu $p = 0.000$, maka sesuai dengan kriteria pengujian H_3 diterima dan ada pengaruh yang signifikan dari kebencian merek terhadap penghindaran merek dalam menggunakan layanan jasa Lion Air.

Pengalaman masa lalu yang negatif terhadap kebencian merek

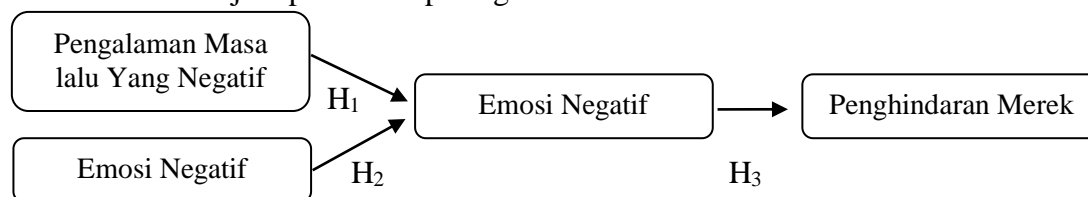
Hipotesis pertama diterima yaitu pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh positif terhadap kebencian merek. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sampredo (2017) yang menunjukkan bahwa pengalaman masa lalu yang negatif dapat memengaruhi sikap konsumen dan secara langsung dapat memengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Lion Air yang berujung pada kebencian merek. Hal ini berarti ketika konsumen memperoleh pengalaman yang tidak baik atas layanan yang mereka gunakan, maka akan menimbulkan kebencian merek yang kuat pada penyedia layanan tersebut. Pengalaman masa lalu yang negatif akan memengaruhi konsumen baik sikap maupun tindakan. Saat konsumen memiliki pengalaman yang buruk terhadap sebuah layanan yang ditawarkan oleh organisasi jasa, konsumen akan memberikan umpan balik yang tidak baik bahkan cenderung membenci organisasi jasa tersebut. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hegner *et al.*, (2017) yang merupakan referensi utama pada penelitian ini yaitu pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh terhadap kebencian merek. Hal ini juga sejalan dengan teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya (teori diskonfirmasi), saat harapan awal konsumen tidak mampu dipenuhi maka akan menyebabkan ketidakpuasan. Ketidakpuasan yang diterima konsumen akan menciptakan pengalaman masa lalu yang negatif yang akan berujung pada kebencian merek.

Emosi negatif terhadap Kebencian merek

Hipotesis kedua dalam penelitian ini emosi negatif tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap kebencian merek. Chiosa & Anastasiei (2017) menyatakan bahwa *negative emotions* memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap *brand hate*. Hal ini berarti bahwa konsumen yang mengalami emosi negatif karena peristiwa atau tindakan negatif tidak langsung membenci merek. Preijers (2016) mengatakan bahwa konsumen dapat mengalami beberapa emosi negatif dengan tingkat intensitas yang berbeda. Tidak semua konsumen yang memiliki emosi negatif dapat membenci merek, mereka mampu mengontrol emosi yang mereka miliki sehingga tidak berujung pada kebencian. Namun, emosi yang dimiliki oleh konsumen dapat berkembang menjadi kebencian tergantung pada peristiwa yang mereka alami dan bagaimana upaya perusahaan untuk memperbaiki layanan yang mereka tawarkan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Chiosa & Anastasiei (2017), hipotesis emosi negatif berpengaruh terhadap kebencian merek tidak dikonfirmasi. Oleh karena itu, emosi negatif tidak mempengaruhi kebencian merek secara langsung namun dipengaruhi berbagai hal seperti, seberapa parah norma dan nilai yang dilanggar oleh organisasi dan seberapa parah dampak kegagalan layanan terhadap pengguna jasa tersebut.

Kebencian merek terhadap Penghindaran merek

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis ketiga dalam penelitian ini juga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kebencian merek memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran merek. Kebencian yang kuat antara konsumen dengan merek akan berujung pada penghindaran merek. Konsumen yang membenci merek secara intens akan lebih memilih menghindari merek agar dapat mengurangi dampak yang tidak baik yang ditimbulkan oleh merek tersebut. Hal ini tentu saja akan berdampak pada citra organisasi jasa sebagai penyedia layanan. Sampredo (2017) menyatakan bahwa kebencian merek mengarah pada penghindaran merek, dengan kata lain kebencian merek berpengaruh terhadap penghindaran merek. Saat konsumen memiliki tingkat intensitas kebencian yang kuat terhadap sebuah merek maka konsumen akan semakin menghindari merek yang dianggap dapat merugikan. Oleh karena itu, saat sebuah organisasi jasa tidak mampu memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan membenci merek yang kemudian mengarah pada penghindaran merek (*brand avoidance*). Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hegner *et al.*, (2017), Kebencian merek berpengaruh terhadap penghindaran merek. Ketika seseorang membenci merek mereka akan lebih memilih menghindari merek untuk mengurangi resiko yang ditimbulkan karena kegagalan layanan yang diberikan. Hal ini akan memengaruhi perusahaan, baik dari segi pendapatan ataupun *image* perusahaan. Setelah dilakukan pengujian hipotesis ada satu hipotesis yang tidak dikonfirmasi atau tidak diterima yaitu H₂ sehingga ada model alternatif setelah diuji dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Sumber: Hasil peneliitian, 2019

Gambar 1. Model alternatif setelah diuji

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengalaman masa lalu yang negatif berpengaruh positif terhadap kebencian merek. Ketika konsumen memiliki pengalaman masa lalu yang negatif pada layanan jasa, maka konsumen akan memiliki tingkat kebencian merek yang kuat yang dirasakan oleh konsumen terhadap organisasi jasa. Emosi negatif tidak berpengaruh secara langsung terhadap kebencian merek. Emosi negatif tidak secara langsung memengaruhi kebencian merek, emosi yang dimiliki oleh konsumen memiliki intensitas yang berbeda yang tidak selalu berujung pada kebencian terhadap sebuah merek. Kebencian merek berpengaruh positif terhadap penghindaran merek. Hal ini menunjukkan ketika konsumen memiliki tingkat intensitas kebencian yang kuat terhadap merek, maka konsumen akan memilih untuk menghindari merek. Namun penelitian ini tidak dapat menyimpulkan bahwa semua orang membenci Lion Air. Penelitian ini mendominasi hanya pada responden dengan rata-rata kelompok umur 17-25 tahun dengan status sebagai mahasiswa. Hal ini terjadi karena peneliti menyebarkan kuesioner lebih banyak pada teman sebaya peneliti.

Saran

Diharapkan Lion Air dapat meningkatkan kualitas layanan dan berupaya mengatasi berbagai masalah yang akan mengurangi tingkat kenyamanan pengguna. Selain itu

diharapkan Lion Air untuk terus berinovasi agar mampu bersaing dengan maskapai penerbangan lainnya. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki oleh penelitian selanjutnya yang memiliki konteks yang sama dengan menggunakan objek dan responden yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Bagozzi, Richard P., M. Gopinath, & Prashanth U. Nyer (1999). *The role of Emotions in Marketing. Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (2):184-206.
- Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi R. (2012). *Brand Love. Journal of Marketin*, 76: 1-16.
- Baumeister, R., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. (2001). *Bad is stronger than good. Review of General Psychology*, Vol. 5, pp. 323-370.
- Bryson, D., Atwal, G., & Hulten, P. (2013). *Towards the conceptualisation of the antecedents of extreme negative affect towards luxury brands. Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 16, pp. 393-405.
- Chiosa, A.R., & Anastasiei, B. (2017). *Negative word-of-mouth: Exploring the impact of adverse messages on consumers' reactions on facebook*, Vol. 10. No. 2, pp. 157- 173.
- Delzen, Marianne van. (2014). *Identifying the motives and behaviors of brand hate, Master's thesis*. University of Twente.
- Fournier, S. (1998). *Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. Journal of Consumer Research*, 24 (4): 343-353.
- Fournier, S., Breazeale, M., & Fetscherin, M., 2012, "Consumer-brand relationships: Theory and Practice, Routledge, London".
- Frijda, N. H. (1986). *The emotions. Cambridge: Cambridge University Press*.
- Frijda, N. H. (2007). *What might emotions be? Comments on the comments. Social Science Information*, 46(3), 433-443.
- Halstead, D. (1989). *Expectations and disconfirmation beliefs as predictors of consumer satisfaction, repurchase intention, and complaining behavior: an empirical study. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 2 No. 1, pp. 17-21.
- Hegner, S.M., Fetscherin, M., Delzen, M.V. (2017). *Determinants and outcomes of brand hate. Journal of product & Brand Management*, Vol. 26 No.1.
- Hogg Margaret K. (1998). *Anti-constellations: Exploring the impact of negation on consumption. J Mark Manag* 1998;14(April):133–58.
- Hogg, M., & Banister, E (2001). *Dislikes, Distastes and the Undesired Self: Conceptualising and Exploring the Role of the Undesired End State in Consumer Experience. Journal Of Marketing Management*, 17(1-2), 73-104.
- Hair, Joseph. F. Black, William C. Babin, Barry J. & Anderson, Rolph E., 2010, "Multivariate Data Analysis," 7th ed, Pearson Prentice Hall.
- N.N.(2018) 5 fakta jatuhnya pesawat Lion Air jt 610. Dalam https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/24/143215126/kaleidoskop-2018-5_fakta_jatuhnya_pesawat_lion_air_jt_610. 2018. Diakses 19 februari 2019.
- N.N.(2018) Kata ahli soal jatuhnya pesawat baru Lion Air jt 610. Dalam <https://news.detik.com/bbc-world/d-4278984/kata-ahli-soal-jatuhnya-pesawat-baru-lion-air-jt-610>. 2018. Diakses 19 Februari 2019.
- N.N. (2018) Kecelakaan pesawat di Indonesia. Dalam <https://www.dream.co.id/dinar/>

- kecelakaan pesawat di indonesia. 2018. Diakses 19 Februari 2019).
- N.N. (2017) Lion experience. Dalam [http://www.lionair.co.id/id/lion experience](http://www.lionair.co.id/id/lion_experience). 2017. Diakses 21 Maret 2019)
- Izard, C. E. (1991) *Psychology of emotions*. New York: Plenum.
- Johnson, A., Matear, M., & Thomson, M. (2011). *A coal in the heart: Self-relevance as a postexit predictor of consumer anti-brand actions*. *Journal of Consumer Research*, Vol. 38, pp. 108-125.
- Kanouse, D. (1984). *Explaining negativity biases in evaluation and choice behavior: Theory and research*", *Advances in Consumer Research*, Vol. 11 No. 1, pp. 703-708.
- Khan, M. & Lee, M. (2014). *Prepurchase determinants of brand avoidance: The moderating role of country-of-origin familiarity*. *Journal of Global Marketing*, Vol. 27, pp. 329-343.
- Laros, Fleur JM, & Jan-Benedict EM Steenkamp. (2005). *Emotions in consumer behavior: a hierarchical approach*", *Journal of business Research*, Vol. 58, No. 10, pp. 1437-1445.
- Lee, M., Conroy, D., & Motion, J. (2009)a. *Brand avoidance: a negative promises perspective*. *Advances in Consumer Research*, Vol. 36, pp. 421-429.
- Lee, M., Motion, J., & Conroy, D. (2009)b. *Anti-consumption and brand avoidance*. *Journal of Business Research*, Vol. 62, pp. 169-180.
- Marticotte, F., Arcand, M., & Baudry, D. (2016). *The impact of brand evangelism on oppositional referrals towards a rival brand*. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 25 No. 6, 128-149.
- Neudecker, N., Hupp, O., Stein, A., & Schuster, H. (2013). *Is Your Brand a One-Night Stand? Managing Consumer-Brand Relationships*", *Marketing Review St. Gallen*, 30(6), 22-33.
- Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill Companies Inc. 60-74.
- Park, C., Eisingerich, A., & Park, J. (2013). *Attachment–aversion (AA) model of customer–brand relationships*. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 23, pp. 229-248.
- Preijers, S. (2016). *Brand Hate: Exploring and understanding the concept*. 35.
- Roseman, I. (1984). *Cognitive determinants of emotion: A structural theory*. *Review of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, pp. 11-36.
- Roseman, I. J., Wiest, C., & Swartz, T. S. (1994). *Phenomenology, behaviors and goals differentiate discrete emotions*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(2), 206–221.
- Sampedro, Alexandra. (2017). *Brand hate and brand forgiveness- A dynamic Analysis*. *Honors Program These*. 40.
- Sternberg, R. J. (1986). *A triangular theory of love*. *Psychological Review*, Vol. 93 No. 2, pp. 119-135.
- Thompson, C. J., Rindfleisch, A., & Arsel, Z. (2006). *Emotional branding and the strategic value of the Doppelgänger brand image*. *Journal of Marketing*, 70(1), 50-64.
- Zarantonello, L., Romani, S., Grappi, S., & Bagozzi, R. (2016). *Brand hate*. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 25 No. 1, pp. 11-25.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.

ANALISIS KEPUASAN KERJA, GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI PADA KANTOR BUPATI SAROLANGUN

Dahmiri¹⁾, Wahyu Rohayati²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

²⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi

Korespondensi email : dahmiri@unja.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the description of job satisfaction, leadership style and organizational culture, analyze the efforts that can be done in increasing job satisfaction, leadership style and organizational culture and analyze the obstacles in implementing job satisfaction, leadership style and organizational culture at Sarolangun Regent Office. The research respondents were leaders and employees of the Sarolangun Regent Office. Collecting data in this study by structured interviews, observations, documentation and study documentation. The research method is a combination (mixed method. The study uses qualitative methods and the next stage uses quantitative methods. Data analysis method with an average score analysis tool. The results of the study found that employee perceptions at Sarolangun Regent's Office of indicators of job satisfaction, leadership style and organizational culture entry is the satisfied category, constraints faced include the lack of a good promotion system and the lack of superiors' support for increasing job satisfaction, in terms of leadership style, lack of confidence from the leadership, in terms of organizational culture including a lack of serious attention to work, working half the heart, decisions that are too centralized so that it turns off the creativity of subordinates and meetings that are often not on time.

Keywords: Job Satisfaction, Leadership Style, Organizational Culture

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi, menganalisis upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi dan menganalisis kendala dalam melaksanakan kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun. Responden penelitian adalah pimpinan dan pegawai Kantor Bupati Sarolangun. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara terstruktur, observasi, dokumentasi dan studi dokumentasi. Metode penelitian adalah kombinasi (mixed method. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis data dengan alat analisis skor rata-rata. Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun terhadap indikator kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi masuk adalah kategori puas. Kendala yang dihadapi antara lain kurang berjalannya system promosi yang baik dan rendahnya dukungan atasan terhadap peningkatan kepuasan kerja, pada sisi gaya kepemimpinan kurangnya kepercayaan diri dari pimpinan, dari sisi budaya organisasi antara lain kurangnya perhatian yang serius terhadap pekerjaan, bekerja setengah hati, keputusan yang terlalu sentralisasi sehingga mematikan kreativitas bawahan dan rapat yang sering tidak tepat waktu.

Kata Kunci : kepuasan kerja, gaya kepemimpinan, budaya organisasi

PENDAHULUAN

Kinerja sebuah organisasi sangat dipengaruhi oleh kinerja pegawai atau karyawannya. Kinerja merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang secara nyata dengan standar kerja yang ditetapkan (Dessler, 1992). Tugas manajemen sumber daya manusia berkisar pada upaya mengelola unsur manusia dengan potensi yang dimiliki sehingga dapat diperoleh sumber daya manusia yang puas (*satisfied*) dan memuaskan (*satisfactory*) bagi organisasi (Gibson et al, 1995). Kepuasan kerja berkaitan erat antara sikap pegawai terhadap berbagai faktor dalam pekerjaan, antara lain : situasi kerja, pengaruh sosial dalam kerja, imbalan dan kepemimpinan serta faktor lain (Waridin & Masrukhin, 2006).

Kepuasan kerja pegawai sangat erat hubungannya dengan semua harapannya dapat dipenuhi dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Refleksi dari kepuasan kerja adalah perasaan dan sikap individu terhadap pekerjaannya, yang merupakan hubungan antara pegawai dengan lingkungan kerjanya. Kepuasan kerja merupakan variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang. Studi tentang kepuasan kerja sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain baik level nasional maupun internasional (Lok, 2001; Chen, 2005). Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja yaitu : penghasilan, rekan kerja, kesempatan berkembang, pekerjaan itu sendiri serta supervise (Luthans, 1996).

Gaya kepemimpinan merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kinerja. Dengan pemahaman akan tugas-tugas yang diemban, dan pemahaman karakteristik bawahannya, maka seorang pemimpin akan dapat memberikan bimbingan, dorongan serta motivasi kepada seluruh anggotanya untuk mencapai tujuan. Jika dalam proses interaksi tersebut berhasil dengan baik, maka ia akan mampu memberikan kepuasan yang sekaligus dapat meningkatkan kinerjanya. Penelitian yang sudah dilakukan menemukan bahwa peranan kepemimpinan mampu meningkatkan kinerja karyawan (Chen, 2005; Humphreys, 2002; Bass et.al, 1993).

Perilaku pemimpin mempunyai dampak signifikan terhadap sikap, perilaku dan kinerja pegawai. Efektivitas pemimpin dipengaruhi oleh karakteristik bawahannya dan terkait dengan proses komunikasi yang terjadi antara pemimpin dan bawahan. Tugas pimpinan adalah mendorong bawahan supaya memiliki kompetensi dan kesempatan berkembang dalam mengantisipasi setiap tantangan dan peluang dalam bekerja (Lodge dan Derek, 1993).

Kinerja pegawai atau karyawan dapat dipengaruhi oleh kepemimpinan (*leadership*) (Yammarino et al.,1993). Menurut Bass et.al (1993), budaya organisasi dan kepemimpinan telah secara independen dihubungkan dengan kinerja perusahaan. Kepemimpinan menggambarkan hubungan antara pemimpin (*leader*) dengan yang di pimpin (*follower*) dan bagaimana seorang pemimpin mengarahkan *follower* akan menentukan sejauh mana *follower* mencapai tujuan atau harapan pimpinan (Locander et al 2002; Yammarino et al 1993). Pemimpin mengembangkan dan mengarahkan potensi dan kemampuan bawahan untuk mencapai bahkan melampaui tujuan organisasi (Dvir et al 2002).

Menurut Warididn dan Masrurukhin (2006), Budaya organisasi (*corporate culture*) sering diartikan sebagai nilai-nilai, simbol-simbol yang dimengerti dan dipatuhi bersama, yang dimiliki suatu organisasi sehingga anggota organisasi merasa satu keluarga dan menciptakan suatu kondisi anggota organisasi tersebut merasa berbeda dengan organisasi lain. Budaya yang tumbuh menjadi kuat mampu memacu organisasi kearah perkembangan yang lebih baik (Robins, 2006). Untuk mengelola dan mengendalikan berbagai fungsi subsistem dalam organisasi agar tetap konsisten dengan tujuan organisasi dibutuhkan seorang pemimpin karena pemimpin merupakan bagian penting dalam peningkatan kinerja para pekerja (Cahyono 2005).

Fenomena yang menarik dari hasil survey awal berkaitan dengan kepuasan kerja pada Kantor Bupati Sarolangun dimana pegawai banyak yang belum merasa puas dalam bekerja, sedangkan dilihat dari gaya kepemimpinan pegawai merasa sudah cukup nyaman dan dari sisi budaya organisasi pegawai merasakan bahwa banyak budaya organisasi yang belum membuat pegawai puas dalam bekerja. Namun demikian, dugaan ini masih belum tentu terbukti benar, untuk itu diperlukan adanya investigasi lanjut untuk membuktikan apakah dugaan ini benar. Penelitian yang mengkaji kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi sudah banyak dilakukan, akan tetapi yang mengkaji dengan menggabungkan ketiga variable ini dan dengan objek Kantor Bupati Sarolangun belum pernah dilakukan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji dan mengangkat tema ini menjadi penelitian.

Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut : 1) Mengetahui gambaran kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun ?; 2) Menganalisis upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun ?; 3) Menganalisis kendala dalam melaksanakan kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun?

Herzberg dengan teorinya tentang kepuasan kerja menyatakan bahwa kepuasan kerja berkaitan dengan faktor Motivator-Hygiene (Kreitner & Kinichi, 2008). Faktor motivator berkaitan dengan pekerjaan yang menawarkan prestasi, pengakuan, pekerjaan yang menantang, tanggungjawab serta prospek kemajuan. Sedangkan faktor hygiene yang berkaitan kebijakan perusahaan, pengawasan, gaji, hubungan kerja dan kondisi kerja. Celluci dan De Vries (1978) dalam Mas'ud (2004) merumuskan indikator-indikator kepuasan kerja dalam 5 indikator yaitu kepuasan dengan gaji, kepuasan dengan promosi, kepuasan dengan rekan kerja, kepuasan dengan penyelia dan kepuasan dengan pekerjaan itu sendiri.

Kepuasan kerja yang digambarkan pada kepuasan gaji, promosi, supervisi dan kerja sama antar pekerja sangat besar pengaruhnya dalam meningkatkan kinerjanya, namun hal tersebut sangat dipengaruhi budaya kerja yang kondusif pekerja terhadap organisasi. Kepuasan Kerja telah diteliti secara luas selama empat dekade terakhir dalam penelitian organisasi (Currivan, 1999). Sejumlah studi telah meneliti hubungan antar kepuasan kerja dan berbagai variabel organisasi, diantaranya hubungan antara kepuasan kerja dan kinerja. Pernyataan bahwa kepuasan kerja dan sikap kerja terkait dengan kinerja karyawan, telah dibuktikan oleh Muchinsky (2002), adanya korelasi positif yang lemah. Sementara yang lain berdasarkan pada meta analisis Petty, Gee dan Cavender (1984) memperlihatkan hubungan yang kuat positif antara kepuasan kerja dengan kinerja karyawan.

Siagian dalam Waridin & Masrukhin (2006) berpendapat bahwa peranan para pimpinan dalam organisasi sangat sentral dalam pencapaian tujuan dari berbagai sasaran yang ditetapkan sebelumnya. Kepemimpinan mempunyai fungsi sebagai penentu arah dalam pencapaian tujuan, wakil dan juru bicara organisasi, komunikator, mediator, dan integrator. Istilah gaya adalah cara yang dipergunakan pimpinan dalam mempengaruhi para pengikutnya (Miftah Thoha, 2007).

Dalam dua dasawarsa terakhir, konsep transaksional (transactional leadership) dan transformasional (transformational leadership) berkembang dan mendapat perhatian banyak kalangan akademisi maupun praktisi (Locander et.al., 2002; Yammarino et.al., 1993). Hal ini menurut Humphreys (2002) maupun Liu et.al. (2003) disebabkan konsep yang dipopulerkan oleh Bass pada tahun 1993 ini mampu mengakomodir konsep kepemimpinan yang mempunyai spektrum luas, termasuk mencakup pendekatan perilaku, pendekatan situasional, sekaligus pendekatan kontingensi.

Budaya (*culture*) merupakan gabungan kompleks dari asumsi, tingkah laku, cerita, mitos, metafora dan berbagai ide lain yang menjadi satu untuk menentukan apa arti menjadi anggota masyarakat tertentu (Stoner 1996 dalam Waridin & Masrukhin 2006). Kondisi organisasi sangat dipengaruhi oleh budaya kerja organisasi tersebut. Menurut Hofstede (1990), budaya bukanlah perilaku yang jelas atau benda yang dapat terlihat dan diamati seseorang. Budaya juga bukan falsafah atau sistem nilai yang diucapkan atau ditulis dalam anggaran dasar organisasi tetapi budaya adalah asumsi yang terletak di belakang nilai dan menentukan pola perilaku individu terhadap nilai-nilai organisasi, suasana organisasi dan kepemimpinan.

Kepribadian seseorang akan dibentuk pula oleh lingkungannya dan agar kepribadian tersebut mengarah kepada sikap dan perilaku yang positif tentunya harus didukung oleh suatu norma yang diakui tentang kebenarannya dan dipatuhi sebagai pedoman dalam bertindak. Berdasarkan hasil penelitian Hofstede, Geert, Michael Harris Bond dan Chung-Leung Luk (dalam Mas'ud, 2004) terdapat 6 (enam) karakteristik dalam suatu budaya perusahaan yaitu : profesionalisme, jarak dari manajemen, percaya pada rekan sekerja, keteraturan, permusuhan, dan integrasi.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen-elemen dalam hal ini diartikan sebagai obyek penelitian (Supranto, 2004). Menurut Arikunto (2004) mengemukakan bahwa apabila jumlah populasinya kurang dari 100 responden maka boleh seluruh populasi di jadikan sampel dan apabila jumlah populasinya lebih dari 100 responden maka sampelnya bisa diambil mulai dari 10%, 15%, dan 20% dan seterusnya dari jumlah populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai pada Kantor Bupati Saolangun sebanyak 107 orang.

Sampel menurut Sutrisno (2009) adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu dan jumlahnya lebih kecil dari populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2012). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur, observasi, dokumentasi dan studi dokumentasi. Untuk memperoleh data primer, menggunakan teknik pengumpulan data kombinasi dari tiga teknik pengumpulan data primer yakni melalui, wawancara, observasi, dokumentasi. Adapun data sekunder Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan menelaah dokumen-dokumen yang ada pada Kantor Bupati Sarolangun, literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed method*), yaitu kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun tipe penelitian kombinasi yang digunakan adalah *Sequential Exploratory Design*, yaitu pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dengan akan dilakukan dengan skor rata-rata.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dari variabel tanpa melakukan pengujian. Caranya dengan pengkategorisasian menjadi lima kategori berdasarkan skor rata-rata setiap indikator dan dimensi sebagai berikut :

$$R = n \frac{(m-1)}{m}$$

Dimana : RS = Rentang Skala
n = Jumlah Sampel
m = Bobot skala tertinggi

Setelah rentang skala di peroleh maka rentang skala kriteria penilaian dapat diurutkan sebagai berikut :

100 – 180	= Sangat tidak puas
181 – 260	= Tidak puas
261 – 340	= Kurang puas
341 – 420	= Puas
421 – 500	= Sangat puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Usia Pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun responden dengan tingkat usia 20 – 30 tahun sebanyak 4 orang, responden usia 31 – 40 tahun sebanyak 55 orang, responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 27 orang dan usia diatas 50 tahun 14 orang. tingkat pendidikan pegawai Kantor Bupati Sarolangun dengan tingkat pendidikan dibawah SLTA ada 2 orang, Diploma III sebanyak 9 orang, pendidikan S1 sebanyak 42 orang dan pendidikan S2 sebanyak 15 orang, pegawai Pria sebanyak 65 orang dan jumlah pegawai wanita sebanyak 35 orang.

Analisis Indikator

Kepuasan Kerja

Rata-rata skor dari persepsi pegawai terhadap indikator kepuasan pegawai yang mereka terima adalah sebesar 357,5. Hal ini menunjukkan bahwa kategorinya masuk dalam rentang puas, hal ini menggambarkan bahwa secara rata-rata kepuasan pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun sudah baik.

Indikator yang paling tinggi nilai persepsinya adalah “dukungan rekan kerja” yaitu mendapat skor 390 yang masuk dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun dalam bekerja selalu saling mendukung antar pegawai. Kerjasama yang terjalin antar pegawai sudah cukup baik sehingga hal ini mengandung konsekuensi kepuasan pada pegawai dalam bekerja. Bagi pihak pimpinan hal ini harus selalu dijaga agar kerjasama sesama pegawai terjalin harmonis, selalu saling mendukung, membantu bagi yang kesulitan dan berbagi dalam segala hal. Jika sesama rekan kerja selalu terjalin kerjasama yang baik dan selalu saling mendukung maka akan menciptakan kenyamanan dalam bekerja.

Adapun indikator yang memperoleh nilai terendah adalah “system promosi yang digunakan” dengan skor 335 atau masuk dalam kategori kurang puas. System promosi dimaksud adalah peningkatan jabatan pegawai dari satu jenjang ke jenjang yang lebih tinggi. Dari skor yang diperoleh ini dapat digambarkan bahwa system promosi pada Kantor Bupati Sarolangun belum baik sehingga pegawai berpersepsi tidak puas. Ketidakpuasan ini antara lain disebabkan karena system promosi sering dilakukan dengan mengabaikan aturan-aturan baku, misalnya pengangkatan pejabat bukan didasarkan karena kemampuan dan prestasi, pegawai yang sudah layak dipromosikan tetapi tidak dipromosikan, promosi jabatan hanya karena unsur kedekatan pribadi dan banyak lagi factor lain. Kepada para pimpinan

diharapkan untuk melakukan system promosi sesuai dengan aturan dan kaidah yang berlaku sehingga pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan kerja bagi pegawai di Kantor Bupati Sarolangun.

Kendala yang dihadapi dalam memaksimalkan kepuasan kerja pada Kantor Bupati Sarolangun antara lain kurang berjalannya system promosi yang baik dan rendahnya dukungan atasan terhadap peningkatan kepuasan kerja seperti sulitnya untuk memperoleh beasiswa dan izin melanjutkan pendidikan, sedikitnya peluang dalam mengikuti pelatihan, promosi yang dilakukan sering mengabaikan kaidah dan aturan yang berlaku.

Gaya Kepemimpinan

Rata-rata skor dari persepsi pegawai terhadap indicator gaya kepemimpinan adalah sebesar 414,4. Hal ini menunjukkan bahwa kategorinya masuk dalam rentang puas, hal ini menggambarkan bahwa secara rata-rata gaya kepemimpinan pada Kantor Bupati Sarolangun dipersepsikan oleh pegawai sudah baik.

Indikator yang paling tinggi nilai persepsinya adalah “implementasi visi” yaitu mendapat skor 372 yang masuk dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun dalam bekerja selalu diarahkan untuk mencapai visi lembaga. Orientasi pada visi dimaksudkan dalam bekerja sesuai dengan arah dan kebijakan lembaga sehingga terhindar dari pola-pola bekerja yang tanpa arah dan tujuan yang jelas. Jadi, apapun yang menjadi program dan tujuan selalu mengacu kepada visi yang telah ditetapkan. Dalam hal ini para pimpinan di Kantor Bupati Sarolangun telah menerapkan konsep ini sehingga bawahan terarah dalam bekerja. Terarahnya pegawai dalam bekerja sesuai dengan visi lembaga mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan sudah sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing unit kerja.

Adapun indicator yang memperoleh nilai terendah adalah “meningkatkan percaya diri” dengan skor 329 atau masuk dalam kategori kurang puas. Jadi dapat dipahami bahwa gaya kepemimpinan yang ada pada Kantor Bupati Sarolangun masih belum mampu meningkatkan rasa percaya diri bagi bawahan. Keadaan ini disebabkan oleh berbagai factor antara lain pimpinan kurang dalam memberikan motivasi kepada bawahan, kurang penekanan untuk selalu percaya dan yakin terhadap kemampuan sendiri, tidak selalu bergantung kepada orang lain, selalu mengarahkan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam bekerja dan pimpinan masih kurang bias menjadi panutan dalam disiplin dan kepiawaian bekerja. Oleh karena itu diharapkan kepada para pimpinan di Kantor Bupati Sarolangun untuk selalu meningkatkan kemampuan dan keterampilan teknis dalam memimpin sehingga bawahan merasa percaya diri terhadap pimpinannya.

Kendala yang terjadi pada sisi gaya kepemimpinan antara lain kurangnya kepercayaan diri dari pimpinan sehingga membuat bawahan juga terkena dampak yang sama, misalnya kurang rasa percaya terhadap keberhasilan program-program yang dibuat, merasa kurang yakin dengan kemampuan teknis yang dimiliki sehingga seringkali harus meminta bantuan pihak lain. Disamping itu pemimpin kurang kreativitas dalam bekerja, pemimpin cenderung hanya melaksanakan kegiatan rutinitas saja yang sudah dilakukan berulang-ulang tanpa melakukan kreativitas baik dalam cara bekerja, program kerja maupun mengarahkan pekerjaan.

Budaya Organisasi

Rata-rata skor dari persepsi pegawai terhadap indicator budaya organisasi adalah sebesar 348,5. Hal ini menunjukkan bahwa kategorinya masuk dalam rentang puas, hal ini

menggambarkan bahwa secara rata-rata budaya organisasi pada Kantor Bupati Sarolangun dipersepsikan oleh pegawai sudah baik.

Indicator yang paling tinggi nilai persepsinya adalah “bersikap optimis” yaitu mendapat skor 374 yang masuk dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun dalam bekerja selalu optimis terhadap hasil pekerjaan mereka. Bersikap optimis dapat diartikan bahwa para pegawai dalam bekerja selalu berprasangka dan bersikap baik terhadap apa yang dikerjakan dan hasil kerja. Pegawai selalu dibudayakan untuk bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi, selalu bekerja sepenuh hati sebagai bentuk tanggungjawabnya terhadap Negara dan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, selalu yakin dan percaya terhadap hasil yang terbaik setelah melakukan pekerjaan sesuai dengan tupoksi.

Adapun indicator yang memperoleh nilai terendah adalah “mencurahkan seluruh kemampuan” dengan skor 330 atau masuk dalam kategori kurang puas. Jadi masih ditemukan dikalangan pegawai budaya kerja yang setengah hati, dimana pegawai bekerja belum mengerahkan segala kemampuannya. Pegawai masih banyak yang bekerja rajin dan maksimal ketika ada pimpinan sebaliknya jika tidak ada pimpinan cenderung bekerja tidak maksimal. Pada sisi lain juga masih ditemukan pegawai bekerja maksimal ketika jelas ada imbalan baik berupa uang atau yang lain tetapi ketika tidak ada maka cenderung kurang serius dan semangat. Oleh karena itu diharapkan kepada para pimpinan di Kantor Bupati Sarolangun untuk selalu meningkatkan arahan dan bimbingan kepada para pegawai bahwa bekerja adalah tanggungjawab mereka terhadap Negara dan kepada Tuhan yang Maha Esa.

Kendala-kendala yang dihadapi dari sisi budaya organisasi antara lain kurangnya perhatian yang serius terhadap pekerjaan, bekerja setengah hati, keputusan yang terlalu sentralisasi sehingga mematikan kreativitas bawahan, rapat yang sering tidak tepat waktu, membicarakan pekerjaan kurang serius.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan persepsi pegawai pada Kantor Bupati Sarolangun ditemukan bahwa indicator kepuasan kerja, gaya kepemimpinan dan budaya organisasi masuk adalah kategori puas, artinya ketiga indicator tersebut sudah cukup baik. Upaya yang dilakukan oleh pimpinan antara lain melakukan system promosi sesuai dengan aturan dan kaidah, selalu meningkatkan kemampuan dan keterampilan teknis dalam memimpin, memberikan arahan dan bimbingan kepada para pegawai bahwa bekerja adalah tanggungjawab mereka terhadap Negara dan kepada Tuhan yang Maha Esa. Kendala yang dihadapi dalam memaksimalkan kepuasan antara lain kurang berjalannya system promosi yang baik dan rendahnya dukungan atasan terhadap peningkatan kepuasan kerja, pada sisi gaya kepemimpinan antara lain kurangnya kepercayaan diri dari pimpinan sehingga membuat bawahan juga terkena dampak yang sama kurang yakin dengan kemampuan teknis yang dimiliki sehingga seringkali harus meminta bantuan pihak lain pemimpin kurang kreativitas dalam bekerja, dari sisi budaya organisasi antara lain kurangnya perhatian yang serius terhadap pekerjaan, bekerja setengah hati, keputusan yang terlalu sentralisasi sehingga mematikan kreativitas bawahan dan rapat yang sering tidak tepat waktu.

Saran

Kepada para pimpinan diharapkan untuk melakukan system promosi sesuai dengan aturan dan kaidah yang berlaku sehingga pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan kerja bagi pegawai. Pimpinan diharapkan meningkatkan kepercayaan diri sebagai pimpinan

sehingga membuat bawahan juga akan percaya diri dan pemimpin harus meningkatkan kreativitas dalam program, cara dan mutu kerja. Pimpinan harus selalu mengarahkan bawahan untuk selalu serius dalam melaksanakan tugas, biasakanlah untuk tidak terlalu sentralisasi dalam segala hal sehingga dapat menumbuhkan kreativitas bawahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2004, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Kelima, Rineka Cipta, Jakarta
- Bass, B.M. & Avolio, B.J. 1994. "Improving Organizational Effectiveness: Through Transformational Leadership". London: Sage Publications, Inc
- Cahyono, Suharto, 2005, "Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sumberdaya Manusia Di Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah, JRBI, Vol.1.
- Chen et al. (2005). Association between independent non-executive directors, family control and financial disclosures in Hong Kong. *Journal of Accounting and Public Policy*, 19(4), pp. 285-310.
- Curran, D. 1999. "The Causal Order of Job Satisfaction And Organizational Commitment in Models of Employee Turnover". *Human Resource Management Review*. Vol.9 No. 4 pp. 495—524.
- Dharma, Surya. 2013. *Manajemen Kinerja : Falsafah, Teori Dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dvir. (2002). *Impact of Transformasional Leadership on Follower Development and Performance: A Field Experiment*. AMJ Pres
- Dessler, Garry, 1992, "Manajemen Sumber Daya Manusia", PT Prenhalindo, Jakarta.
- Gibson, et al, 1995, "Organisasi : Perilaku, Struktur, Proses". Edisi kelima, Jilid 1, Cetakan 8, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hofstede, G, Bram N, Denise D. O, dan Geert S. (1990). *Measuring Organizational Cultures: A. Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases*. *Administrative Science Quarterly* 35 hal. 286-316.
- Humphreys, J.H. (2002). Transformational leader behavior, proximity and successful services marketing. *Journal of Services Marketing*, Vol. 16, 93 No. 6, pp. 487-502.
- Kreitner dan Kinicki. 2008. *Organizational Behaviour* 8th edition. McGraw Hill International. Edition
- Locander, W.B., F. Hamilton, D.Ladik & J.Stuart. (2002). Developing a leadership- rich culture: The missing link to creating a market-focused organization. *Journal of Market-Focused Management*. Vol. 5, pp. 149- 163.
- Lodge B. dan C. Derek, 1993, "Organizational Behavior and Design". Terjemahan Sularno Tjiptowardoyo, Gramedia, Jakarta.
- Lok, P. & J. Crawford. (2001). Antecedents of organizational commitment and the mediating role of job satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 16, No. 8, pp. 594-613.
- Liu, W., D.P. Lepak, R. Takeuchi & H.P. Sims. (2003). Matching leadership styles with employment modes: Strategic human resource management perspective. *Human Resource Management Review*. Vol. 13, pp. 127-152.
- Luthans, F. (1996), *Organization Behavior*. New York: McGraw Hill International
- Mas'ud, 2004, "Survey Diagnosis Organizational", Undip, Semarang
- Muchinsky, N.N. 2002. *Psychology Applied to work an introduction to industrial and organizational psychology*. Chicago : The Dorsey Press

- Ogbonna, E. And L.C. Harris, 2000, "Leadership Style, Organizational Culture and Performance: Empirical Evidence From UK Companies," *International Journal of Human Resource Management* 11:4 August, p.766-788.
- Petty, Gee dan Cavender (1984) Memperlihatkan Hubungan yang Kuat Positif Kepuasan Kerja, *Jurnal ISSN*, 26,989-521.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta, Bandung
- Sutrisno E, 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia, penerbit kencana Prenada Media Group, Surabaya.
- Supranto, J, 2004, Analisis Multivariat: Arti dan interpretasi, Jakarta, PT. Rineka Cipta
- Thoha, Miftah. 2007. Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya. Yogyakarta: Fisipol UGM
- Waridin dan Masrukhin, 2006, "Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi, dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai", *Ekobis*, Vol.7, No.2.
- Yammarino, F.J., W.D. Spangler & B.M. Bass (1993), "Transformational leadership and performance: A longitudinal investigation", *Leadership Quarterly*, Vol. 4, No. 1.

**ANALISIS DAMPAK INPUT SEKTOR INDUSTRI DAN SEKTOR PERTANIAN
TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO DI
KABUPATEN/KOTA PROVINSI JAMBI WILAYAH BARAT**

Emilia¹⁾, Erni Achmad²⁾

^{1,2)}Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email : emilia@unja.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to analyze the development of labor in the industrial and agricultural sectors as well as the regional GDP of the western jambi province and to analyze the effect of the labor of the industrial and agricultural sector on the regional GDP of the western jambi province. Descriptive analysis results show that during the period of 2010 to 2015 the value of GDP and labor in the agricultural sector and labor in the industrial sector in the city district in the western province of Jambi fluctuated with the highest average GRDP growth rate was Bungo, which was 8.05 % and the lowest are 6.5% regencies, while the agricultural sector labor with the highest average growth rate is 6.8% regencies and the lowest regency is Bungo regency -2.2% while for industrial sector workers with the highest average growth The regency is Bungo 79.5% and the lowest is Kerinci regency -6.01%. Based on the results of the regression showed that the agricultural sector workforce and industrial sector labor significant positive effect on GDP.

Keywords: GRDP, Labor in the agricultural sector, Labor in the industrial sector

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis perkembangan tenaga kerja sektor industri dan pertanian serta PDRB provinsi jambi wilayah barat dan Untuk menganalisis pengaruh Tenaga kerja sektor industri dan pertanian terhadap PDRB Provinsi jambi wilayah barat. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa selama periode tahun 2010 sampai tahun 2015 nilai pdrb dan tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri di kabupaten kota yang ada di provinsi jambi bagian barat nilainya berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhan PDRB tertinggi adalah kabupaten Bungo yakni 8,05% dan terendah adalah kabupaten merangin 6,5%, sementara tenaga kerja sektor pertanian dengan rata-rata pertumbuhan tertinggi adalah kabupaten kerinci 6,8% dan terendah kabupaten bungo -2,2% sementara untuk tenaga kerja sektor industri dengan rata-rata pertumbuhan tertinggi adalah kabupaten bungo 79,5% dan terendah kabupaten kerinci -6,01%. Berdasarkan hasil regresi menunjukkan bahwa tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri berpengaruh positif signifikan terhadap PDRB.

Kata Kunci : PDRB, Tenaga Kerja Sektor Pertanian, Tenaga Kerja Sektor Industri

PENDAHULUAN

Provinsi jambi terdiri dari 11 kabupaten/kota yang terdiri dari 5 kabupaten/kota yang berada di wilayah jambi bagian timur yakni : 1.Kota Jambi 2.Kabupaten Tanjung jabung timur 3.Kabupaten Tanjung jabung barat 4. Kabupaten Batnghari 5. Kabupaten muaro jambi dan 6 kabupaten/kota yang berada di wilayah barat,yakni :1.Kota sungai penuh 2.Kabupaten

kerinci 3. Kabupaten merangin 4. Kabupaten sarolangun 5. Kabupaten bungo dan 6. Kabupaten tebo. Dari uraian diatas terlihat bahwa di daerah jambi sebelah barat memiliki lebih banyak jumlah kabupaten/kota yakni ada 6 ketimbang jambi wilayah timur yang terdiri dari 5 kabupaten kota. Daerah kabupaten/kota jambi wilayah barat tersebut terdiri dari kabupaten sarolangun, kabupaten bungo, kabupaten tebo, kabupaten merangin, kabupaten kerinci dan kota sungai penuh, daerah-daerah tersebut sangat banyak terdapat lahan pertanian dan perkebunan serta industri kecil dan menengah. Ke enam daerah tersebut memiliki potensi dan kontribusi yang cukup besar terhadap PDRB Provinsi Jambi. Atas dasar latar belakang tersebut untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis dampak input sektor industri dan sektor pertanian terhadap produk domestik regional bruto di kabupaten/kota provinsi jambi wilayah barat” Pendapatan nasional atau lazim disebut dengan istilah Produk Domestik Bruto (PDB) bisa dihitung dengan tiga macam cara, yaitu cara produksi, cara pendapatan dan cara pengeluaran. Dua cara yang disebut pertama merupakan perhitungan PDB dari sisi penawaran agregat (aggregate supply). Sedangkan cara yang disebut terakhir adalah perhitungan PDB dari sisi permintaan agregat (aggregate demand) (Tambaran,2003).

Menurut cara produksi, PDB yaitu jumlah keseluruhan nilai output (NO) dari seluruh sektor ekonomi atau lapangan usaha. Di Indonesia, berdasarkan BPS, ekonomi nasional dikelompokkan kedalam sembilan sektor, yaitu pertanian; pertambangan dan penggalian; industri manufaktur; listrik, gas dan air bersih; bangunan; perdagangan, hotel dan restoran; pengangkutan dan komunikasi; keuangan, sewa, dan jasa perusahaan; dan jasa-jasa. Dengan demikian,

$$PDB = \sum NO_i \quad i=1,2,3...9....(2.2)$$

METODE

Metode Analisis

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) metode yaitu :

1. Analisis Deskriptif

Merupakan analisis yang dilakukan secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan Variabel-variabel Penelitian, digunakan formula :

$$X_{gt} = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana:

X_{gt} = Perkembangan Variabel-variabel Penelitian (Tenaga kerja sektor pertanian dan Industri serta PDRB)

X_t = Variabel Penelitian tahun t

X_{t-1} = Variabel Penelitian tahun t-1

2. Analisis Kuantitatif

$$(Q)_{it} = \beta_0 + \beta_1(LP)_{it} + \beta_2(LI)_{it} + \varepsilon \quad \dots\dots\dots(3.2)$$

Dimana :

Q : Nilai PDRB

LP : Tenaga kerja sektor pertanian

LI : Tenaga kerja sektor industri

i : Cross section (6 Kabupaten di wilayah provinsi jambi bagian barat)

t : Tahun 2010 sampai 2014

β_0 : Konstanta

$\beta_{1,2}$: Koefisien Regresi Variabel Independen

ε : Error term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan PDRB dan Tenaga kerja sektor Pertanian dan sektor Industri di Kabupaten Provinsi Jambi wilayah barat

• Kabupaten Bungo

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industry di Kabupaten Bungo Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	7019.65		86908		2417	
2011	7703.63	9.7	82415	-5.1	4622	91.2
2012	8446.78	9.6	84699	2.7	1503	-67.4
2013	9244.37	9.4	79621	-5.9	5435	261.6
2014	9831.42	6.3	72236	-9.2	3056	-43.7
2015	10333.8	5.1	76849	6.3	7824	156.02
Rata-rata		8.05		-2.2		79.5

Sumber : BPS

Berdasarkan dari data pada tabel diatas terlihat bahwa perkembangan PDRB atau pertumbuhan ekonomi selama periode tahun 2010 sampai 2015 cenderung mengalami penurunan walaupun klo di rata-ratakan nilainya masih 8,05% sementara untuk tenaga kerja di sektor pertanian berfluktuasi dengan kecenderungan turun yakni rata-ratanya -2,2%, sementara tenaga kerja di sektor industri yang mengalami fluktuasi dan naik turun yang cukup tajam dengan akhri periodenya cenderung naik dan kalau di rata-ratakan selama periode tersebut rata-ratanya 79,5%.

• Kabupaten Tebo

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dapat dilihat pada tabel 2 :

Tabel 2. Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri di Kabupaten Tebo Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (Jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	5728.67		115062		2646	
2011	6248.3	9.07	98471	-14.4	2612	-1.28
2012	6729.42	7.7	103919	5.5	1551	-40.62
2013	7222.44	7.3	102669	-1.2	1897	22.3
2014	7892.64	9.2	104255	1.5	2701	42.3
2015	8298.26	5.1	113038	8.4	3316	22.76
Rata-rata		7.7		-0.024		9.1

Sumber : BPS

Berdasarkan informasi dari tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 2010 sampai dengan 2015 pertumbuhan PDRB kabupaten tebo mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 7,7% sementara tenaga kerja sektor pertanian kecenderungannya mengalami penurunan dengan rata-rata -0,024% sedangkan tenaga kerja sektor industri berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 9,1%

- **Kabupaten Sarolangun**

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel 3. Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri di Kabupaten Sarolangun Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (Jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	6493.96		74650		1872	
2011	7063.73	8.77	69414	-7.01	3130	67.20
2012	7663.22	8.49	78375	12.90	1049	-66.48
2013	8268.11	7.89	68263	-12.90	1450	38.22
2014	8675.18	4.92	73471	7.62	4583	216.06
2015	8986.67	3.59	81960	11.55	3611	-21.20
Rata-rata		6.73		2.43		46.76

Sumber : BPS

Berdasarkan informasi dari tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 2010 sampai dengan 2015 pertumbuhan PDRB kabupaten sarolangun mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 6,73% sementara tenaga kerja sektor pertanian kecenderungannya mengalami penurunan dengan rata-rata 2,43% sedangkan tenaga kerja sektor industri berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 46,76%.

- **Kabupaten Kerinci**

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dapat dilihat pada tabel berikut 4 :

Tabel 4 Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri di Kabupaten Sarolangun Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (Jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	3639.52		75453		1730	
2011	3865.50	6.21	75869	0.55	1869	8.03
2012	4155.51	7.50	76771	1.18	2376	27.12
2013	4418.91	6.34	71392	-7.00	3025	27.31
2014	4844.41	9.63	71298	-0.13	1933	-36.09
2015	5120.40	5.70	99517	39.57	842	-56.44
Rata-rata		7.08		6.83		-6.01

Sumber : BPS

Berdasarkan informasi pada tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 2010 sampai dengan 2015 pertumbuhan PDRB kabupaten tebo mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 7,08% sementara tenaga kerja sektor pertanian kecenderungannya mengalami fluktuasi dengan rata-rata 6,83% sedangkan tenaga kerja sektor industri berfluktuasi dengan kecendrungan menurun rata-rata pertumbuhannya -6,01%.

- **Kabupaten Merangin**

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dikabupaten merangin dapat dilihat pada tabel 5 :

Tabel 5. Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri di Kabupaten Merangin Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (Jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	5829.22		109749		4919	
2011	6251.81	7.25	98265	-10.46	4439	-9.75
2012	6654.80	6.45	94887	-3.43	4253	-4.19
2013	7081.35	6.41	92964	-2.02	1124	-73.57
2014	7573.50	6.95	94870	2.05	2769	146.35
2015	7993.01	5.54	101866	7.37	2145	-22.53
Rata-rata		6.51		-1.30		7.25

Sumber : BPS

Berdasarkan informasi pada tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 2010 sampai dengan 2015 pertumbuhan PDRB kabupaten tebo mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 6,51% sementara tenaga kerja sektor pertanian kecenderungannya mengalami fluktuasi dengan kecendrungan menurun dengan rata-rata -1,30% sedangkan tenaga kerja sektor industri berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 7,25%.

- **Kota Sungai penuh**

Untuk mengetahui keadaan Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri dikota sungai penuh dapat dilihat pada tabel berikut 6 :

Tabel 6. Perkembangan PDRB dan tenaga kerja sektor pertanian dan sektor industri di Kota sungai penuh Tahun 2010-2015

Tahun	PDRB (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)	TK Pertanian (Jiwa)	Pertumbuhan (%)	TK Industri (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2010	2592.93		14468		1980	
2011	2770.91	6.86	7532	-47.94	1394	-29.59
2012	2967.38	7.09	4863	-35.43	1463	4.94
2013	3198.78	7.80	8514	75.07	2234	52.69
2014	3402.07	6.36	7459	-12.39	1974	-11.63
2015	3705.36	8.91	9086	21.81	2007	1.67
Rata-rata		7.40		0.22		3.61

Sumber : BPS

Berdasarkan informasi pada tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 2010 sampai dengan 2015 pertumbuhan PDRB kabupaten tebo mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 7,40% sementara tenaga kerja sektor pertanian kecenderungannya mengalami fluktuasi dengan kecendrungan menurun dengan rata-rata 0,22% sedangkan tenaga kerja sektor industri berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 3,61%.

Pengaruh Tenaga kerja sektor industri dan tenaga kerja sektor pertanian terhadap PDRB di kabupaten kota Provinsi jambi wilayah barat.

Hasil Regresi, untuk mengetahui Pengaruh Tenaga kerja sektor industri dan tenaga kerja sektor pertanian terhadap PDRB di kabupaten kota Provinsi jambi wilayah barat dapat dilihat pada hasil Regresi Model data panel sebagai berikut :

- **Model Common Effect**

Untuk mengetahui hasil regresi common effect data panel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Hasil Regresi dengan menggunakan common effect model

Total pool (balanced) observations: 36				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2262.533	753.1253	3.004192	0.0051
IND?	0.542266	0.186899	2.901383	0.0066
PER?	0.034858	0.008391	4.154037	0.0002
R-squared	0.501557	Mean dependent var		6330.989
Adjusted R-squared	0.471348	S.D. dependent var		2162.882
S.E. of regression	1572.599	Akaike info criterion		17.63850
Sum squared resid	81611211	Schwarz criterion		17.77046
Log likelihood	-314.4930	Hannan-Quinn criter.		17.68456
F-statistic	16.60305	Durbin-Watson stat		0.464697
Prob(F-statistic)	0.000010			

Sumber : Eviews

Hasil Uji pemilihan data panel terbaik : 1) Uji Chou, kesimpulan probabilitas alpha kecil dari 5% maka Fixed effect model terbaik daripada common effect; 2) Uji Hausman, menunjukkan probabilitas lebih dari 5% maka model random efek yang terbaik; 3) Uji LM tes menunjukkan model Common lebih baik dari random. Kesimpulan probabilitas alpha besar dari 5% maka Random effect model terbaik daripada Fixed effect. Kesimpulan nilai BP Tes probabilitasnya kecil dari alpha 5% maka model yang terbaik adalah Common effect dibandingkan Random effect. Dari ketiga model tersebut berdasarkan hasil uji pemilihan model panel terbaik dan hasil output regresi menunjukkan model common effect yang terpilih.

Uji F Hitung, dari model common effect Hasil Uji F hitung menunjukkan angka 16,6 dengan signifikansi alpha satu persen sehingga secara bersama-sama kedua variabel yakni tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri berpengaruh signifikan terhadap PDRB

Uji T hitung, masing-masing variabel nilai t hitungnya adalah 4,15 dan 2,9 dengan signifikansi pada alpha satu persen sehingga dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri berpengaruh positif signifikan terhadap PDRB.

Uji Koefisien Determinasi (R square), berdasarkan hasil nilai R square yakni 0,50 menunjukkan bahwa sebesar 50% perubahan PDRB ditentukan oleh tenaga kerja sektor industri dan tenaga kerja sektor pertanian.

Interpretasi Hasil Regresi

Berdasarkan pengujian model panel terbaik diperoleh kesimpulan bahwa model common effect lah yang terbaik sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$PDRB_{it} = 2262,53 + 0,54 \text{ Industri} + 0,034 \text{ Pertanian} + e \dots \dots \dots (5.1.)$$

1. Konstanta 2262,53 artinya jika tenaga kerja sektor industri dan tenaga kerja sektor pertanian adalah nol maka nilai PDRB adalah 2262,53
2. Koefisien regresi Tenaga kerja sektor industri 0,54 menunjukkan jika terjadi kenaikan tenaga kerja sektor industri setiap satu satuan jiwa maka akan terjadi kenaikan PDRB sebesar 0,54 dalam satuan milyar rupiah
3. Koefisien regresi Tenaga kerja sektor pertanian 0,034 menunjukkan jika tenaga kerja sektor pertanian naik sebesar satu satuan jiwa maka PDRB akan meningkat sebesar 0,034 milyar rupiah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : 1) Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa selama periode tahun 2010 sampai tahun 2015 nilai pdrb dan tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri di kabupaten kota yang ada di provinsi jambi bagian barat nilainya berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhan PDRB tertinggi adalah kabupaten Bungo yakni 8,05% dan terendah adalah kabupaten merangin 6,5%, sementara tenaga kerja sektor pertanian dengan rata-rata pertumbuhan tertinggi adalah kabupaten kerinci 6,8% dan terendah kabupaten bungo -2,2% sementara untuk tenaga kerja sektor industri dengan rata-rata pertumbuhan tertinggi adalah kabupaten bungo 79,5% dan terendah kabupaten kerinci -6,01%; 2) Berdasarkan hasil regresi menunjukkan bahwa tenaga kerja sektor pertanian dan tenaga kerja sektor industri berpengaruh positif signifikan terhadap PDRB.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Salim. 2005, *Analisis Keterkaitan Antara Pengeluaran Pemerintah Pertumbuhan Ekonomi Ketimpangan Distribusi Pendapatan dan Kemiskinan di Indonesia 1976-2004*, Disertasi Program Pascasarjana Unpad (tidak dipublikasikan).
- Ananta, Aris 1985 “Masalah Penyerapan Tenaga Kerja, Prospek dan permasalahan ekonomi Indonesia” Sinar Harapan, Jakarta
- Asian Development Bank. *Key Indicators For Asia and Pasific 2016*. Asian Development Bank Statistics. 2016
- Asian Development Bank. *Key Indicators For Asia and Pasific 2013*. Asian Development Bank Statistics. 2013
- _____, 2013. Badan Pusat Statistik. *Indonesia dalam Angkat Tahun 2003*.
- BPS Provinsi Jambi. 2006. Jambi Dalam Angka. 2006. BPS dan Bappeda Provinsi Jambi.
- Dornbusch, Rudiger, Stanley Fischer, Richard Startz. *Macroeconomics*. 9th Edition. McGraww-Hill. 2004
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gujarati, Damodar N. *Basic Econometrics*. 4th Edition. McGraw-Hill. 2004
- Gujarati, Damodar N, 2003, *Basic Econometrics*.. Fourth edition, International Edition. MC Grow Hill.
- Mankiw, George N. *Macroeconomics*. 5th Edition. McGraw-Hill. 2001
- Makmun dan Akhmad Yasin, 2002. Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja Terhadap PDB Sektor Pertanian. *Kajian Ekonomi dan keuangan, Vol. VII* No. 3. September 2003. Hal. 57-83
- Moch Arifin, 2010. Pengaruh investasi dan tenaga kerja terhadap PDRB provinsi Jawa tengah 1986-2008, Tesis, Magister ekonomi pembangunan Universitas sebelas maret
- Pratama Diyan, (2012). Analisis Pertumbuhan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Di Kabupaten Jepara. Skripsi S1, Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Tahun 2012
- Sims, Christopher. *Macroeconomics and Reality*. *Econometrica*. 1980
- Sudarsono dkk, 1988, *Ekonomi Sumber daya manusia*, Karunia Jakarta, Universitas Terbuka Jakarta.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. ROMI TOUR AND TRAVEL

Husni Hasbullah¹⁾, Adi Ikhsan Syukri Amri²⁾

^{1,2)}Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : husni.hasbullah.unja@gmail.com; adiikhsan.jambi2487@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze whether the variable quality quality of service has influence or not on the variable customer satisfaction on the CV. Romi Tour and Travel. The object of this study is consumers who have used the services of CV. Romi Tour and Travel in travel tours, study tours, benchmarking or business visits and the samples in this study amounted to 85 using the Slovin formula. Data collection methods using a questionnaire that was randomly distributed to consumers who have used the services of CV. Romi Tour and Travel. Data analysis methods used are multiple regression analysis, coefficient determination analysis, classic assumption test, F-test and t-test. The results of this study are simultaneously service quality variables have an influence on services quality variables. Partially, there are two variables that do not have on effect on customer satisfaction, namely physical evidance and empathy variables, and there are three variables that have an influence on customer satisfaction, namely reliability, responsiveness and assurance.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah variabel kualitas pelayanan jasa mempunyai pengaruh tidak terhadap variabel kepuasan konsumen pada CV. Romi Tour and Travel. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel dalam perjalanan wisata, *study tour*, *benchmarking* atau kunjungan bisnis dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 dengan menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara acak kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji asumsi klasik, uji-F dan Uji-t. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan jasa. Secara parsial, terdapat dua variabel yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel bukti fisik dan empati serta ada tiga variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dunia industri pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak tempat tujuan wisata yang menarik dan unik yang dapat menarik minat wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri mulai dari wisata alam, wisata bahari, sejarah, kuliner, keberagaman seni dan kebudayaan, kuliner, upacara-upacara adat yang sangat unik, maupun yang lainnya. Banyaknya tempat tujuan wisata tersebut diharapkan mampu menjadi salah satu *leading sector* bagi perekonomian

masyarakat Indonesia dan menjadi sumber perolehan devisa negara. Pada saat ini berwisata tidak lagi menjadi hal yang biasa akan tetapi menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Berwisata merupakan salah satu cara semua orang untuk melepaskan kepenatan dari kesibukan dunia kerja serta kejenuhan hidup. Itulah mengapa saat ini tempat wisata semakin menjamur, dengan suguhan wisata yang tidak dapat dilupakan dan berkeinginan untuk kembali ke tempat wisata tersebut. Salah satu yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan adalah objek wisata.

Seperti yang diketahui, setiap negara mempunyai tempat dan objek wisata yang menarik dan dapat dikunjungi. Oleh karena itu, para wisatawan membutuhkan layanan selama perjalanan wisatanya. Setiap orang pasti akan senang berpergian ke tempat yang dianggap unik dan menarik atau tempat-tempat yang sanggup memberi kegembiraan dan kepuasan tersendiri merupakan tujuan kunjungan semua orang. Akan tetapi, dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh masyarakat, membuat mereka enggan melakukan survey atau mencari informasi ke tempat yang akan dituju.

Dengan alasan tersebut, banyak bermunculan jenis usaha jasa yang bernama *travel agent*. *Travel agent* inilah yang akan membantu dalam merencanakan dan menyelenggarakan suatu perjalanan wisata yang dikemas menjadi sebuah paket wisata. *Travel Agent* merupakan salah satu bagian dari industri pariwisata yang juga sangat berperan penting dalam mendukung kemajuan perkembangan pariwisata yang ada di negara Indonesia. Definisi dari *Travel Agent* menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. PM9/PW104/PHB pada tanggal 22 Desember 1977 pada bab I pasal 1 dalam Ketentuan Umum Tentang Agen Perjalanan diberikan pengertian dalam batasan sebagai berikut : 1) Biro Perjalanan Umum, adalah suatu perusahaan yang melakukan kegiatan paket wisata dan agen perjalanan; 2) Agen Perjalanan adalah perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan tiket atau karcis, sarana angkutan dan lain-lain serta pemesanan sarana wisata; 3) Cabang Biro Perjalanan Umum, adalah satuan-satuan usaha dari Biro Perjalanan Umum yang berkedudukan di tempat yang sama atau di tempat lain dan yang memberikan pelayanan sehubungan dengan kegiatan-kegiatan Biro Perjalanan Umum.

CV. Romi Tour & Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perjalanan wisata dan *travel (travel agent)* yang ada di Kota Jambi berdiri sejak tahun 2013. Layanan yang diberikan CV. Romi Tour & Travel adalah produk layanan tour & travel bagi siapa saja yang ingin berlibur, berwisata, study tour atau ingin melakukan perjalanan bisnis sekaligus berwisata. Layanan yang diberikan mulai dari jasa konsultasi serta memandu klien menuju tempat wisata, mengurus pemesanan tiket pesawat dan akomodasi (penginapan dan makan), sewa mobil dan bus serta paket perjalanan wisata baik dalam maupun luar negeri. Konsumen yang sering menggunakan jasa *travel agent* CV Romi Tour & Travel yaitu pelajar, mahasiswa, guru, dosen, pegawai instansi pemerintah/swasta atau masyarakat umum yang akan melakukan perjalanan, baik itu perjalanan *study tour*, *benchmarking*, kunjungan bisnis maupun hanya sekedar berwisata.

Banyaknya dunia usaha yang bergerak dalam bidang usaha *travel agent* tersebut menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan, mempertahankan konsumen lama dan memperoleh konsumen baru. Salah satu cara CV Romi Tour and Travel untuk dapat bertahan, mempertahankan konsumen lama dan memperoleh konsumen baru yaitu dengan cara meningkatkan kualitas dari waktu ke waktu dalam melayani konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CV Romi Tour and Travel. Artinya CV Romi Tour and Travel harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan terbaik sesuai dengan keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2012:157). Apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah terpenuhi dan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan telah memiliki keunggulan dalam bersaing. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan travel agent, yaitu berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan ini menjadi sangat penting karena berdampak langsung pada citra perusahaan dan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Salah satu aspek yang dapat memberikan keuntungan dan berdampak langsung pada citra perusahaan adalah aspek kepuasan konsumen. Perusahaan yang berkualitas atau bermutu adalah perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya (Sunyoto, 2010:222). Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan (Kotler & Keller 2013:116). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2012:146). Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Jika suatu perusahaan sudah mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya, maka konsumen tersebut akan merasa puas dan akan tetap setia membeli atau menggunakan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. Namun, jika konsumen yang tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan meninggalkan perusahaan dan menyebabkan populasi konsumen di perusahaan tersebut menjadi menurun. Oleh karena itu CV. Romi Tour & Travel harus memperhatikan kualitas pelayanan terhadap para konsumennya. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan tercipta kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Romi Tour & Travel Jambi”**.

Dari fenomena yang dikemukakan di latar belakang maka perumusan permasalahan yang terjadi adalah : "Apakah Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh CV Romi & Tour mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan dan parsial ?"

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah menggunakan jasa *Tarvel Agent* CV Romi Tour & Travel dalam kegiatan *study tour*, *benchmarking*, kunjungan bisnis maupun sekedar berwisata.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah mendefinisikan populasi sebagai suatu generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 117). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah konsumen yang memakai jasa CV Romi Tour and Travel pada bulan November-Desember 2018. Berikut data konsumen yang menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel Jambi yang akan melakukan perjalanan *study tour, benchmarking*, kunjungan bisnis atau hanya sekedar berwisata pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Konsumen Tour pada bulan November - Desember 2018

No	Konsumen	Tujuan	Jumlah
1	Rombongan guru-guru SD Al-Falah Kota Jambi	Malang - Bromo	53 orang
2	Rombongan mahasiswa FKIP PG-PAUD Unja	Bogor	70 orang
3	Rombongan mahasiswa Diploma III FEB Unja	Jogjakarta - Malang	79 orang
4	Rombongan mahasiswa FKIP-PPKN Unja	Jogjakarta	95 orang
5	Rombongan Dinas Perkebunan Kota Jambi	Surabaya	35 orang
6	Rombongan guru-guru SMAN. 10 Kota Jambi	Bali	43 orang
7	Rombongan guru-guru MTS Labor Kota Jambi	Jakarta - Bandung	36 orang
8	Rombongan guru-guru SDN. 98, SDN. 93, SDN. 64 dan SDN. 216 Kota Jambi	Jakarta - Bandung	80 orang
9	Rombongan MAN 3 Kota Jambi	Bali	48 orang
10	Rombongan guru-guru MTS Sijenjang Kota Jambi	Jakarta - Bandung	18 orang
Jumlah			558

Sumber : CV Romi Tour and Travel, 2019

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 118). Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan rumus *slovin* sebanyak 85 responden. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan dari rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan ditolerir sebesar 10%. 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 representatif. Adapun pertimbangan tertentu untuk sampel dari penelitian ini yaitu: 1) Konsumen yang mengadakan kegiatan *study tour, benchmarking*, kunjungan bisnis maupun hanya sekedar berwisata; 2) Konsumen yang pernah menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel yang akan melakukan perjalanan *study tour, benchmarking*, kunjungan bisnis maupun hanya sekedar berwisata.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian daftar pertanyaan yang relevan dengan variabel penelitian yang ditujukan kepada subjek penelitian atau responden. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan melalui pengukuran masing-masing item pertanyaan.

Variabel Penelitian

Penelitian ini mengukur dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (X₁), empati (X₂), kehandalan (X₃), daya tanggap (X₄) dan jaminan (X₅). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah berupa regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan menggunakan uji-F dan uji-t dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Regresi Linier Berganda

Sebuah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor. Dalam analisis regresi berganda, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap.

Koefisien determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 berbeda antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 maka variabel bebas hampir memberikan semua informasi untuk memprediksi variabel terikat atau merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis dengan Uji-F dan Uji-t

Uji-F digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Sedangkan uji-t digunakan untuk menguji apakah secara sendiri-sendiri (parsial) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H_0 ditolak & menerima H_a jika nilai Sig < 0,05 : artinya variabel bebas (X) secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- H_0 diterima & menolak H_a jika nilai Sig > 0,05 : artinya variabel bebas (X) secara parsial dan simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik

Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

Tabel 2. Hasil Olah Data Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.348	1.756	
	Bentuk Fisik	-.156	.097	-.167
	Empati	-.090	.103	-.103
	Kehandalan	.203	.076	.206
	Daya Tanggap	.624	.092	.648
	Jaminan	.305	.103	.331

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,348 - 0,156X_1 - 0,090X_2 + 0,203X_3 + 0,624X_4 + 0,305X_5$$

Persamaan regresi diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) = 2,348 artinya, apabila variabel *bentuk fisik* (X_1), *empati* (X_2), *kehandalan* (X_3), *daya tanggap* (X_4), *jaminan* (X_5) nilainya adalah 0 (nol) atau variabel-variabel tersebut diabaikan, maka tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh adalah sebesar 2,348.

2. Koefisien regresi variabel *bukti fisik* (X_1) adalah -0,156 berarah *negatif*, artinya setiap peningkatan pada variabel manfaat sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,156 poin.
3. Koefisien regresi variabel *empati* (X_2) adalah -0,090 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel ketetapan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar -0,090 poin.
4. Koefisien regresi variabel *kehandalan* (X_3) adalah 0,203 berarah *negatif*, artinya setiap peningkatan pada variabel ketersediaan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,203 poin.
5. Koefisien regresi variabel *daya tanggap* (X_4) adalah 0,624 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel keterjangkauan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,624 poin.
6. Koefisien regresi variabel *jaminan* (X_5) adalah 0,305 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel kenyamanan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,305 poin.

Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS pada variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Olah Data Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.698	1.486

a. Predictors: (Constant), Jaminan, Empati, Daya Tanggap, Bentuk Fisik, Kehandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai R = 0,716 artinya terdapat hubungan positif dan kuat antara bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan konsumen dan mempunyai korelasi sebesar 71,6%, sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kemudian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,716 hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni bukti fisik (X_1), empati (X_2), kehandalan (X_3), daya tanggap (X_4) dan jaminan (X_5) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 84,6% terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Sisanya sebesar 15,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji-F

Hasil pengujian uji-F dapat dilihat pada tabel dibawah berikut:

Tabel 4. Hasil Uji-F (Uji Secara Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	440.310	5	88.062	39.881	.000 ^a
	Residual	174.443	79	2.208		
	Total	614.753	84			

a. Predictors: (Constant), Jaminan, Empati, Daya Tanggap, Bentuk Fisik, Kehandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$). Artinya variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), empati (X2), kehandalan (X3), daya tanggap (X4) dan jaminan (Y) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji-t

Hasil pengujian uji-t dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji-t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.348	1.756		1.338	.185
	Bentuk Fisik	-.156	.097	-.167	-1.610	.111
	Empati	-.090	.103	-.103	-.872	.386
	Kehandalan	.203	.076	.206	2.663	.009
	Daya Tanggap	.624	.092	.648	6.760	.000
	Jaminan	.305	.103	.331	2.965	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa :

1. Nilai signifikansi dari variabel bukti fisik adalah sebesar 0,111. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi (α) yaitu 0,05 (nilai signifikansi = $0,111 > 0,05$). Maka dapat diambil keputusan bahwa menerima H_0 dan menolak H_a , artinya variabel bukti fisik tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
2. Nilai signifikansi dari variabel empati adalah sebesar 0,386. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi (α) yaitu 0,05 (nilai signifikansi = $0,386 > 0,05$). Maka dapat diambil keputusan bahwa menerima H_0 dan menolak H_a , artinya variabel empati tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
3. Nilai signifikansi dari variabel kehandalan adalah sebesar 0,009. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) yaitu 0,05 (nilai signifikansi = $0,009 < 0,05$). Maka dapat diambil keputusan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a , artinya variabel kehandalan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
4. Nilai signifikansi dari variabel daya tanggap adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) yaitu 0,05 (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$). Maka dapat diambil keputusan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a , artinya variabel daya tanggap mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
5. Nilai signifikansi dari variabel jaminan adalah sebesar 0,004. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) yaitu 0,05 (nilai signifikansi = $0,004 < 0,05$). Maka dapat diambil keputusan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a , artinya variabel jaminan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Pembahasan

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa secara parsial ada dua variabel yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Romi Tour and Travel, yaitu variabel bukti fisik dan variabel empati. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,111 > 0,05$ (variabel bukti fisik) dan $0,386 > 0,05$ (variabel empati). Menurut konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini, pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel dalam bentuk bukti fisik dan empati sudah cukup baik, sehingga konsumen merasa senang dan puas. Walaupun variabel bukti fisik dan variabel empati tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen, CV. Romi Tour and Travel tetap memperhatikan dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel dalam bentuk empati.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa secara parsial ada tiga variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Romi Tour and Travel, yaitu variabel bukti kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ (variabel kehandalan), $0,000 < 0,05$ (variabel daya tanggap) dan $0,004 < 0,05$ (variabel jaminan). Hal ini disebabkan apabila CV. Romi Tour and Travel tidak konsisten dan tidak maksimal memberikan pelayanan, tidak bisa mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, tidak responsif terhadap keluhan konsumen, dan tidak adanya jaminan (baik jaminan rasa aman, nyaman dan keselamatan) untuk konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel, yang mengakibatkan konsumen tersebut tidak mau menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel lagi kedepannya jika ada melakukan perjalanan (baik kunjungan bisnis, study tour, benchmarking, atau hanya sekedar berwisata) lagi.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa secara simultan, variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (X_1), empati (X_2), kehandalan (X_3), daya tanggap (X_4) dan jaminan (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal itu dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Nilai signifikansi yang didapatkan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$).

Variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh crew CV. Romi Tour and Travel dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen serta dapat memberikan dampak secara langsung pada citra perusahaan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel kepada konsumen sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan akan tetap menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel untuk membantu dan mengatur pelaksanaan perjalanan baik kunjungan bisnis, study tour, benchmarking maupun hanya sekedar berwisata. Namun jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel jelek, dibawah standar dan tidak sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak mau lagi menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel untuk membantu dan mengatur pelaksanaan perjalanan baik kunjungan bisnis, study tour, benchmarking maupun hanya sekedar berwisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa secara parsial terdapat dua variabel yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu variabel bukti fisik dan empati. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,111 > 0,05$ (variabel bukti fisik) dan $0,386 > 0,05$ (variabel empati); 2) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa secara parsial terdapat tiga variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ (variabel kehandalan), $0,000 < 0,05$ (variabel daya tanggap) dan $0,004 < 0,05$ (variabel jaminan); 3) Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), empati (X2), kehandalan (X3), daya tanggap (X4) dan jaminan (X5) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal itu dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Nilai signifikansi yang didapatkan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$).

Saran

Walaupun variabel bukti fisik tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, CV. Romi Tour and Travel harus tetap memperhatikan penampilan crewnya dan serta memperhatikan keinginan, kebutuhan dan keluhan konsumen terlebih dalam hal kendaraan yang digunakan. Hal ini dikarenakan konsumen CV. Romi Tour and Travel berbagai macam kalangan, pekerjaan dan usia, sehingga CV. Romi Tour and Travel harus memperhatikan penampilan dan kendaraan agar konsumen merasa puas dan tetap memakai jasa CV. Romi Tour and Travel.

Walaupun variabel empati tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, CV. Romi Tour and Travel harus tetap memperhatikan komunikasi dan peduli terhadap keinginan, kebutuhan dan keluhan konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CV. Romi Tour and Travel dalam bentuk empati.

CV. Romi Tour and Travel perlu meningkatkan lagi pelayanan pada variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Hal ini dikarenakan apabila CV. Romi Tour and Travel tidak konsisten, tidak maksimal dan tidak profesional dalam layanan, kurang responsif terhadap keluhan dan permintaan konsumen, tidak memberikan jaminan akan rasa aman, nyaman dan keselamatan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh crew CV. Romi Tour and Travel, yang mengakibatkan konsumen tersebut tidak mau menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel lagi kedepannya. CV. Romi Tour and Travel perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dan akan tetap menggunakan jasa CV. Romi Tour and Travel untuk membantu dan mengatur pelaksanaan perjalanan baik kunjungan bisnis, *study tour*, *benchmarking* maupun hanya sekedar berwisata dan citra CV. Romi Tour and Travel akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang, Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1.* Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- N.N (2012, 13 September). Manfaat Jasa Agen Travel. *Artikeldaninformasi.com* (online). Diakses pada tanggal 15 Maret 2019 dari <http://artikeldaninformasi.com/manfaat-jasa-travel-agen/>.
- Saputri, Tika Erlita. (2012, 12 Desember). *Pengertian Pariwisata, Kepariwisataaan dan Perjalanan Wisata.* Blognya Tika Erlita Saputri. Diakses pada tanggal 18 Februari 2019 dari tikaerlitasaputri.blogspot.com/2012/ dari blogspot.com.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum,* edisi pertama. Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM9/PW104/PHB pada tanggal 22 Desember 1977 bab I pasal 1 dalam Ketentuan Umum Tentang Agen Perjalanan. 1977. Jakarta. Departemen Perhubungan.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: CV Andi Offset.

**PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN METODE ECONOMIC
ORDER QUANTITY (EOQ)
(STUDI KASUS INDUSTRI TEMPE CAHAYA TRANSITO)**

Muhammad Ridwan¹⁾, Dirarini Sudarwadi²⁾, Nurlaela³⁾

^{1,2,3)}Universitas Papua

Korespondensi email: dirarinis@gmail.com

Abstrack

Controlling and determining of inventory is an important thing in order to produce efficiently and able to make smooth sales. The purpose of this research is to know an analysis of controlling raw material inventories in the manufacture of Tofu by using Economic Order Quantity (EOQ) method to increase efficiency of the total inventory cost in Industry Tempe Cahaya Transito. The raw material of Tofu is soy. This study aimed to too compare the company's raw material inventory by using the method of EOQ (Economic Order Quantity), purchase amount of raw materials, the amount of frequency of purchase of raw materials, amount safety stock, reorder point, and the total cost of raw material inventory. The object of this study is the owner of the business. This research uses case study method through approach qualitative descriptive using the way of interview, observation, and documentation. In actual condition, Industry Tempe Cahaya Transito often have some problems in controlling the inventories. There is excess quantity of rough soy, because Industry Tempe Cahaya Transito doesn't apply a standard policies to order the quantity of the inventories. The data used in this study obtained by interview. To get accurate research the purchase of raw materials for the production of tofu is optimal according to the method of EOQ (Economic Order Quantity) in 2018 Industry Tempe Cahaya Transito for each time a message of 5.161 kg. By using EOQ (Economic Order Quantity) 2018 in Industry Tempe Cahaya booking can be done as much as 10 times higher than that used by the company is only 24 times. By using a simple method, Industry Tempe Cahaya not apply for reorder point. While using EOQ, reorder point is done when it reaches the number of 960 kg. Application of the method EOQ in companies produce cheaper cost when compared to the method that has been applied by the company.

Keywords : Inventory Control, Economic Order Quantity (EOQ), Total Inventory Cost.

Abstrak

Pengendalian dan penentuan besarnya persediaan merupakan hal yang penting agar dapat melakukan produksi secara efisien dan mampu melakukan penjualan secara lancar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengendalian persediaan bahan baku dalam pembuatan tahu dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) untuk meningkatkan efisiensi terhadap *total inventory cost* pada Industry Tempe Cahaya Transito. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui perbandingan persediaan bahan baku perusahaan dengan menggunakan Metode EOQ (Economic Order Quantity), jumlah pembelian bahan baku, jumlah frekuensi pembelian bahan baku, jumlah persediaan pengaman (safety stock), reorder point, dan biaya total persediaan bahan baku. Objek penelitian ini adalah pemilik usaha tersebut. Jenis penelitian ini adalah studi kasus melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada kondisi aktual, Industry Tempe Cahaya Transito, sering kali mengalami masalah dalam mengendalikan persediaannya. Terdapat kelebihan kuantitas dari kedelai. Hal itu dikarenakan

Industri Tempe Cahaya Transito tidak menerapkan kebijakan standar dalam memesan persediaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan cara wawancara. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat pembelian bahan baku kedelai untuk produksi tahu yang optimal menurut metode EOQ (Economic Order Quantity) tahun 2018 pada Industri Tempe Cahaya Transito untuk setiap kali pesan sebesar 5.161 kg. Dengan menggunakan metode EOQ (Economic Order Quantity) tahun 2018 pada Industri Tempe Cahaya dapat dilakukan pemesanan sebanyak 10 kali dibandingkan yang digunakan perusahaan yaitu sebanyak 24 kali. Dengan menggunakan metode sederhana, Industri Tempe Cahaya tidak menerapkan adanya titik pemesanan kembali (reorderpoint). Sedangkan dengan menggunakan metode EOQ, titik pemesanan kembali (reorder point) dilakukan pada saat mencapai jumlah 980 kg. Penerapan metode EOQ pada perusahaan menghasilkan biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan metode yang selama ini diterapkan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Pengendalian Persediaan, Economic Order Quantity (EOQ), Total Inventory Cost.

PENDAHULUAN

Aktivitas perdagangan tidak dapat berjalan tanpa adanya barang ataupun jasa yang diperjual belikan, oleh karena itu proses produksi memiliki peran penting agar barang ataupun jasa tetap tersedia. Proses produksi merupakan sebuah kegiatan menghasilkan barang ataupun jasa untuk menjamin kelangsungan usaha perusahaan. Dalam kegiatan produksi perlu didukung adanya persediaan bahan baku yang memadai, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan tepat waktu.

Pengusaha dituntut untuk bekerja dengan lebih efisien dalam menghadapi persaingan yang lebih ketat demi menjaga kelangsungan operasi perusahaan. Untuk menghadapi persaingan tersebut, dunia industri Indonesia harus siap dan kompetitif, oleh karena itu usaha-usaha dalam perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengendalian dalam perusahaan perlu ditingkatkan agar dapat mencapai tujuan perusahaan serta meningkatkan daya saingnya.

Sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh laba. Dalam proses pencapaian tujuan tersebut akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu faktor itu ialah kelancaran produksi. Pencapaian tujuan perusahaan akan menghadapi kendala tertentu sehingga perusahaan harus memiliki manajemen yang baik. Pada dasarnya manajemen yang baik memiliki fungsi yang sangat penting dalam perusahaan guna melakukan pemilihan keputusan serta sebagai kontrol dalam kegiatan perusahaan supaya berjalan dengan efektif dan perusahaan mampu memperoleh laba yang optimal adalah menerapkan suatu kebijakan manajemen dengan memperhitungkan persediaan yang optimal.

Dengan persediaan yang optimal perusahaan mampu menentukan seberapa besar persediaan bahan baku yang sesuai, sehingga tidak menimbulkan pemborosan biaya karena mampu menyeimbangkan kebutuhan bahan baku yang tidak terlalu banyak maupun persediaan yang tidak terlalu sedikit (Taufiq, 2014).

Assauri (2004) dalam Yasid (2017), mengungkapkan bahwa pengendalian persediaan adalah sebagai suatu kegiatan untuk menentukan tingkat dan komposisi dari persediaan, bahan baku dan barang hasil atau produk, sehingga pabrik dapat melindungi kelancaran produksi, penjualan serta kebutuhan-kebutuhan pembelanjaan pabrik dengan efektif dan efisien. Menurut Slamet (2007) dalam (Taufiq dan Slamet, 2014), persediaan yang optimal dapat dicapai apabila perusahaan mampu menyeimbangkan beberapa faktor yang berkaitan dengan kuantitas produk, daya tahan produk, panjangnya periode produksi, fasilitas

penyimpanan dan biaya penyimpanan persediaan, kecukupan modal, kebutuhan waktu distribusi, perlindungan terhadap kekurangan bahan baku langsung dan suku cadangnya, perlindungan mengenai kekurangan tenaga kerja, perlindungan mengenai kenaikan harga bahan baku dan perlengkapan serta risiko yang ada dalam persediaan.

Pengendalian persediaan bahan baku dengan metode EOQ bertujuan untuk menentukan jumlah pemesanan bahan baku yang paling ekonomis dalam setiap kali pemesanan. Menurut Gitosudarmo (2002) dalam (Puspika dan Anita, 2013), Analisis EOQ adalah analisis yang digunakan untuk menentukan volume atau jumlah pembelian yang paling ekonomis dalam setiap kali pembelian. Perencanaan persediaan dengan metode EOQ akan mampu meminimalisasi terjadinya *out of stock* sehingga tidak mengganggu kelancaran proses produksi pabrik. Untuk mengetahui jumlah pesanan minimum yang ekonomis perlu dilihat pertambahan biaya pemesanan dan biaya penyimpanan, *reorder point*, *safety stock*, *lead time* serta besarnya persediaan rata-rata.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ). Menurut Pardede (2005) dalam (Utami, 2012), model jumlah pesanan terhemat (*economic order quantity model* = EOQ model) digunakan dalam menentukan jumlah barang yang akan dipesan untuk setiap kali pemesanan serta jumlah biaya pengadaan bahan-bahan. EOQ menunjukkan jumlah barang yang harus dipesan untuk setiap kali pemesanan agar biaya persediaan keseluruhan menjadi sekecil mungkin.

Model *Economic Order Quantity* (EOQ) merupakan model matematik yang digunakan untuk menentukan jumlah persediaan bahan baku yang harus dipesan untuk memenuhi kebutuhan produksi pabrik. Prinsip dasar dari metode ini yaitu meminimumkan biaya persediaan dan mengoptimalkan jumlah bahan baku yang harus digunakan untuk setiap kali proses produksi. Penentuan jumlah bahan baku yang harus dipesan untuk setiap kali pemesanan diharapkan dapat optimal dengan diterapkannya metode EOQ.

Tabel 1. Data persediaan bahan baku periode tahun 2018.

Bulan	Persediaan Awal bahan baku (kg)	Pemesanan bahan baku (kg)	Pemakaian bahan baku (kg)	Persediaan Akhir (kg)
Januari	5	4.000	4.000	5
Februari	5	4.200	4.150	55
Maret	55	3.800	3.750	105
April	105	3.000	3.100	5
Mei	5	4.300	4.250	55
Juni	55	4.200	4.200	55
Juli	55	4.500	4.400	155
Agustus	155	4.500	4.450	205
September	205	4.700	4.700	205
Oktober	205	4.800	4.750	225
November	225	4.550	4.700	105
Desember	105	5.000	5.000	105
Total	1.180	51.550	51.450	1.280
Rata-rata	98	4.296	4.287	107

Menentukan jumlah pesanan optimal dengan metode *Economic Order Quantity* (EOQ). (EOQ) ini digunakan untuk menentukan jumlah/kuantitas bahan yang dipesan pada setiap kali pembelian dengan biaya yang paling minimal. Menurut Heizer dan Render (2005) rumus yang digunakan untuk menghitung EOQ adalah:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

Keterangan:

- Q^* = Jumlah optimum unit per pesanan (EOQ)
 D (*demand*) = Permintaan tahunan dalam unit untuk barang persediaan
 S (*setup*) = Biaya penyetalan atau pemesanan untuk setiap pesanan
 H (*holding*) = Biaya penyimpanan per unit per tahun

Untuk menentukan frekuensi pemesanan bahan baku didasarkan pada Permintaan tahunan dalam unit untuk barang persediaan dibagi dengan jumlah kuantitas pemesanan atau pembelian ekonomis, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Frekuensi pemesanan} = \frac{D}{Q}$$

Safety stock digunakan untuk menentukan besarnya persediaan bahan baku yang dibutuhkan untuk mengantisipasi apabila terjadi kekurangan bahan baku dalam proses produksi. Menurut Herjanto (2001) dalam (Iswara, 2014) rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya *safety stock* adalah:

$$SS = SD \times Z$$

Keterangan:

- SS = *Safety Stock* (persediaan pengaman)
 SD = Standar deviasi permintaan selama tenggang waktu pemesanan
 Z = Standar *error*

Reorder Point (ROP), perhitungan *reorder point* digunakan untuk mencari titik dimana pabrik harus melakukan pemesanan kembali terhadap bahan baku yang dibutuhkan sehingga kedatangannya atau penerimaan bahan baku yang dipesan tepat waktu. Menurut Heizer dan Render (2005) rumus yang digunakan untuk menghitung ROP adalah:

$$\text{ROP} = d \times L + SS$$

Keterangan:

- ROP = *Reorder point* (titik pemesanan ulang)
 d = Permintaan per hari
 L = *Lead time*
 SS = *Safety stock*

Total Biaya Persediaan atau *Total Inventory Cost* (TIC), perhitungan total biaya persediaan (*Total Inventory Cost*) digunakan untuk membuktikan bahwa dengan adanya jumlah pembelian bahan baku yang optimal, yang dihitung menggunakan metode EOQ akan dicapai total biaya persediaan bahan baku yang minimal. Menurut Heizer dan Render (2005) rumus untuk menentukan total biaya persediaan (*Total Inventory Cost*) adalah:

$$\begin{aligned} \text{TIC} &= \text{Biaya pemesanan} + \text{Biaya penyimpanan} \\ &= \frac{D}{Q}S + \frac{Q}{2}H \end{aligned}$$

Keterangan:

Q (*quantity*) = Jumlah unit per pesanan

Q^* = jumlah optimum unit per pesanan (EOQ)

D (*demand*) = Permintaan tahunan dalam unit untuk barang persediaan

S (*setup*) = Biaya penyetalan atau pemesanan untuk setiap pesanan

H (*holding*) = Biaya penyimpanan per unit per tahun

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah optimum unit per pesanan (EOQ)

$$\begin{aligned} Q^* &= \sqrt{\frac{2SD}{H}} \\ &= \sqrt{\frac{2 \times 110.000 \times 51.450}{425}} \\ &= \sqrt{\frac{11.319.000.000}{425}} \\ &= \sqrt{26.632.941} \\ &= 5.160,7113 \text{ dibulatkan menjadi } 5.161 \text{ (kg)} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Economic Order Quantity*, jumlah pemesanan persediaan kedelai yang optimum setiap kali pesan atau per bulan adalah 5.161 (kg).

Frekuensi pemesanan optimal

$$\begin{aligned} &= \frac{D}{Q^*} \\ &= \frac{51.450}{5.161} \\ &= 9,969 \text{ dibulatkan menjadi } 10 \text{ kali} \end{aligned}$$

Diketahui jumlah pemesanan bahan baku kedelai yang optimal sebesar 5.161 (kg) untuk sekali pemesanan. Frekuensi pemesanan optimal untuk persediaan bahan baku kedelai adalah 10 kali. Dengan begitu jumlah keseluruhan kebutuhan bahan baku selama satu tahun berjumlah 51.610 (kg) kedelai.

Safety Stock

$$\begin{aligned} \text{Standar deviasi (SD)} &= \sqrt{\frac{\Sigma(x^2y)}{N}} \\ &= \sqrt{\frac{2.910.628}{12}} \\ &= \sqrt{242.552} \\ &= 492,495 \text{ dibulatkan } 492 \\ \text{Safety Stock} &= SD \cdot SS \\ &= 492 \times 1,65 \\ &= 811,8 \text{ dibulatkan menjadi } 812 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan *safety stock*, jumlah persediaan bahan baku kedelai yang harus tersedia di pabrik Cahaya Transito sebagai pengaman adalah 812 kg.

Reorder Point (ROP)

Tabel 2. Reorder Point (ROP)

Jenis Persediaan	Rata - rata penggunaan persediaan per hari (d)	Waktu Tunggu Pesanan (L)	<i>Safety Stock</i>	ROP (dL + SS)
kedelai	148	1 hari	812	960

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

$$\begin{aligned}
 \text{Diketahui} & : Q^* = 5.161 \text{ kg} \\
 S & = \text{Rp. } 110.000 \\
 D & = 51.610 \text{ kg} \\
 H & = \text{Rp. } 425 \\
 \text{TIC} & = H \frac{Q^*}{2} + S \frac{D}{Q} \\
 & = \left(425 \frac{5.161}{2} \right) + \left(110.000 \frac{51.610}{5.161} \right) \\
 & = (425 \times 2.580) + (110.000 \times 10) \\
 & = \text{Rp. } 1.096.500 + \text{Rp. } 1.100.000 \\
 & = \text{Rp. } 2.196.500
 \end{aligned}$$

Pembahasan

Tabel 3. Persediaan Bahan Baku

Keterangan	Kebijakan Perusahaan	Metode EOQ
	Kedelai	Kedelai
Jumlah pesanan keseluruhan	51.550 kg	51.610 kg
Jumlah per pesanan	4.296 kg	5.161 kg
Frekuensi Pembelian	24	10
Total Harga Bahan Baku	Rp 438.175.000	Rp 438.685.000
<i>Set Up Cost</i>	Rp2.640.000	Rp 1.100.000
<i>Holding Cost</i>	Rp 21.908.750	Rp 1.096.500
<i>Total Inventory Cost</i> (TIC)	Rp 24.548.750	Rp 2.196.500
Total Harga Bahan Baku + TIC	Rp 462.723.750	Rp 440.854.500

Perbedaan antara kebijakan Tempe Cahaya Transito dengan penerapan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) dalam mengendalikan bahan persediaan bahan baku terlihat dalam beberapa point seperti yang terlihat pada Tabel 3

Berdasarkan penerapan *metode Economic Order Quantity* terdapat sedikit kenaikan pada kuantitas pemesanan persediaan, tetapi terjadi penurunan pada frekuensi dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Jumlah pemesanan persediaan dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* sedikit lebih besar dibanding kebijakan yang dilakukan oleh Tempe Cahaya Transito

Penekanan frekuensi pemesanan terjadi pada pemesanan kedelai. Telah diketahui bahwa semakin banyak frekuensi pemesanan dilakukan maka akan semakin besar juga biaya yang dikeluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa metode *Economic Order Quantity* dapat mengefisiensikan biaya pada persediaan bahan baku kedelai.

Pemesanan bahan baku yang dilakukan oleh perusahaan dinilai kurang efisien karena kebijakan perusahaan mengakibatkan total pengeluaran sebesar Rp 462.723.750 biaya tersebut merupakan total dari pembelian dan total dari biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memesan bahan baku. Sementara pengeluaran yang dikeluarkan menurut metode *Economic Order Quantity* hanya sebesar Rp 440.854.500.

Penghematan tersebut diperoleh dari meminimalkan total biaya persediaan, dimana dengan menggunakan metode *Economic Order quantity* akan mengakibatkan kuantitas pemesanan lebih tinggi dengan frekuensi pemesanan yang lebih rendah sehingga terjadi penghematan biaya pemesanan dan dapat meningkatkan efisiensi terhadap harga pokok produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) akan mengefisiensikan harga pokok produksi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya pembelian yang ekonomis dan penghematan biaya-biaya seperti berikut: 1) Pemesanan persediaan bahan baku paling optimal dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah sebesar 5.161 kg per setiap kali pesan; 2) Frekuensi pemesanan paling optimal dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah 10 kali. Terdapat selisih 14 kali dari frekuensi yang diterapkan perusahaan yaitu 24 kali; 3) *Safety stock* atau persediaan pengaman yang harus disediakan oleh Tempe Cahaya Transito adalah sebesar 812 kg; 4) *Reorder point* atau titik dimana perusahaan melakukan pemesanan kembali saat persediaan di gudang berjumlah 960 kg; 5) *Total Inventory Cost* (TIC) atau biaya total variabel tahunan dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah sebesar Rp 440.854.500

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberi saran kepada industri Tempe Cahaya Transito untuk meninjau kembali kebijakan pemesanan bahan baku yang selama ini dilakukan. Saran-saran berikut ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yaitu: 1) Industri Tempe Cahaya Transito sebaiknya menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) karena dengan menggunakan metode ini dapat mengoptimalkan persediaan dan mengefisiensikan biaya yang telah dibuktikan pada hasil diatas; 2) Industri Tempe Cahaya Transito sebaiknya menentukan *safety stock*/persediaan pengaman dan melakukan pemesanan kembali/*Reorder point* untuk menghindari terjadinya kehabisan bahan baku/*stockout* sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen; 3) Industri Tempe Cahaya Transito sebaiknya melakukan pencatatan pembelian bahan baku secara teliti dan teratur, sehingga pengontrolan ketersediaan bahan baku dapat diketahui; 4) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis metode pengendalian persediaan lain seperti: metode MRP (Material Requiremen Planning), JIT (Just In Time) atau metode pengendalian persediaan lainnya sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan metode mana yang lebih efektif untuk digunakan dalam mengendalikan persediaan bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi 6*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2004. *ManajemenProduksidanOperasi, EdisiRevisi*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Astuti, I GustiAyuWidi.Cipta, Wayan Dan Meitriyana, Made Ary. 2013. PenerapanMetode*Economic Order Quantity* PersediaanBahan Baku pada Perusahaan Kopi Bubuk Bali Cap Banyuatis. Vol 4. No 1..
- Handoko, T. Hani. 2016. *Dasar - dasarManajemenProduksidanOperasi*. Yogyakarta: BPFE - Yogyakarta.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2005. *Manajemen Operasi Buku 2 Edisi Kesembilan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hatani, La 2008. *Manajemen Operasi*. Kendari: Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo.
- Iswara, Alfiana Adila. 2014. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada PT. *Eastern Pearl Flour Mills* Makassar. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Karumarudin, Rizky. 2015. Analisis Pengendalian Persediaan Tepung Terigu dan Gula Pasir dengan Menggunakan Metode *Economic Order Quantity* Pada Ibu Basuki Bakery Tahun 2014. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Manajemen Operasional (Operations Managemen) Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Puspika, Juliana dan Anita, Desi. 2013. *Inventory Control* dan Perencanaan Persediaan Bahan Baku Produksi Roti pada Pabrik Roti Bobo Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*. Vol 21. No 3, 1-15.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. BPFE, Yogyakarta.
- Ramadhan, Fahmi. 2014. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Metode EOQ (*Economic Order Quantity*) pada CV. Sulawesi Trans Mandiri. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ruauw, Eyverson. 2011. Pengendalian Persediaan Bahan Baku (Contoh Pengendalian pada Usaha Grenda Bakery Lianli, Manado). *ASE*. Vol 7. No1, 1-11.
- Schroeder, Roger G. 1994. *Manajemen Operasi : Pengambilan Keputusan Dalam Suatu Fungsi Operasi, Jilid 2, Edisi Ketiga*. Erlangga: Jakarta
- Suswardji, Edi. Eman, S dan Ratnaningsih, Ria. 2012. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada PT. Nt Piston Ring Indonesia. *Jurnal Manajemen*. Vol 10. No 1, 1071-1086.
- Sumayang, Lalu. 2003. *Dasar - dasarManajemenProduksidanOperasi*. EdisiPertama. Jakarta: SalembaEmpat.
- Taufiq, Ahmad dan Slamet, Achmad. 2014. Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode *Economic Order Quantity* (EOQ) pada Salsa Bakery
- Utami, Wahyu Tri. 2012. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada PT XYZ, Jakarta (Studi Kasus Pada *Painting Plastik Part* Honda Oem). *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, F. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Wardhani, Parwita Setya. 2015. Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Dengan Metode EOQ. STIE Mahardhika Surabaya. *Jurnal Media Mahardhika*. Vol. 13, No. 3.

PENGARUH MODAL, PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL

Netty Herawaty¹⁾, Reni Yustien²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi¹⁾

Korespondensi email : netherawaty@gmail.com; reni_yustien@ymail.com

Abstract

This study is entitled The Effect of Capital, Use of Accounting Information and Entrepreneurial Characteristics on the Success of Small Businesses (Survey on Pempek Production Home Enterprises in Jambi City). The purpose of this study is to analyze whether there is influence of capital, the use of accounting information and entrepreneurial characteristics on the success of small businesses (Survey on Pempek Production Home Business in Jambi City) partially or simultaneously. This study uses primary data obtained directly from pempek home-based business owners. Data collection techniques are done by questionnaire and direct interview. Sampling using purposive sampling where the sample will be pempek home-based business owners in the city of Jambi. The number of variables studied as many as 4 variables means the minimum sample size is 40 respondents. Data analysis method uses multiple regression. The classic assumptions used in this study are normality test, multicollinearity assumption, heteroscedasticity. The results showed that the variable capital does not have an influence on the success of small businesses in pempek home-based business production in Jambi City. The variable of the use of accounting information and entrepreneurial characteristics has an influence on the success of small businesses in pempek home-based businesses in Jambi City.

Keywords: capital, accounting information, entrepreneurial characteristics, business success

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis apakah ada pengaruh modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi) secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari pemilik usaha rumahan produksi pempek. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan wawancara langsung. Pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dimana yang akan dijadikan sampel adalah pemilik usaha rumahan produksi pempek di Kota Jambi. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 4 variabel berarti jumlah sampel minimal yaitu 40 orang responden. Metode analisis data menggunakan Regresi berganda. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, asumsi Multikolinearitas, Heteroskedastisitas. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel modal tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil pada usaha rumahan produksi pempek di Kota Jambi. Variabel penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil pada usaha rumahan produksi pempek di Kota Jambi.

Kata Kunci: Modal, Informasi Akuntansi, Karakteristik Wirausaha, Keberhasilan Usaha

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju akan mendorong para pelaku bisnis semakin ketat dalam persaingan bisnis. Persaingan bisnis adalah persaingan produk maupun non produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Pelaku bisnis ada di bidang produksi maupun non produksi, di bidang produksi berarti pelaku bisnis membuat produk atau barang dari bahan mentah menjadi barang jadi, sedangkan di bidang non produksi pelaku bisnis menawarkan jasa. Pelaku bisnis itu sendiri dapat berasal dari perusahaan besar maupun perusahaan kecil seperti usaha rumahan. Peluang usaha rumahan yang banyak dilakukan antara lain usaha kuliner, usaha laundry dan usaha salon. Usaha rumahan membutuhkan modal baik itu modal materi atau pun non materi Usaha rumahan ini adalah asal mulanya terbentuknya Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia

Keberhasilan sebuah kelompok usaha mandiri dapat ditunjang dengan memanfaatkan informasi akuntansi. Kegiatan kelompok usaha mandiri ini akan terselenggara dengan bantuan informasi akuntansi. Pengambilan keputusan internal organisasi dan pengambilan keputusan eksternal menggunakan informasi akuntansi. Akuntansi menyediakan informasi kepada perusahaan atau UMKM tentang sistem pembukuan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Informasi akuntansi juga dapat menunjang dalam aktivitas produksi yang sesuai dengan sistem biaya standar sehingga selisih biaya yang terjadi tidak merugikan perusahaan tersebut.

Penentuan harga jual normal dan biaya produksi dapat menggunakan informasi akuntansi sehingga dapat menunjang perkembangan kelompok usaha menjadi lebih baik. Penyajian informasi harus berkualitas sehingga penyampaian informasi akuntansi agar tidak menyesatkan pemakainya

Informasi adalah faktor yang sangat berharga dalam suatu perusahaan dan organisasi atau dapat dikatakan bahwa tanpa informasi maka sebuah perusahaan tidak akan ada. Sebuah perusahaan membutuhkan informasi sebagai pengikat hubungan antara orang-orang yang ada dalam sebuah perusahaan tersebut. Informasi memiliki andil yang sangat berguna oleh sebab itu informasi harus dijalankan dengan baik sehingga menghasilkan informasi yang memiliki kualitas dan informasi tersebut bermanfaat dalam pengambilan keputusan. Informasi dapat dikatakan memiliki kualitas apabila memenuhi persyaratan yaitu relevan, tepat waktu, akurat dan lengkap. (Azhar;2002).

Fenomena modal yang ada selama ini selalu identik dengan uang tunai yang digunakan untuk membuka sebuah usaha. Modal yang juga sangat penting adalah modal non materi yaitu pengetahuan, kreativitas dan kemauan (Anton Ardyanto:2018). Kejujuran dalam dunia bisnis sangat diperlukan, ibarat sebuah rumah, kejujuran merupakan sebuah pondasi. Tanpa adanya modal kejujuran, sebuah bisnis akan hancur dan tidak akan bisa bertahan lama. Sebuah jaringan bisnis baik partner maupun konsumen akan merasa nyaman apabila dalam sebuah hubungan bisnis didasari adanya sebuah kejujuran. Metode berbisnis yang baik berlandaskan pendekatan hati, bukan rasio artinya dengan konsumen tahu berapa modal produk yang dijual maka secara otomatis hati kecil konsumen akan menciptakan kesimpulan, bahwa sosok pebisnis yang sedang dihadapinya memiliki kejujuran, yang tentunya ‘sifat jujur yang dipraktikkan oleh Nabi’ adalah sesuatu yang langka dalam berbisnis di zaman globalisasi seperti saat ini. (Tisu:2018). Menurut Bambang Riyanto (2010), modal itu tidak selalu sama dengan uang, tapi bisa dikatakan modal merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. Pebisnis sejati dapat dibedakan dengan pebisnis temporer yaitu perbedaan pada kejujurannya. Pebisnis sejati akan menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam pengelolaan usaha sementara pebisnis temporer akan berusaha

memaksimalkan keuntungan materinya walaupun harus melanggar etika dan norma yang berlaku di dalam masyarakat.

Permasalahan yang sering ditemui pada usaha rumahan adalah masih banyak usaha rumahan yang belum menggunakan pencatatan atau akuntansi. Kesulitan dalam memperhitungkan omset, laba kotor sampai dengan laba bersih karena masih banyak yang belum mengerti tentang pencatatan sehingga menjadi penyebab terhambatnya pertumbuhan usaha rumahan. Data pembukuan suatu perusahaan bisa mengukur keberhasilan dan merencanakan strategi perusahaan kedepannya. (Nelsi Islamiyati:2017)

Informasi akuntansi adalah satu hal penting yang dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan sebuah kelompok usaha mandiri. Informasi akuntansi dapat membantu dalam menyelenggarakan kegiatan kelompok usaha mandiri. Informasi ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan internal organisasi dan pengambilan keputusan eksternal. (Azhar:2002).

Inovasi yaitu salah satu karakteristik wirausahawan yang menunjang keberhasilan usaha. Usaha rumahan banyak yang bankrut disebabkan para wirausahawan tidak memiliki inovasi produk yang dapat menarik minat konsumen. Penelitian ini dilakukan pada usaha rumahan produksi Pempek karena di Kota Jambi banyak usaha rumahan Pempek yang merupakan makanan khas orang Jambi dan Palembang. Produksi ini banyak dilakukan karena selain Pempek adalah makanan olahan dari ikan yang digemari banyak orang mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, cara pengolahan dan memperoleh bahan baku pempek juga tidak sulit.

Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang variabel ini sudah banyak dilakukan antara lain dilakukan oleh Alex Wibowo dan Elisabeth Penti Kurniawati (2015), Anton Ardyanto (2018), Ardiansyah (2017), Ernani Hadiyati (2014), Erwin Thobias, Tungka dan Rogahang (2013), Endang Dhamayantie dan Rizky Fauzan (2017), Endang Purwanti (2012), Ernani Hadiyati (2014), Erwin Thobias, Tungka dan Rogahang (2013), Endang Dhamayantie dan Rizky Fauzan (2017), Reni Shinta Dewi. (2013), Tisu.2018. Tita Nursiah, Nunung Kusnadi dan Burhanuddin (2015), Tri Utari dan Putu Martini Dewi (2014).

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), Apakah ada pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), Apakah ada pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), Apakah ada pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis apakah ada pengaruh modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), untuk menganalisis apakah ada modal terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), untuk menganalisis apakah ada penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi), untuk menganalisis apakah ada karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi).

Hipotesis Penelitian

- H₁: Modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)
- H₂: Modal memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)
- H₃: Penggunaan informasi akuntansi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)
- H₄: Karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)

METODE

Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana yang akan dijadikan sampel adalah usaha rumahan pempek di Kota Jambi. Jumlah sampel yang akan diambil sejalan dengan Sekaran (2000), pada penelitian multivariate (termasuk analisis regresi multivariate) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 4 variabel berarti jumlah sampel minimal yaitu 40 orang responden.

Modal (X_1) yaitu hasil produksi yang digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut, dalam perkembangannya, kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli, atau pun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal. (Bambang Riyanto:2010) dengan menggunakan indikator modal dalam bentuk materi (uang) dan modal dalam bentuk non materi. Penggunaan Informasi Akuntansi (X_2) yaitu informasi akuntansi sebagai informasi kuantitatif tentang entitas ekonomi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan diantara alternatif-alternatif tindakan. (Belkaoui :2012) dengan indikator sumber daya, pemrosesan dan informasi. Karakteristik wirausaha (X_3) yaitu Menurut (Segal *et al*,2009) faktor lain yang juga mempengaruhi kompetensi kewirausahaan yaitu karakteristik kewirausahaan antaranya yaitu sifat-sifat individu wirausaha seperti motivasi, niat dan pengalaman. Indikator Karakteristik demografi gender, umur, etnis, latar belakang. Karakteristik psikologis dan perilaku (motivasi, atribut personal, nilai, tujuan dan sikap). Karakteristik human capital (pendidikan, pengalaman, pelatihan dan keterampilan). Keberhasilan usaha (Y) yaitu keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. meliputi meningkatnya modal, meningkatnya pendapatan, meningkatnya volume penjualan, meningkatnya *output* produksi serta meningkatnya tenaga kerja (Suryana :2006) dengan indikator peningkatan modal, peningkatan pendapatan, peningkatan volume penjualan, peningkatan *output* produksi, peningkatan tenaga kerja.

Penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, asumsi multikolinearitas, heteroskedastisitas .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner berisi pertanyaan yang telah dikirimkan kepada seluruh responden yaitu usaha rumahan di Kota Jambi. Setiap responden menjawab tiga puluh pertanyaan (30) pertanyaan terdiri atas tujuh (7) pertanyaan terkait dengan modal, tujuh

(7) pertanyaan terkait dengan penggunaan sistem informasi , sebelas (11) pertanyaan terkait dengan karakteristik wirausaha dan lima (5) pertanyaan terkait dengan keberhasilan usaha.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan memperlihatkan bahwa presentase jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu 40% dengan jumlah 16 orang dan jumlah responden jenis laki-laki 60% dengan jumlah 24 orang responden. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan dapat disimpulkan bahwa responden yang tingkat pendidikan SLTP merupakan responden terbanyak dengan persentase 42,5%

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan bahwa sebagian besar responden memiliki masa kerja yang sudah cukup lama, dan hanya 20 % responden atau hanya 8 orang yang memiliki masa kerja dibawah 5 tahun maka hal ini menggambarkan bahwa tingkat pengalaman dalam melaksanakan tugas sudah dalam kategori baik sehingga sebagian besar sudah menguasai pekerjaan. Hasil kuisisioner yang diberikan kepada 40 responden, dapat diketahui usia responden yang paling banyak berada titik interval usia 41-50 tahun yaitu sebesar 45% atau sebanyak 18 orang responden, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memasuki tahapan usia produktif kerja. Masa ini merupakan masa puncak karir seseorang. Pada masa ini umumnya orang berorientasi melaksanakan tugas sebaik- baiknya sebagai wujud aktualisasi diri.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Product Moment Correlation* dan pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Crobanch Alpha*. Semua variabel memperlihatkan uji validitas yang valid dan reliabel.

Hipotesis 1, berdasarkan, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dimana $4,806 > 2,870$ ($df = 40 - 4 = 36$; $k = 4 - 1 = 3$ sehingga $F_{tabel} = 2,870$), dengan kata lain modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau $0,006 < 0,05$. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Rosmiati (2012), Endang Purwanti (2012), Dewi (2013), Reni Shinta Dewi (2013), Lies Indriyatni (2013), Netty Herawaty (2018). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap Keberhasilan usaha secara parsial. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan persamaan regresi berganda yang diperoleh:

$$Y = 9,567 - 0,114X_1 + 0,146X_2 + 0,212X_3$$

Hipotesis 2, berdasarkan, hasil pengolahan pengujian modal terhadap keberhasilan usaha, dari hasil regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,161 lebih kecil dari t-tabel sebesar 2,028 ($df = 40 - 4 = 36$) dengan nilai signifikansi 0,341 pada tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Maka, dapat di simpulkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,161 < 2,028$) dengan nilai signifikansi $0,341 > 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha..Penelitian ini menjelaskan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha disebabkan para usaha rumahan pempek ini belum menggunakan modal yang berasal dari lembaga keuangan seperti bank dan koperasi. Responden masih mengandalkan modal dari uang tabungan sendiri sehingga ini menjadi salah satu penyebab dalam penelitian ini mengapa modal tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha responden. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya Endang Purwanti (2012) Rosmiati (2012) Reni Shinta Dewi (2013), Erwin Thobias Tungka Rogahang (2013)

Hipotesis 3, berdasarkan, hasil pengolahan pengujian penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha, dari hasil regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,213 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,028 ($df = 40 - 4 = 36$) dengan nilai signifikansi 0,033 pada tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Maka, dapat di simpulkan bahwa t-hitung $>$ t-tabel ($2,213 > 2,028$) dengan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan sistem informasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Alex Wibowo (2015), Netty Herawaty (2018).

Hipotesis 4, berdasarkan hasil pengolahan pengujian Karakteristik Wirausaha terhadap keberhasilan usaha, dari hasil regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,806 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,028 ($df = 40 - 4 = 36$) dengan nilai signifikansi 0,008 pada tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Maka, dapat di simpulkan bahwa t-hitung $>$ t-tabel ($2,806 > 2,028$) dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kepribadian wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Endang Purwanti (2012), Reni Shinta Dewi (2013), Tita Nursiah, Nunung Kusnadi, dan Burhanuddin (2015), Netty Herawaty (2018).

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,226 yang mengandung arti bahwa hanya 22,6% besarnya keberhasilan usaha yang dijelaskan dari variabel modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha, sedangkan sisanya 77,4% ($100\% - 22,6\%$) dijelaskan oleh variabel lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut variabel modal (X_1), penggunaan informasi akuntansi (X_2), karakteristik wirausaha (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Variabel modal (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Variabel penggunaan informasi akuntansi (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Variabel karakteristik wirausaha (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Saran

Bagi usaha rumahan agar dapat memanfaatkan informasi akuntansi dalam menjalankan usahanya agar dapat meningkatkan penjualan, bagi usaha rumahan agar dapat memanfaatkan lembaga keuangan dalam menambah modal dan tidak hanya memanfaatkan modal sendiri saja agar omset penjualan dapat meningkat, bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel lain seperti target pasar, teknik pemasaran dan networking (jaringan)

DAFTAR PUSTAKA

Wibowo, Alex., dan Kurniawati, P. (2015). *Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Sentra Konveksi di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol XVIII No.2 Edisi Agustus. ISSN 1979-6471.

- Ardiansyah. (2017). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Para Pelaku Usaha Kuliner Di seputaran Universitas Mulawarman Samarinda*.eJournal Administrasi Bisnis.5 (3):626-637.ISSN 2355-5408.
- Susanto, Azhar. (2002). *Sistim Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya*. Edisi 2. Bandung. Linggajaya.
- Riyanto, Bambang. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, edisi. 4, BPFE: Yogyakarta.
- Belkaoui., Riahi., Ahmed. (2012). *Accounting Theory*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hadiyati, Ernani. (2014). *Karakteristik Kewirausahaan dan Perusahaan Serta Kompetensi Kewirausahaan Sebagai Penentu Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM)*.Ekonomika Bisnis.Vol 5 No 2.Hal 117-124.
- Thobias, Erwin., Tungka., dan Rogahang. (2013). *Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu Studi Pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud)*. Journal Acta Diurna. Edisi April.
- Dhamayantie, Endang dan Fauzan, Rizky. (2017). *Pengutan Karakteristikdan Kompetensi Kewirausahaanuntuk Meningkatkan Kinerja UMKM*.Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 11. No.1.
- Purwanti, Endang. (2012) *.Pengaruh Karakteristik Wirausaha,Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga*.Jurnal Among Makarti. 5(9).
- Kristanto, Heru. (2009). *Kewirausahaan (Entrepreneurship)Pendekatan Manajemen dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indriyatni, Lies. (2013) *.Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil di Semarang Barat)*. Jurnal STIE Semarang. Edisi Februari 5(1).
- Machfoedz, Mas'ud., dan Machfoudz, Mahmud. (2004). *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Herawaty, Netty. (2018). *Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Bidang Ekonomi Kreatif Di Kota Jambi*. Jurnal Sains Sosio Humaniora 2(1), 25-33.
- Dewi, R Shinta. (2013). *Pengaruh Faktor Modal Psikologis Karakteristik Entrepreneur Inovasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)*. Jurnal Administrasi Bisnis. 2(1).
- Rosmiati. (2012). *Analisis Program Bantuan Modal Kredit Usaha Penguatan Ekonomi Masyarakat (KUPEM) Oleh Pemerintah Kota Jambi Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi*. Mankeu, V 1(3), 2012:239-244.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*, Edisi III. Jakarta: Salemba Empat.
- Tita Nursiah,Nunung Kusnadi dan Burhanuddin. (2015) *.Perilaku Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat*.Jurnal Agribisnis Indonesia. 3(2). Desember. 145-158.
- Tri Utari dan Putu Martini Dewi. (2014). *Pengaruh Modal Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*.E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana. 3(12).

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AGRESIVITAS
PAJAK DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Nela Safelia¹⁾, Widya Sari Wendry²⁾,

^{1,2)} Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email : nelasafelia@yahoo.co.id

Abstract.

The purpose of this research is to determine the effect of profitability , leverage , and company size towards tax aggressiveness. The population of this resesarch is mining companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) in the year 2015-2017. Sampling method used in this research was purposive sampling. Samples collected in this research are 15 companies with sample criteria, with observasion period for 3 years. The method of analysis in this research is multiple regression analysis with technique analysis descriptive statistics. The result of this research show that(1) profitability, leverage, and company size simultaneously influence towards tax aggressiveness ; (2) profitability has influence towards tax aggressiveness ; (3) leverage has not influence towards tax aggressiveness ; (4) company size has influence towards tax aggressiveness ; (5) Tax aggressiveness has not influence towards Corporate social responsibility

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Company Size And Tax Aggressiveness

Abstrak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2017. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan dengan kriteria sampel, dengan periode pengamatan selama 3 tahun. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan teknik analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (2) Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (3) Leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (4) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (5) Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Kata Kunci: CSR, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Agresivitas pajak

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Pemerintah berhasil meningkatkan penerimaan negara melalui penerimaan pajak sebesar Rp 980.518 milyar pada tahun 2012 menjadi sebesar Rp 1.548.485 milyar pada tahun 2018. Jumlah penerimaan pajak meningkat pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Ketentuan mengenai kewajiban wajib pajak telah diatur dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 pasal 2 ayat (1) huruf b. Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai

dengan ketentuan perpajakan, yakni dihitung dari besarnya laba bersih sebelum pajak dikalikan dengan tarif pajak yang berlaku.

Ketika perusahaan memiliki penghasilan kena pajak yang tinggi, maka besarnya pajak yang dibayar oleh perusahaan juga akan meningkat. Hal ini menyebabkan perusahaan menganggap pajak sebagai biaya yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Kondisi itulah yang menyebabkan banyak perusahaan berusaha mencari cara untuk mengurangi biaya pajak yang dibayar, dan tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan (Chen, *et al.* 2010).

Agar dapat efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat maka diperlukan adanya kerjasama dengan pemerintah mengenai pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Pemerintah seharusnya mengkaji ulang mengenai pemotongan pajak bagi perusahaan yang melakukan CSR. Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk menutupi tindakan tersebut perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Dari latar belakang diatas dan ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melihat kembali faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak dan dampaknya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hlaing (2012) agresivitas pajak didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Sementara Hanlon dan Heitzman (2010) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tingkat yang paling akhir dari spectrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Zuber (2007) menyatakan : *“Between tax avoidance and tax evasion, there exist potential gray area of aggressiveness. This gray are exists because there are tax shelters beyond what is specifically allowed by the tax law and the tax law does not specifically address all possible tax transaction. A bright line does not exist between tax avoidance and tax evasion because neither term adequately describes all transaction. Therefore, aggressive transactions and decision-makin may potentially become either tax avoidance or tax evasion issues”*

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tindakan pajak agresif atau keputusan agresivitas pajak secara potensial dapat menjadi masalah penghindaran pajak maupun masalah penggelapan pajak.

Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan transfer kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah maka beban pajak yang dibayarkan tersebut merupakan biaya yang sangat besar bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung melakukan usaha penghindaran dan/atau penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak dengan seefisien mungkin. Terkadang pemilik atau pemegang saham menginginkan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajaknya untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility di definisikan sebagai upaya kesungguhan entitas bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Pernyataan ini juga sesuai dengan

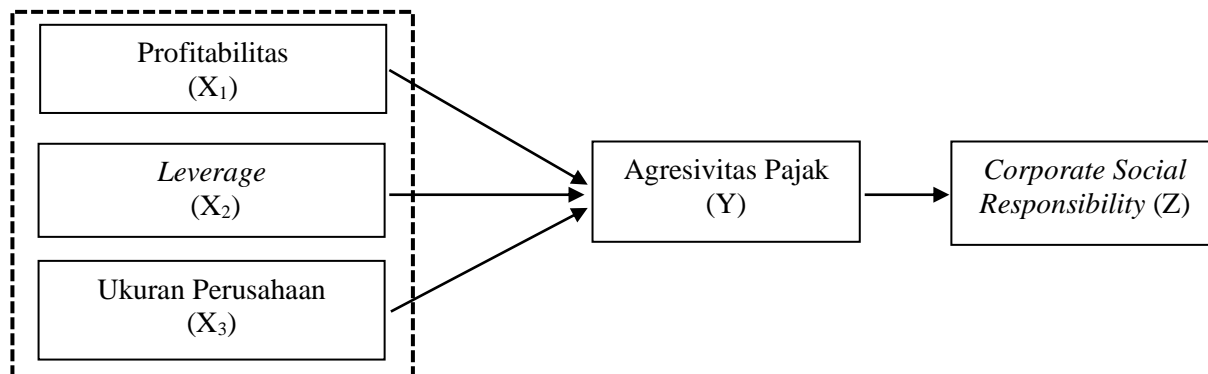
konsep triple bottom line yang menggunakan “3P” yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* yang mana perusahaan akan berhasil apabila tidak hanya memperhatikan profitnya saja namun memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan (Wibisono, 2007).

Perusahaan beranggapan bahwa CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan Corporate Social Responsibility yang diungkapkan oleh perusahaan.

Hal tersebut dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) dalam penelitiannya yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian Lanis dan Richardson, hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi.

Selain itu, berdasarkan Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain (Chariri, 2008). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat. Penelitian ini menguji pengaruh Agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi.

Dari uraian di atas dapat dibuat model penelitiannya sebagai berikut :



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- H5 : Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

METODE

Metode Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini adalah data sekunder, berupa laporan tahunan atau *annual report* tahun 2015-2017 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan *website* perusahaan.

Populasi dan Sampel

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka populasi penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar (*go public*) di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 yaitu 45 perusahaan. sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebanyak 15 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Perhitungan	Skala
1	Variabel Dependen (Y) Agresivitas Pajak	Effective Tax Rates (ETR)	$ETR_{it} = \frac{\text{Beban pajak penghasilan it}}{\text{Laba Sebelum Pajak penghasilan it}}$	Rasio
2	Variabel Independen (X1) Profitabilitas	Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.	$ROA = \frac{\text{Earnings After Interest and Tax}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
3	Variabel Independen (X2) Leverage	Kemampuan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban jangka panjang.	$= \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
4	Variabel Independen (X3) Ukuran perusahaan	Besar aset yang dimiliki perusahaan	$\ln (\text{Total Aset})$	Rasio
5	Variabel Independen (Z) <i>Corporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan dengan jumlah pengungkapan yang diharapkan.	$R_{it} = \frac{\sum X_{ij}}{91}$	Rasio

Sumber : data diolah

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum analisis regresi dilakukan, terlebih dahulu

harus dipenuhi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

Model regresi yang dibentuk adalah:

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

$$Z = a + b_1Y + e$$

Keterangan :

- Y = Agresivitas Pajak
- a = Konstanta
- $b_1 - b_3$ = Koefisien regresi
- X1 = *Profitabilitas*
- X2 = *Leverage*
- X3 = Ukuran perusahaan
- Z = *Corporate Social Responsibility*
- e = Standar error

Pengujian Hipotesis antara lain : 1) Uji Kelayakan Model (Uji F), untuk menguji hipotesis pertama, yaitu apakah variabel-variabel bebas dalam penelitian tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikatnya, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F, untuk melihat Pengaruh *Profitabilitas* (X1), *leverage* (X2), Ukuran perusahaan (X3), secara bersama-sama berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak (Y); 2) Uji Hipotesis (Uji t), untuk menguji hipotesis kedua dilakukan secara parsial atau disebut dengan *uji t*, yaitu menguji signifikan konstanta dan variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu apakah berpengaruh terhadap nilai variabel independen. Untuk melihat Pengaruh antara *Profitabilitas* (X1), *leverage* (X2), Ukuran perusahaan (X3), secara parsial berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak (Y) dan melihat pengaruh Agresivitas Pajak (Y) terhadap *Corporate Social Responsibility*; 3) Koefisien Determinasi, koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengujian sebesar $0,012 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini membuktikan bahwa variabel profitabilitas, DER, dan SIZE secara simultan berpengaruh terhadap ETR

Pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak

Variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hasil ini menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap ETR dan menunjukkan koefisien regresi yang negatif sebesar -3,037, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak ETR). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan maka akan semakin rendah agresivitas pajak perusahaan.

Perusahaan yang memiliki ROA yang besar dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki profitabilitas yang tinggi. Hasil penelitian ini didukung oleh Chen, dkk. (2010) yang berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memiliki kesempatan untuk memposisikan diri dalam *tax planning* yang mengurangi jumlah beban kewajiban perpajakan. Perusahaan dapat mengurangi jumlah beban pajaknya dengan cara memanfaatkan peraturan PPh pasal 4 ayat 3 tentang bukan obyek pajak dengan memilih atau menghasilkan

pendapatan yang bukan objek pajak. Misalnya, perseroan terbatas (PT) dapat berinvestasi pada perusahaan atau badan usaha di Indonesia, dan deviden yang diterima oleh PT akan dikategorikan sebagai pendapatan yang tidak termasuk objek pajak dengan syarat PT memiliki saham paling sedikit 25% dari jumlah modal di setor pada perusahaan sebagaimana diatur pada UU PPh pasal 4 ayat 3. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lannis dan Richardson (2007)

Pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak

Variabel *leverage* yang diproksikan dengan DER menunjukkan signifikansi $0,836 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hasil ini menjelaskan bahwa *leverage* (DER) tidak berpengaruh terhadap ETR. Salah satu kebijakan pendanaan adalah dengan hutang atau *leverage* merupakan tingkat utang yang digunakan perusahaan dalam melakukan pembiayaan. Perusahaan yang menggunakan utang pada komposisi pembiayaan, maka akan ada beban bunga yang harus dibayar. Semakin tinggi nilai rasio *leverage* maka semakin tinggi pula jumlah pendanaan dari utang pihak ketiga yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Tinggi rendahnya *leverage* perusahaan tidak akan mempengaruhi tindakan agresif terhadap beban pajak yang harus dibayar karena perusahaan cenderung menjaga hubungan baik dengan investor melalui penyajian laba kena pajak yang selalu stabil sehingga kepercayaan investor tetap terjaga.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi $0,047 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hasil ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan (Size) berpengaruh terhadap terhadap ETR. ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang dikelompokkan ke dalam ukuran yang besar (memiliki aset yang besar) dapat memengaruhi secara signifikan menurunnya praktik penghindaran pajak yang dapat terjadi dalam di perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun setiap tahunnya aset akan mengalami penyusutan yang dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan sehingga besarnya beban pajak juga akan berkurang seiring dengan penyusutan tersebut. Lanis dan Richardson (2007) menyebutkan bahwa semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin rendah ETR yang dimiliki perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh Siegfried dalam Richardson dan Lanis (2007) yang menyatakan bahwa, perusahaan-perusahaan besar memiliki ETR yang lebih rendah karena mereka memiliki sumber daya cukup substansial yang tersedia untuk memanipulasi proses politik sesuai keinginan perusahaan, melakukan tax planning dan melakukan aktivitas-aktivitas untuk mencapai penghematan pajak optima. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar pula untuk membuat perencanaan pajak dengan baik. Perusahaan yang dapat membuat perencanaan dengan baik dapat mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lannis dan Richardson (2007)

Dampak dari agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR

Variabel agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,092 > 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Hasil ini bertentangan dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa semakin besar *agresivitas pajak* suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan dengan tingkat *agresivitas pajak* yang lebih tinggi, maka besar kemungkinannya bagi perusahaan untuk memprioritaskan pengungkapan CSR-nya, karena perusahaan hanya ingin meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat agar perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan dan untuk menjamin keberlangsungan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khodijah (2016) yang menyatakan bahwa *agresivitas pajak* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan rendahnya tingkat pengungkapan CSR yang masih bersifat sukarela dan belum maksimal dalam mengikuti standard yang ditentukan oleh GRI, sehingga variabel *agresivitas pajak* belum dapat dijadikan faktor untuk mendorong pengungkapan CSR sesuai dengan harapan masyarakat.

Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013). Lanis (2013) menyatakan bahwa *agresivitas pajak* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Mereka menjelaskan bahwa perusahaan yang melakukan *agresivitas pajak* akan lebih luas memberikan informasi mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, guna untuk menutupi tindakan perusahaan dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Dapat disimpulkan *agresivitas pajak* belum dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, dikarenakan tingkat dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih tergolong rendah.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,176 yang mengandung arti bahwa 17,6% nilai perusahaan bisa dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan sedangkan sisanya 82,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat di ambil kesimpulan : 1) Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DAR), Ukiran Prusahaan (SIZE) berpengaruh secara simultan terhadap Agresivitas Pajak (ETR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017; 2) Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017; 3) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017; 4) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017; 5) Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017

Saran

Bagi manajemen perusahaan diharapkan dapat memperhatikan setiap keputusan yang akan dilakukan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku, tetapi tidak hanya sebatas pemenuhan aturan saja, pihak manajemen perusahaan juga perlu melakukan pengawasan lebih insentif sehingga perilaku penghindaran pajak di dalam perusahaan dapat diminimalisir.

Bagi pemerintah diharapkan dapat meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan-perusahaan yang melaporkan kewajiban perpajakannya sehingga dapat mengurangi praktik penghindaran pajak yang terjadi pada perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, Wirna Yola. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Artikel Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Padang*.
- Chen, dkk. 2010. Are Family Firms More Tax Aggressive Than Non-family Firms? *Journal of Financial Economics*. vol. 95. hal. 41-61.
- Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. 2009. Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 84, h: 467-496.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guenther, David A., Matsunaga, Steven R., dan Williams, Brian M. 2013. Tax Avoidance, Tax Aggressiveness, Tax Risk and Firm Risk. *Dissertation University of Oregon*.
- Ghozali, Imam, Chariri. 2007. *Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang.
- Hanlon, M. dan Slemrod, J. 2009. What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax shelter involvement. *Journal of Public Economics*, 93, h: 126-141.
- Hlaing, Khin Phyo. 2012. Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness. *Working Paper University of Waterloo*.
- Lanis, R., dan Richardson, G. 2012. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31, h: 86-108.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory . *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol. 26 No 1, pp.75-100.
- Noor, Md. Rohaya. 2010. Corporate Tax Planning: A Study on Corporate Effective Tax Rates of Malaysian Listed Company. *Internasional Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia Edisi 10*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Watson, L. 2012. Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness. *Social Science Research Network*.
- Zeng, T. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness. *Social Science Research Network*.
- Watson, Luke. 2011. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits. *Working Paper The Pennsylvania State University*.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Penerbit Fascho Publishing.

**PENGARUH *RISK BASED BANK RATING* DENGAN PENDEKATAN *RGEC*
TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN PERBANKAN
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2016-2018**

Susfa Yetti¹⁾ dan Nela Safelia²⁾

^{1,2)}Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email: susfayetti@gmail.com

Abstract.

This study was to examined and analyzed the effect of Risk profile, GCG, Earning and Capital on Profit growth in Banking Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2018 Period? The sample in this study is a banking company listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2016-2018. The analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that Risk Profile, GCG, Earning and Capital have a significant simultaneous effect on Profit Growth in Banking companies. Risk Profile proxied by NPL, Good Corporate Governance (GCG) and Capital proxied by CAR has an effect on Profit Growth, whereas Risk Profile proxied by LDR, Earning proxied by ROA, Earning proxied by BOPO, does not affect Profit Growth in LDR Banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018.

Keywords: Profit growth, NPL, LDR, GCG, ROA, BOPO, CAR

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Risk profile, GCG, Earning dan Capital terhadap pertumbuhan Laba pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018? Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Risk Profile, GCG, Earning dan Capital* mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan. *Risk Profile yang diproksikan dengan NPL, Good Corporate Governance (GCG) dan Capital yang diproksikan dengan CAR* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba, sedangkan *Risk Profile yang diproksikan dengan LDR, Earning yang diproksikan dengan ROA, Earning yang diproksikan dengan BOPO, tidak* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

Kata Kunci: Pertumbuhan laba, NPL, LDR, GCG, ROA, BOPO dan CAR

PENDAHULUAN

Sejalan dengan tren pemulihan ekonomi dunia, ekonomi domestik tumbuh cukup solid yang utamanya ditopang oleh kenaikan investasi dan kinerja perdagangan internasional. Dari sisi perbankan, ketahanan perbankan masih tetap solid ditopang tingginya CAR (tingkat kemampuan pemoalan) yang didukung dengan membaiknya tingkat efisiensi perbankan. Selain itu, profil risiko perbankan masih terjaga dengan baik tercermin dari risiko kredit yang menurun serta risiko likuiditas dan risiko pasar yang relatif rendah.

Kinerja perusahaan dapat tercermin dengan Tingkat Kesehatan Bank, dimana Untuk menilai kinerja perusahaan perbankan umumnya menggunakan beberapa aspek penilaian .

Bank Indonesia mengeluarkan aturan tingkat kesehatan bank tertulis dalam Nomor 13/1/PBI/2011 pasal 2 ayat (3) tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum menetapkan bank juga wajib melakukan penilaian tingkat kesehatan bank secara individual dengan menggunakan pendekatan risiko (*Risk-Based Bank Rating*), dengan berbasis RGEC dimana cakupan penilaian terhadap *risk profile* (profil risiko), *good corporate governance* (GCG), *earnings* (rentabilitas), dan *capital* (permodalan). Berlakunya Peraturan Bank Indonesia tersebut, Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004 tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum dicabut dan dinyatakan tidak berlaku sejak Januari 2012 (Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/1/PBI/2011). Tujuan penilaian tersebut untuk mengetahui kondisi bank yang sesungguhnya apakah bank tersebut dalam keadaan sehat atau kurang sehat atau tidak sehat dilihat dari pertumbuhan laba perusahaannya. Jika kondisinya dalam keadaan tidak sehat maka, perlu segera untuk diambil tindakan.

Risk Based Bank Rating (RBBR) (Tingkat Kesehatan Bank Berdasarkan Risiko) adalah merupakan hasil penilaian atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi atau kinerja suatu bank. Penilaian terhadap factor factor tersebut dilakukan melalui penilaian secara kuantitatif dan/atau secara kualitatif setelah mempertimbangkan unsur Judgement yang didasarkan atas materialitas dari factor factor penilai, serta pengaruh dari factor lain diluar perusahaan, seperti kondisi perekonomian maupun industry perbankan.

Tingkat Kesehatan suatu bank memiliki arti penting dalam pembentukan kepercayaan masyarakat dimana Bank di tuntutan untuk menjaga kesehatannya karena bank yang sehat akan mencerminkan perekonomian yang sehat serta akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Tingkat kesehatan bank dapat dinilai dengan menggunakan pendekatan analisis RGEC yaitu dengan menganalisis Risk profile, good Corporate Governance, Earning dan Capital.

Menurut Lestari (2013) teori stewardship adalah teori yang menggambarkan situasi di mana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi.

Fungsi ini menunjukkan bahwa aktivitas intermediasi yang dilakukan oleh dunia perbankan dilakukan berdasarkan asas kepercayaan, dalam pengertian bahwa kegiatan pengumpulan dana yang dilakukan oleh bank tentu harus didasari rasa percaya dari masyarakat atau dari nasabah.

Fungsi ini berkaitan dengan tanggung jawab bank dalam menunjang kelancaran transaksi ekonomi yang dilakukan oleh setiap pelaku ekonomi. Bank sebagai lembaga keuangan tertentu mempunyai peran yang strategis, sehinggaberfungsi untuk menjembatani dalam transaksi ekonomi yang dilakukan.

Risk Based Bank Rating (Tingkat Kesehatan Bank Berdasarkan Risiko) adalah merupakan hasil penilaian atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi atau kinerja suatu bank. penilaian terhadap factor factor tersebut dilakukan melalui penilaian secara kuantitatif dan/atau secara kualitatif setelah mempertimbangkan unsur Judgement yang didasarkan atas materialitas dari factor factor penilai, serta pengaruh dari factor lain diluar perusahaan, seperti kondisi perekonomian maupun industry perbankan.

Kesehatan suatu bank memiliki arti penting dalam pembentukan kepercayaan masyarakat dan di tuntutan untuk menjaga kesehatannya karena bank yang sehat akan mencerminkan perekonomian yang sehat pula. Pokok pokok pengaturan atau Standar untuk melakukan penilaian kesehatan bank telah ditentukan oleh pemerintah melalui Bank Indonesia yang tertera pada Peraturan Bank Indonesia No.13/1/PBI/2011 dan POJK No

8/POJK.03/2014. Tentang penilaian tingkat kesehatan Bank Umum, Syariah dan Unit Usaha Syariah. Penilaian tingkat kesehatan bank diperbarui menggunakan metode *Risk-Based Bank Rating* (RBBR). Pengukuran tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode pendekatan risiko yang terdiri dari empat faktor yaitu profil risiko (*risk profile*), *Good Corporate Governance* (GCG), rentabilitas (*earnings*) dan permodalan (*capital*).

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Variabel *NPL* (X1), *LDR* (X2), *Good Corporate Governance* (X3), *ROA* (X4), *BOPO* (X5) dan *CAR* (X6) berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba (Y).
- H2 : Variabel *Risk Profile* yang diukur dengan *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh negatif terhadap Pertumbuhan Laba.
- H3 : Variabel *Risk Profile* yang diukur dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.
- H4 : Variabel *Earnings* yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.
- H6 : Variabel *Earnings* yang diukur dengan Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh negatif terhadap Pertumbuhan Laba.
- H6 : Variabel *Capital* yang diukur dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan dokumen yang dapat berupa laporan keuangan yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016- 2018. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009) dengan menggunakan karakteristik sebagai berikut: 1) Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016- 2018; 2) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangannya untuk periode yang berakhir pada 31 Desember, selama periode pengamatan, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebanyak 36 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum analisis regresi dilakukan, terlebih dahulu harus dipenuhi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

Model regresi yang dibentuk adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 +$$

Keterangan :

Y	=	Pertumbuhan laba
X1	=	NPL
X2	=	LDR

X ₃	=	GCG
X ₄	=	ROA
X ₅	=	BOPO
X ₆	=	CAR
β ₁ , β ₂ , β ₃ , β ₄ ,	=	Koefisien
a	=	Konstanta

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang difokuskan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan laba. Laba yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba setelah pajak (*Earnings After Tax*), pertumbuhan laba dapat dirumuskan sebagai berikut (Usman, 2003):

$$\Delta Y = \frac{Y_{it} - Y_{it-1}}{Y_{it-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

ΔY_{it} = pertumbuhan laba pada periode t

Y_{it} = laba perusahaan i pada periode t

Y_{it-1} = laba perusahaan i pada periode t-1

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah :

Risk Profile

Profil risiko hanya difokuskan pada 2 risiko dalam penelitian ini yaitu :

1) Risiko Kredit

Untuk mengukur risiko kredit peneliti menggunakan NPL. Rasio ini menunjukkan bahwa kemampuan manajemen bank dalam mengelola kredit bermasalah yang diberikan oleh bank. Semakin tinggi rasio ini maka semakin buruk kualitas kredit bank yang menyebabkan jumlah kredit bermasalah semakin besar (Almilia dan Herdiningtyas, 2005).

$$NPL = \frac{\text{Kredit bermasalah} \times 100\%}{\text{Total Kredit}}$$

2) Risiko Likuiditas

Rasio likuiditas yang sering digunakan dalam menilai kinerja suatu bank adalah LDR (*Loan to Deposit Rasio*). Rasio ini untuk menilai likuiditas suatu bank dengan cara membagi jumlah kredit yang diberikan oleh bank terhadap dana pihak ketiga. Semakin tinggi rasio ini, semakin rendahnya kemampuan likuiditas bank yang bersangkutan, sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah akan semakin besar.

$$LDR = \frac{\text{Total Kredit}}{\text{Total dana pihak ketiga}} \times 100\%$$

3) Good Corporate Governance (GCG)

GCG diukur dengan nilai komposit self Assesment GCG, nilai komposit Self Assesment GCG merupakan kategori penilaian terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip yang berisikan 11 faktor penilaian GCG yang diperoleh Bank dalam penerapan GCG.

Earnings/Rentabilitas

Rasio rentabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) *Return On Asset (ROA)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, maka makin besar tingkat keuntungan bank dan semakin baik pula posisi bank dari segi penggunaan aset.

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2) *Biaya Operasional dengan Pendapatan Operasional (BOPO)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank melakukan kegiatan operasinya. Semakin rendah tingkat rasio BOPO berarti semakin baik kinerja manajemen bank tersebut, karena lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang ada di perusahaan.

$$BOPO = \frac{\text{Biaya operasional}}{\text{Pendapatan operasional}} \times 100\%$$

Capital

Rasio permodalan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *Capital Adequacy Ratio (CAR)* adalah rasio kewajiban pemenuhan modal minimum yang harus dimiliki oleh bank.

$$CAR = \frac{\text{Modal bank}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR)}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis mengenai pengaruh Risk Profile, GCG, Earning, dan Capital menunjukkan nilai signifikansi 0,020 lebih kecil 0,05 (5%) dengan nilai F_{hitung} lebih besar dibanding F_{tabel} ($2,636 > 2,19$). Hal ini mengindikasikan bahwa H_1 diterima yang berarti Risk Profile, GCG, Earning, dan Capital berpengaruh signifikan secara bersama-sama dengan Pertumbuhan Laba.

Pengaruh Risk Profile terhadap Pertumbuhan Laba.

Berdasarkan hasil penelitian pengujian regresi yang diketahui bahwa variabel Risk Profile yang diwakili dengan *NPL* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} ($3,028 > 1,658$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan

bahwa H_2 diterima yang berarti bahwa *Risk Profile* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba.

Menurut Fikri (2017) kenaikan atau penurunan suatu aset merupakan perubahan yang semu artinya nilai aset perusahaan tidak mampu menggambarkan kondisi *financial stability* perusahaan dimana setiap perusahaan tidak semuanya mengalami penurunan nilai aset. Hasil penelitian ini menunjukkan berapapun hasil dari perubahan pertumbuhan kredit bermasalah suatu perusahaan tidak mempengaruhi kondisi terhadap kinerja keuangan sehingga menunjukkan bahwa tidak selalu perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan kredit bermasalah yang tinggi cenderung menghasilkan pertumbuhan laba yang tinggi, karena pertumbuhan kredit bermasalah yang diimbangi dengan tingkat pertumbuhan kredit yang lebih tinggi, investormasih tertarik untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut, dan juga tidak selalu perusahaan yang memiliki presentase NPL yang rendah tidak mau melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

Pengaruh *Risk Profile* terhadap Pertumbuhan Laba.

Variabel *LDR* memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} ($-0,062 < 1,658$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,951 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_3 diterima yang berarti bahwa *LDR* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan Laba.

Risiko Likuiditas adalah risiko akibat ketidakmampuan bank memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas atau dari asset likuid berkualitas tinggi yang dapat diagunkan tanpa mengganggu aktifitas dan kondisi keuangan bank. Perusahaan yang memiliki rasio *LDR* yang tinggi belum tentu perusahaan tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan laba jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *LDR* yang rendah. Hal ini diduga karena *LDR* yang dimiliki oleh bank yang dijadikan sampel penelitian tidak banyak memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tio(2013) dan Fathoni, dkk. (2012) yang menyatakan bahwa *LDR* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisah(2013) yang menyatakan bahwa *LDR* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba

Pengaruh *GCG* terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil penelitian pengujian regresi variabel *GCG* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} ($2,689 > 1,658$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_4 diterima yang berarti bahwa *GCG* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba.

Tata kelola Perusahaan yang baik (*GCG*) pada Perbankan dideskripsikan sebagai suatu hubungan antara dewan komisaris, dewan Direktur, Stakeholder dan pemegang saham. *GCG* menciptakan struktur yang membantu Bank dalam menetapkan tujuan, menjalankan operasi harian, mempertimbangkan kepentingan Stakeholder Bank yang beroperasi dengan baik dan sehat, menyesuaikan dengan hukum dan aturan yang berlaku, memproteksi kepentingan nasabah kreditur. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Riska Wahyuni (2018) yang menyatakan bahwa *GCG* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap variabel pertumbuhan laba.

Pengaruh *Earning* terhadap Pertumbuhan Laba..

Hasil pengujian regresi diketahui bahwa variabel *Earning* yang diprosikan dengan *ROA* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} ($0,102 < 1,658$) dengan nilai

signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,919 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_5 ditolak yang berarti bahwa *Earning (ROA)* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan Laba.

Menurut Septriani dan Handayani (2018) hasil ROA tahun sebelumnya yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki laba yang tinggi dan akan menargetkan perolehan laba yang tinggi di periode dimasa yang akan datang. Perusahaan perbankan seringkali mendapatkan tekanan yang berlebihan untuk mengupayakan tercapainya laba yang meningkat dari tahun sebelumnya atau minimal sama dengan tahun sebelumnya. Manajemen ditekan untuk mendapatkan jumlah nasabah yang terus bertambah, pendanaan dari nasabah yang harus ditambah atau meningkatnya pengajuan kredit oleh nasabah, karena dengan meningkatnya operasi aktivitas di perusahaan perbankan tersebut, maka secara tidak langsung perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih tinggi. dikarenakan pada saat perusahaan memiliki leverage yang tinggi, berarti perusahaan itu memiliki utang yang besar. Utang yang besar itu merupakan sumber tekanan bagi perusahaan karena resiko gagal dalam mengembalikan utang tersebut juga akan semakin tinggi, sehingga akan memunculkan potensi kecurangan dari manajemen, pada saat manajemen ingin meningkatkan pendanaan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, namun perusahaan kesulitan untuk memenuhi persyaratan kredit dan timbul kekhawatiran bahwa pada saat jatuh tempo, perusahaan tidak sanggup untuk mengembalikannya maka akan memberikan peluang untuk manajemen melakukan *fraud* (Skoesen et al., 2008).

Pengaruh BOPO terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil penelitian pengujian regresi, diketahui bahwa variabel *Earning yang diprosikan dengan BOPO* memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} ($0,875 < 1,99125$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,384 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_6 ditolak yang berarti bahwa *BOPO* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan Laba.

Suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatannya membutuhkan dana untuk operasional, oleh karena itu mereka dituntut untuk dapat mengelola dana tersebut seefisien mungkin sehingga akan meningkatkan laba usaha. Jika bank tidak mampu untuk melakukan efisiensi dalam pengeluaran biaya untuk mendapatkan suatu pendapatan yang tinggi, dan tidak mampu untuk menekan biaya operasional maka akan berpengaruh terhadap pencapaian laba. Disamping hal diatas, adanya kebijakan otoritas Bank Indonesia untuk menurunkan tingkat suku bunga Bank akan berpengaruh terhadap pendapatan bunga bank yang merupakan pendapatan utama Bank dari penyaluran kredit kepada nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurul Rafikah (2017) yang menyimpulkan bahwa BOPO tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan perbankan.

Pengaruh capital terhadap Pertumbuhan laba

Hasil pengujian regresi diketahui bahwa variabel *Capital yang diprosikan dengan CAR* memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} ($2,241 > 1,658$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_7 diterima yang berarti bahwa *Capital* berpengaruh terhadap pertumbuhan Laba.

Bank diharapkan dapat memiliki modal yang cukup dalam upaya untuk melindungi dari risiko yang mungkin timbul dalam menjalankan kegiatan usahanya, kecukupan modal dalam menyerap setiap kemungkinan adanya risk loss yang timbul memberikan rasa aman dalam melaksanakan kegiatan usaha guna menghasilkan laba maksimum bagi bank, sehingga dapat meningkatkan laba dan menghasilkan pertumbuhan laba yang maksimal. Arifin dan syukri (2006; 148) rasio CAR adalah rasio yang menunjukkan kemampuan bank untuk menutup

kemungkinan kerugian dalam aktifitas perkreditan dan perdagangan surat berharga, semakin tinggi CAR semakin besar kemampuan untuk menutup kemungkinan risk loss dan kinerja bank akan semakin baik, dan akan meningkatkan pertumbuhan laba.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *R-Square* sebesar 0,237. Ini berarti bahwa *Risk Profile*, *GCG*, *Earning*, dan *Capital* hanya dapat mempengaruhi Pertumbuhan Laba sebesar 23.7 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: 1) *Risk Profile*, *GCG*, *Earning* dan *Capital* mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018, 2) *Risk Profile yang diprosikan dengan NPL* berpengaruh negative terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018; 3) *Risk Profile yang diprosikan dengan LDR tidak* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018; 4) *Good Corporate Governance (GCG)* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018; 5) *Earning yang diprosikan dengan ROA* tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018; 6) *Earning yang diprosikan dengan BOPO tidak* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018; 7) *Capital yang diprosikan dengan CAR* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran perbaikan untuk penelitian *dalam memaksimalkan pertumbuhan Laba* dimasa yang akan datang: 1) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode pengamatan agar dapat menangkap informasi yang lebih banyak dalam upaya memaksimalkan Pertumbuhan laba; 2) Bagi investor dan kreditor diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan laporan keuangan; 3) Bagi manajemen perusahaan diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kinerja Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, 2005, Almilia, Luciana Spica, dan Winny Herdiningtyas, 2005. "Analisa Rasio Camel terhadap Prediksi Kondisi Bermasalah pada Lembaga Perbankan Periode 2000-2002". Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Volume 7 Nomor 2, STIE Perbanas, Surabaya, hal 12.
- Arifin, Johar & Muhammad Syukri. 2006. Aplikasi Excel dalam BISNIS PERBANKAN TERAPAN. Jakarta: Gramedia
- Fathoni, dkk. 2012. Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sektor Perbankan. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* (Vol. 13 No. 1, Juni 2012).

- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono. 2011. *Manajemen Perbankan Edisi Kedua*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Lestari dkk. Dampak Rasio CAR, NPL, NPM, ROA, IRR, dan Ukuran Perusahaan Dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Sektor Perbankan yang *Go Public* di BEI Periode 2009-2013. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pandanaran*. (Vol. 1 No. 1, Februari 2015. ISSN:2502-7697)
- Riska, wahyuni. Pengaruh, Good Corporate Governance (GCG), Ernings, dan Capital Terhadap Pertumbuhan Laba Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2017. e - Jurnal Riset Manajemen Unisma
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Skousen et al., 2008. “Detecting and Predecing Financial Statement Fraud : The Effectiveness of Fraud Triangle and SAS No. 99”. In C.J. Skousen, K.R. Smith, & C.J. Wright, *Advances in Financial Economics (pp. 53-81)*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Usman, Bahtiar. 2003. Analisis Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba pada Bank – Bank di Indonesia, *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, Volume 3, Nomor 1, hal 59-74.

PERANAN BUDAYA KERJA: ANALISIS KINERJA PEGAWAI PEMERINTAHAN DAERAH KABUPATEN PASER

Shalahuddin¹⁾, Fadeli Rahman²⁾

¹⁾Universitas Borneo Tarakan

²⁾STIE Widya Praja Tanah Grogot

Korespondensi email : shalahuddinayubi@gmail.com

Abstract.

This research was conducted to analyze the influence of work culture variables consisting of work culture organizations, top leadership commitment, and cooperation through groups on employee performance in the Department of Commerce, Cooperatives and Small and Medium Enterprises in Paser Regency. The research design used is quantitative. The research subjects are all employees. The population of this study was 68 employees, all of which were used as observation units, so this study was included in the population study. The type of research data is secondary data and primary data taken from related institutions that are tabulated and analyzed using linear and multiple regression methods with the help of SPSS version 20. The results of this study indicate that part there is a significant and positive influence of work culture variables on employee performance, and simultaneously work culture variables affect employee performance.

Keywords: Employee Performance, Human Resource Management, Work Culture

Abstrak.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh variabel budaya kerja yang terdiri dari organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak dan kerjasama melalui kelompok terhadap kinerja pegawai di Dinas Perdagangan, Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Paser. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Subjek penelitian adalah seluruh pegawai. Populasi penelitian ini berjumlah 68 pegawai yang semuanya dijadikan unit pengamatan, sehingga penelitian ini termasuk penelitian populasi. Jenis data penelitian adalah data sekunder dan data primer diambil dari institusi terkait yang ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan linear dan metode regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara partial ada pengaruh signifikan dan positif dari variabel budaya kerja terhadap kinerja pegawai dan secara simultan variabel budaya kerja mempengaruhi kinerja pegawai.

Kata Kunci: Budaya Kerja, Kinerja Pegawai, Manajemen Sumber Daya Manusia

PENDAHULUAN

Peningkatan budaya kerja merupakan salah satu kunci keberhasilan pembangunan, hal ini mengisyaratkan bahwa pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi prioritas utama dalam meningkatkan keberhasilan pembangunan. Dalam suatu organisasi, baik itu organisasi pemerintahan, organisasi sosial atau pun organisasi perusahaan sumber daya manusia merupakan salah satu asset organisasi yang terpenting diantara sumber daya lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat manfaat sumber daya lainnya yang sangat tergantung kepada sumber daya manusianya. Karena sumber daya

manusia inilah yang berperan dalam mengelola sumber-sumber daya lainnya. Makin tinggi kualitas sumber daya manusia yang mengelola sumber daya yang ada, maka manfaat dan fungsi dari sumber daya tersebut akan semakin meningkat. Setiap organisasi berusaha agar sumber daya manusia yang ikut dalam kegiatan organisasi tersebut dapat memberikan prestasi kerja yang terwujud dalam bentuk budaya kerja yang baik. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi budaya kerja, baik langsung maupun tidak langsung diantaranya adalah latar belakang pendidikan, keterampilan, disiplin, motivasi, sikap dan etika kerja, gizi dan kesehatan, tingkat penghasilan, jaminan lingkungan dan iklim kerja, hubungan industrial, teknologi, sarana dan prasarana, manajemen dan kesempatan berprestasi.

Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Paser merupakan salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Pemerintahan Kabupaten Paser yang selalu dituntut untuk dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada masyarakat. Dalam hal pelayanan kepada masyarakat dimaksud, maka dibutuhkan suatu tingkat budaya kerja yang tinggi dari masing-masing individu pegawai yang ada. Budaya kerja memegang peranan sangat penting dalam pelaksanaan kerja seorang pegawai. Pegawai yang memiliki budaya kerja yang baik akan tetap menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik meskipun tanpa diawasi oleh pimpinannya, mentaati peraturan yang berlaku dengan penuh kesadaran tanpa ada unsur keterpaksaan. Sehingga pegawai tersebut akan mempunyai kinerja yang baik dan mampu menciptakan budaya kerja yang tinggi, yang pada akhirnya target penyelesaian pekerjaan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Budaya kerja merupakan suatu proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Budaya kerja menjadi pendorong seseorang dalam melaksanakan kegiatan guna mencapai hasil yang baik. Sehubungan dengan hal tersebut maka budaya kerja perlu dibangkitkan atau ditingkatkan agar pegawai dapat meningkatkan budayanya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pernyataan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh variabel budaya kerja yang terdiri dari organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak, kerjasama melalui kelompok terhadap kinerja pegawai dan manakah dari variabel Budaya Kerja yang lebih dominan berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel budaya kerja yang terdiri dari organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak dan kerjasama melalui kelompok terhadap kinerja pegawai serta untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan berpengaruh antara variabel organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak, dan kerjasama melalui kelompok terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perdagangan, Koperasi, Dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Paser.

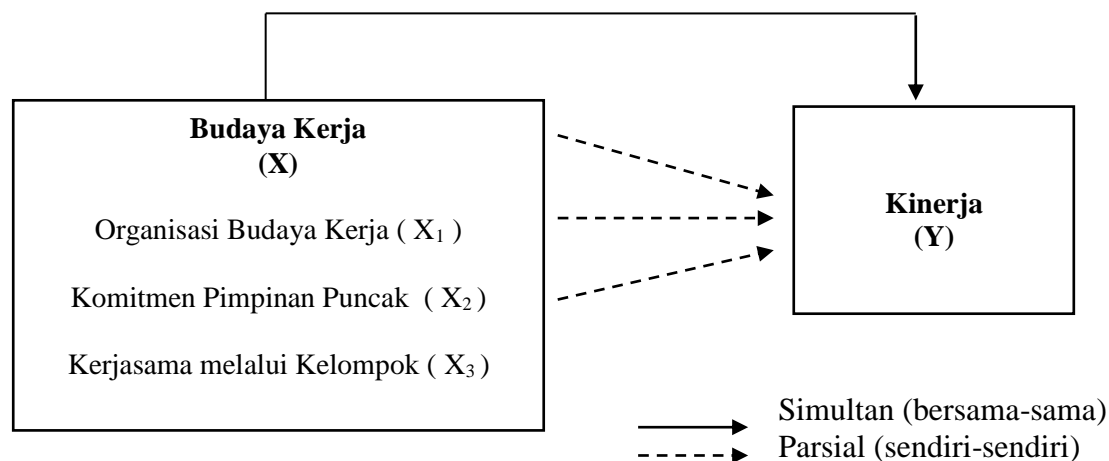
Hasibuan (2005) Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. M. Kadarisman (2013), MSDM merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (knowledge), kemampuan (ability), agar keterampilan (skill) mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Sedangkan menurut Hasibuan (2005), mendefinisikan MSDM sebagai ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Supriyadi dan Guno (2006) Budaya Kerja adalah suatu falsafah yang didasari oleh pandangan hidup sebagai nilai-nilai yang menjadi sifat, kebiasaan dan kekuatan pendorong, membudaya dalam kehidupan suatu kelompok masyarakat atau organisasi, kemudian tercermin dari sikap menjad iperilaku,

kepercayaan, cita cita, pendapat dan tindakan yang terwujud sebagai “kerja” atau “bekerja”. Menurut Hartanto (2009), budaya kerja adalah perwujudan dari kehidupan yang dijumpai di tempat kerja. Budaya kerja adalah suatu sistem makna yang terkait dengan kerja, pekerjaan, interaksi kerja, yang disepakati bersama, dan digunakan dalam kehidupan kerja sehari-hari. Sedangkan menurut Supriyadi dan Guno (2006) menyatakan bahwa penerapan Budaya Kerja pada organisasi pemerintah dapat dilakukan melalui organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak dan kerjasam melalui kelompok. Lamsari Sitompul (2011) Organisasi Budaya kerja diantaranya adalah (1) Penanggung Jawab. Bertanggung jawab akan keberhasilan pelaksanaan program komitmen. (2) Tim Pengarah. Memberikan pengarahan pada fasilitator /Kelompok Budaya Kerja (KBK) agar berjalan sesuai dengan program. (3) Fasilitator. Menyebarkan Budaya Kerja, membimbing KBK dan melaporkan kegiatan KBK kepada Tim Pengarah. (4) Ketua Kelompok. Memimpin jalannya rapat KBK, member motivasi anggota dan melaporkan kegiatan KBK kepada Tim Pengarah (5) Anggota KBK. Partisipasi dalam KBK dan Belajar terus agar mampu memecahkan masalah. Komitmen Pimpinan Puncak adalah memberikan bimbingan dan arahan serta sudah wajib untuk memberikan komitmen termasuk menanggung resiko dan kepercayaan. Komitmen dapat berarti memberikan latihan, alat-alat, sumber daya, kekuasaan, tanggung jawab, kebebasan dan dorongan. Kepemimpinan harus menghargai potensi kekuatan orang kerja secara gotong-royong (kolektif) dan orang adalah kekuatan ganda yang diperkirakan akan menghasilkan kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya. Kreativitas mereka tidak boleh diusik, tetapi didorong muncul dengan kepemimpinan yang kondusif. Langkah pemimpin dalam pelaksanaan program budaya kerja dimulai dari: 1. Memberi fokus yang sama dalam visi dan strategi 2. Melaksanakan penyempurnaan, sehingga akan mampu mempertahankan hidup dalam persaingan. 3. Mengubah budaya, tanpa perubahan budaya upaya penyempurnaan tidak akan berkelanjutan. 4. Perubahan secara bertahap, untuk mengerti program itu memerlukan tahapan. Kerjasama Melalui Kelompok Kerjasama merupakan suatu nilai-nilai sangat penting dalam manajemen. Kerjasama adalah partisipasi atau gotong royong, konsekuensi dan nilai-nilai tersebut mendasari karakteristik suatu manajemen dimana partisipasi itu dimungkinkan berperan dalam setiap pengambilan keputusan manajemen. Pimpinan dan semua staf wajib memberikan komitmen dalam arti yang benar, sehingga sikap dan perilakunya selalu mendukung dan mendorong serta terjun secara aktif membantu jalannya kelompok partisipatif tersebut. Kekuatan sumber daya manusia terletak pada kemampuan kerjasama yang dimiliki dan kerjasama tersebut dapat menjadi kenyataan bilamana tingkat kepercayaan masing-masing individu dalam kelompok dapat ditumbuhkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa budaya kerja merupakan pola tingkah laku dan nilai-nilai yang disepakati karyawan dalam bekerja, ini berarti bahwa budaya kerja merupakan cara pandang atau cara seseorang memberikan makna terhadap kerja.

Smith dalam Sedarmayanti (2009) menyatakan bahwa performance atau kinerja adalah: “...output drive from processes, human or otherwise”, jadi dikatakannya bahwa kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses. (Mangkunegara, 2011) Kinerja atau prestasi kerja yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan dasar tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil kerja atau keluaran dari suatu proses yang dicapai seorang pegawai baik berupa produk barang atau jasa setelah melaksanakan tugas yang telah ditetapkan atau dipercayakan untuk dilaksanakan.

Penelitian Mohamad Ludvi Rakhmawan, Hamidah Nayati Utami, dan Ika Ruhana (2016) dari Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang dengan judul "Pengaruh Budaya Kerja dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk)". Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang kinerja pegawai. Sedangkan perbedaannya, jika penelitian terdahulu meneliti pengaruh budaya kerja dan lingkungan kerja fisik yang menjadi variabel X, tetapi penelitian ini yang menjadi variable X adalah Budaya Kerja yaitu variabel X1 (Organisasi Budaya Kerja), X2 (Komitmen Pimpinan Puncak) dan X3 (Kerjasama Melalui Kelompok). Dari hasil penelitian sebelumnya terdapat peneruher yang positif antara budaya kerja dan lingkungan kerja fisik terhadap kinerja karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Dori Sandra Yudistira, Febsri Susanti (2019) dengan judul "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Pesisir Selatan", dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Budaya kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Pesisir Selatan. besarnya kontribusi motivasi kerja, dan budaya kerja terhadap kinerja karyawan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Pesisir Selatan 67,1%.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah budaya kerja, dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa budaya kerja berpengaruh terhadap kinerja maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis didalam penelitian ini adalah (1) diduga secara bersama – sama (simultan) variabel budaya kerja yang terdiri dari organisasi budaya kerja (X1), Komitmen pimpinan puncak (X2), Kerjasama melalui kelompok (X3) berpengaruh terhadap variable kinerja (Y) pegawai dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser (2) diduga variabel Kerjasama melalui kelompok(X3) berpengaruh dominan terhadap variable kinerja (Y) pegawai dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser.

METODE

Populasi dan Sampel

Adapun Populasi dari penelitian ini adalah pegawai di lingkungan dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser dengan jumlah 68 orang, jumlah sampel yang akan diambil yaitu 68 orang artinya seluruh populasi adalah sampel sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini Jenis Data yang digunakan adalah data kuantitatif, data yang berbentuk angka data yang diangkakan seperti jumlah pegawai, skor dan sebagainya. Data kualitatif, menyatakan pernyataan dan dapat dikategorisasikan tetapi tidak dapat dikuantitatifkan seperti pernyataan beberapa responden, jenis pekerjaan responden, gambaran umum organisasi dan sebagainya. Sumber Data (1) Data Primer Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari pegawai negeri sipil di dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser serta data berdasarkan hasil penyebaran kuesioner. (2) Data Sekunder yaitu data yang memberikan gambaran umum organisasi.

Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian dan pengumpulan data untuk membahas suatu masalah maka diperlukan data, informasi, serta keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian untuk memecahkan masalah. Untuk mengumpulkan data tersebut maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut Penelitian Kepustakaan yaitu suatu teknik penelitian di mana penulis mempelajari buku-buku, laporan-laporan serta tulisan-tulisan yang menyangkut materi penulisan dalam penelitian ini. Penelitian Lapangan yaitu teknik penelitian langsung pada objek penelitian dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan di lingkungan dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser dengan menggunakan teknik sebagai berikut (1) Studi Pustaka yaitu mempelajari buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan penelitian, (2) Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. (3) Wawancara, melakukan wawancara dengan kepala dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser. (4) Kuesioner, yaitu membagikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Untuk keperluan analisis maka jawaban dapat diberi skor misalnya: Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (ST) diberi skor 4, Ragu-ragu (RG) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 dalam pertanyaan ini responden hanya memilih satu jawaban yang paling sesuai diantara alternatif jawaban yang ada.

Teknik Analisa Data

Untuk menyelesaikan permasalahan sekaligus membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak dalam penelitian ini, maka digunakan alat analisis statistik regresi linear berganda. Sedangkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak, dan kerjasama melalui kelompok terhadap kinerja pada dinas perdagangan, koperasi, dan usaha kecil menengah kabupaten paser perhitungan koefisien korelasi (R) koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel tidak bebas dengan variabel bebas. Semakin besar R maka semakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat peramalan, karena total variasi dapat menjelaskan variabel tidak bebas. Perhitungan Koefisien Determinasi (R²) Perhitungan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Semakin besar nilai R² maka semakin besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

Uji F

Pengujian secara Simultan, Uji t Pengujian secara Parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda

Persamaan regresi linier berganda didapat dari tabel coefficientsa seperti dibawah ini;

Tabel 1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.928	.985		1.957	.055
1 X1	-.275	.240	-.116	-1.144	.257
X2	.251	.108	.246	2.323	.023
X3	.494	.096	.527	5.143	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis di atas diperoleh nilai persamaan regresinya yaitu sebagai berikut: $Y = 1,928 - 0,275X1 + 0,251X2 + 0,494X3$ Dari persamaan nilai a atau konstanta sebesar 1,928 merupakan bilangan konstanta yang artinya jika tidak ada atau tanpa adanya variabel X1, X2 dan X3 maka kinerja Pegawai Dinas Perdagangan, Koperasi Dan UKMKabupaten Paser, berada pada nilai konstanta yakni 1,928. Nilai koefisien regresi variabel X1 sebesar -0,275, artinya jika tidak ada organisasi budaya kerja atau organisasi budaya kerja diturunkan satu satuan, maka kinerja pegawai negeri sipil pada dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser akan mengalami penurunan. Dengan kata-kata lain kinerja pegawai akan menjadi 1,653. $(1,928 - 0,275)$ Nilai koefisien regresi variable X2 sebesar 0,251, artinya jika variabel X2 kita tingkatkan satu satuan, maka kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah kabupaten Paser akan meningkat menjadi 2,179 yakni $(1,928 + 0,251)$. Nilai koefisien regresi variable X3 sebesar 0,494, artinya jika variabel X3 kita tingkatkan satu satuan, maka kinerja Pegawai Negeri Sipil pada dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten paser akan meningkat menjadi 2,422. $(1,928 + 0,494)$.

Koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R²)

Tabel 2. Koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.407	.63783

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

Berdasarkan tabel di atas maka Hasil analisis untuk koefisien korelasi dan determinasi parsial diperoleh nilai R sebesar 0,658 dan nilai R² sebesar 0,433 atau 43,3%. Nilai koefisien korelasi (R) diperoleh sebesar 0,658 artinya bahwa terdapat pengaruh/hubungan yang kuat antara variabel bebas yang terdiri dari organisasi budaya kerja (X1), komitmen pimpinan puncak (X2), dan Kerjasama melalui kelompok (X3)

terhadap variabel tidak bebas yaitu kinerja pegawai (Y). Sedangkan nilai R² sebesar 0,433 atau 43,3%, variabel kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel organisasi budaya kerja (X1), komitmen pimpinan puncak (X2), dan Kerjasama melalui kelompok (X3) dan sisanya sebesar 56,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Uji Serempak atau Simultan (Uji F)

Tabel 3. Uji Serempak atau Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.920	3	6.640	16.321	.000 ^b
	Residual	26.037	64	.407		
	Total	45.957	67			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Hasil analisis uji F atau secara serentak adalah untuk mengetahui secara bersama-sama berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel tidak bebas, berdasarkan analisis diketahui nilai F hitung sebesar 16,321 dengan tingkat signifikansi 0,000b bila dibandingkan dengan F tabel (df = 3 (64) sebesar 2,7482 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ 2,7482, berarti pengujian hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas atau variabel bebas yang terdiri dari Organisasi budaya kerja (X1), Komitmen pimpinan puncak (X2), dan Kerjasama melalui kelompok (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas yaitu kinerja pegawai (Y).

Uji parsial (uji t)

Analisis uji t atau uji parsial di maksudkan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X1, X2, dan X3,) terhadap variabel tidak bebas (Y), dimana proses pengujian dilakukan pada tiap-tiap variabel dengan mengetahui nilai masing-masing variabel, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Serempak atau Simultan (Uji F)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	1.928		
X1	-.275		.240	-.116	-1.144	.257
X2	.251		.108	.246	2.323	.023
X3	.494		.096	.527	5.143	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil analisis uji t atau secara parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui nilai untuk masing-masing variabel, berikut uraiannya: (1) Variabel organisasi budaya kerja (X1) dengan nilai t hitung sebesar -1,144 dan tingkat signifikansi 0,257 dengan taraf keyakinan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ bila dibanding dengan t tabel yaitu (df = 3 (64) sebesar 1,66901 maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-1,144 < 1,66901$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yaitu variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan.

(2) Variabel komitmen pimpinan puncak (X2) dengan nilai t hitung sebesar 2.323 dan tingkat signifikansi 0,023 dengan taraf keyakinan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ bila dibanding dengan t tabel yaitu ($df = 3 (64)$) sebesar 1,66901 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $2.323 > 1,66901$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. (3) Variabel kerjasama melalui kelompok (X3) dengan nilai t hitung sebesar 5,143 dan tingkat signifikansi 0,000 dengan taraf keyakinan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ bila dibanding dengan t tabel yaitu ($df = 3 (64)$) sebesar 1,66901 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $5,143 > 1,66901$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil analisis diperoleh nilai t hitung tertinggi adalah variabel kerjasama melalui kelompok (X3) sebesar 5,143 dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien beta tertinggi sebesar 0,494 lebih besar dibanding dengan nilai koefisien beta variabel yang lainnya dalam penelitian ini, artinya variabel kerjasama melalui kelompok (X3) berpengaruh dominan terhadap kinerja pegawai dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten Paser.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan penjelasan hasil penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Berdasarkan penelitian diperoleh persamaan regresi: $Y = 1,928 - 0,2751 + 0,2512 + 0,4943$. Persamaan ini menunjukkan bahwa variable Independen memberikan pengaruh yang positif dan negative terhadap kinerja pegawai dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten Paser. Dari hasil analisis data yang diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,658 yang berada pada interpretasi antara 0,60 – 0,799 yang artinya bahwa terdapat korelasi atau pengaruh yang kuat antara variable Organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak dan kerja sama melalui kelompok terhadap kinerja. Nilai R Square sebesar 0,433 atau 43,3% artinya secara bersama-sama variabel budaya kerja memberikan kontribusi terhadap variable kinerja sisanya sebesar 56,75 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 16,321 dengan tingkat signifikan 0,000 diketahui nilai f table sebesar 2,7482 maka $16,321 > 2,7482$ artinya bahwa secara bersama – sama variable yang terdiri dari organisasi budaya kerja, komitmen pimpinan puncak dan kerjasama melalui kelompok berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja. Dari hasil analisis uji t diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kinerja adalah variable kerjasama melalui kelompok karena memiliki nilai t hitung tertinggi yaitu sebesar 0.494 dibanding nilai t hitung variable lainnya.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis kemukakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan dan kemajuan instansi lebih lanjut sebagai berikut : Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable komitmen pimpinan puncak dan kerjasama melalui kelompok memiliki hubungan yang positif, maka hendaknya pegawai pada dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten Paser mempertahankan variable tersebut guna meningkatkan Kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable organisasi budaya kerja bernilai negatif. Hendaknya Kepala Dinas memberikan perhatian khusus terhadap organisasi budaya kerja sehingga kinerja pegawai pada dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten Paser. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel

yang belum ada senilai 56,7 %. Hendaknya peneliti memperhatikan variabel lain selain ketiga variabel yang diteliti seperti disiplin, motivasi dan pengawasan karena menurut responden variable ini juga dapat mempengaruhi kinerja pegawai pada dinas perdagangan, koperasi dan usaha kecil menengah kabupaten Paser.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartanto. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia: Menciptakan Nilai dengan Bertumpu pada Kebijakan dan Potensi Insani*. Mizan: Bandung
- Hasibuan, Malayu. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi) (Cet. VII)*. PT Bumi Aksara: Jakarta
- Kadarisman, M. (2013). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Cet. II. Rajawali Pers: Jakarta, h. 5.
- Mangkunegara, Anwar Prabu (2011). *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Refika Aditama: Bandung.
- Rakhmawan, M., Utami, H., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Budaya Kerja dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol. 35 No. 2.
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. CV Mandar Maju: Bandung
- Sitompul, L (2013). Budaya Kerja Organisasi Pemerintah Dalam <http://lamsari-sitompul.blogspot.com/2011/01/budaya-kerja-organisasi-pemerintah-oleh.html>. 2011. Diakses 18 Oktober 2019.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Supriyadi, G. & Guno, T. (2006). *Budaya Kerja Organisasi Pemerintah*. Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia: Jakarta.
- Yudistira, D & Susanti, F. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Pesisir Selatan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*: Padang

ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK FUNDING (PENGHIMPUNAN DANA) PERBANKAN SYARIAH DI KOTA JAMBI

Ary Dean Amri¹⁾, Paulina Lubis²⁾

^{1,2)}Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email : arydeanamry@unja.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to determine the characteristics of the people of Jambi city by gender, age level, type of work, level of education, religion, income level, and based on customers or non-Sharia banking customers and also To analyze the public's perception of Sharia banking Funding products in Jambi city. The sampling method used in this study was the Purposive/Judgement Sampling technique. In this study used methods of quantitative descriptive analysis, using an average score. The results showed that public perception was determined by an understanding of the characteristics of Sharia banks, proven by the ratio of higher average respondents to the understanding of the characteristics of Sharia banks. Hence the conclusion that the community has a positive perception of Sharia banking. From the results of research recommendations that can be recommended is should the bank further improve education/public knowledge on the principle of the product work both in terms of raising funds, channeling funds and in the use of services products and Sharia banking principles regarding openness and universality. This can be done through advertising/promotion, or consumer service.

Keywords : Perception, Sharia Banking

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik Masyarakat Kota Jambi menurut jenis kelamin, tingkat usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, tingkat penghasilan, dan berdasarkan nasabah atau non nasabah perbankan syariah dan juga untuk menganalisis persepsi Masyarakat terhadap produk Funding (Pengumpulan Dana) Perbankan Syariah di Kota Jambi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive/Judgement Sampling*. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan skor rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan persepsi masyarakat ditentukan oleh pemahaman terhadap karakteristik bank syariah, terbukti dengan perbandingan skor rata-rata responden lebih besar pada pemahaman karakteristik bank syariah. Oleh karenanya diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat memiliki persepsi positif terhadap perbankan syariah. Dari hasil penelitian saran yang dapat direkomendasikan adalah sebaiknya pihak bank lebih meningkatkan education / pengetahuan masyarakat tentang prinsip kerja produk baik dalam hal menghimpun dana, menyalurkan dana dan dalam penggunaan produk jasa serta mengenai prinsip bank syariah terkait keterbukaan dan universalitas. Hal ini dapat dilakukan melalui iklan/promosi, atau layanan konsumen.

Kata Kunci: Persepsi, Perbankan Syariah

Kata Kunci : Persepsi, Perbankan Syariah

PENDAHULUAN

Persepsi merupakan suatu proses yang di dahului penginderaan yaitu merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui proses sensoris. (Bimo ,2003). Menurut tatik suryani (2008) persepsi merupakan suatu proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna.

Menurut Karmen P dan M.S Antonio (1992) Istilah Bank Islam atau Bank Syariah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya gencar yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga. Sedangkan menurut Muhammad (2005) Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak menandakan pada bunga seperti pada Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 276 sebagai berikut:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزْبِئِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُجِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: Allah memusnakan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan sllalu berbuat dosa.(QS. Al-Baqarah ayat 276)

Posisi perbankan syariah dalam peta ekonomi syariah ini sangat penting. di negara manapun bank syariah selalu hadir lebih dahulu di bandingkan industri keuangan lain. Setelah bank syariah beroperasi dengan baik, baru menyusul aktifitas ekonomi syariah yang lain. Bank syariah menjadi simbol dari geliatnya ekonomi syariah di berbagai negara. Ketika bank syariah hadir di sebuah negara, itu berarti bendera ekonomi syariah sudah di tancapkan. (Utomo dkk, 2014)

Sistem Bank Syariah menerapkan system bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan mengacu kepada Al Qur'an dan Hadst sebagai landasan dasar hukum dan operasional (Kusumajawati, 2009).

Kini ekonomi Islam memasuki tahap keempat yang ditandai dengan pengembangan pendekatan yang lebih integratif dan *sophisticated* untuk membangun keseluruhan teori dan praktek ekonomi Islam terutama lembaga keuangan dan perbankan yang menjadi indicator ekonomi umat. Selama kurun waktu 6 tahun sejak tahun 1992 hingga 1998 hanya ada satu bank Islam di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI).

Di sektor perbankan syariah, tingkat pertumbuhan perbankan syariah, baik dari sisi aset, pembiayaan, maupun DPK (Dana Pihak Ketiga), menunjukkan tren meningkat. Berdasarkan data Bank Indonesia, prospek perbankan syariah pada tahun 2005 diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Pertumbuhan volume usaha perbankan syariah tersebut ditopang oleh rencana pembukaan unit usaha syariah yang baru dan pembukaan jaringan kantor yang lebih luas. Dana pihak ketiga (DPK) diperkirakan akan mencapai jumlah sekitar 20 triliun rupiah dengan jumlah pembiayaan sekitar 21 triliun rupiah di akhir tahun 2005 (Karim, 2004).

Tabel 1. Perkembangan DPK Perbankan Syariah di Provinsi Jambi

Tahun	DPK (Miliar Rp)	Rata-rata Perkembangan (%)
2009	245	
2010	381	0,56
2011	627	0,65
2012	848	0,35
2013	891	0,05
2014	991	0,11
2015	1101	0,01
2016	1161	0,05
2017	1356	0,18

Sumber: www.ojk.co.id

Berdasarkan data pada tabel 1. diatas perkembangan DPK Perbankan Syariah dari tahun 2009 hingga 2017 mengalami fluktuasi. Jumlah DPK perbankan syariah di provinsi Jambi pada tahun 2010 mengalami peningkatan dari tahun 2009. Kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2011 sebesar 65%. Pada tahun berikutnya 2012 mengalami penurunan sebesar 35% dan kembali menurun pada tahun 2013 sebesar 5%. Sedangkan pada tahun 2014 kembali meningkat sebesar 11% dan tidak ada peningkatan yang signifikan pada tahun 2015. Pada tahun 2016 menurun sebesar 5% dan pada tahun 2017 meningkat sebesar 18%. Jadi, selama tujuh tahun terakhir rata-rata perkembangan DPK perbankan syariah peningkatan yang paling tinggi terjadi pada tahun 2011 sebesar 65%.

Berdasarkan laporan keuangan Bank Indonesia dan OJK, ada beberapa bank yang juga sudah menerapkan prinsip syariahnya baik itu dengan status sudah BUS (Bank Umum Syariah) ataupun masih UUS (Unit Usaha syariah), seperti PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank syariah Mega Indonesia, PT. Bank Negara Indonesia Syariah, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Syariah Mikro, PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, PT. Bank CIMB Niaga Syariah, PT. Bank Sinamas Tbk. Syariah, PT. BPD Syariah Jambi. Selain itu juga dapat dibuktikan dengan jumlah nasabah tabungan perbankan syariah di Kota Jambi hingga pada tahun terakhir adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah nasabah tabungan tahun terakhir pada Perbankan Syariah Kota Jambi (2017)

No	Tahun	Nama Bank	Jumlah Nasabah Berdasarkan Rekening
1.	2018	Bank Syariah Mandiri	158.332.
2.	2018	Bank Muamalat Indonesia	70.990
3.	2018	Bank Rakyat Indonesia Syariah	115.051
4.	2018	Bank Negara Indonesia Syariah	11.054
5.	2018	Bank Mega Syariah Indonesia	18.005
Jumlah			390.357

Sumber: Bank Syariah Kota Jambi 2017

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner. penelitian ini memiliki tujuan deskriptif, yaitu menggambarkan berbagai karakteristik dari fenomena yang di amati dan tujuan statistik yaitu menjelaskan hubungan sebab akibat di antara variabel yang dilibatkan dalam penelitian.

Dalam penentuan kuesioner menggunakan teknik skala likert. jawaban kuesioner diungkap dalam 5 kategori jawaban, dengan demikian jawaban responden berkisar antara skor 1 hingga 5. Diantaranya dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Bobot/Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah, 2019

Kemudian dilakukan penyusunan data dalam bentuk tabel (Tabulasi) yang bertujuan agar data bisa mudah untuk disusun, dijumlah, dan di permudah penataan data untuk disajikan serta di analisis, sehingga dapat mencegah penarikan kesimpulan yang gegabah dalam memperkirakan suatu hubungan antar variabel.

Target populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Jambi. Dari beberapa kecamatan di Kota Jambi, peneliti memilih tiga kecamatan untuk mewakili persepsi masyarakat Kota Jambi berdasarkan jumlah kepadatan penduduk yang tertinggi, yaitu Kecamatan Kota Baru, Kecamatan Jambi Selatan, dan Kecamatan Telanaipura. Akan tetapi dengan adanya keterbatasan jarak dan efisiensi waktu untuk dapat menjangkau kecamatan tersebut, peneliti berinisiatif untuk mengganti Kecamatan Jambi Selatan dengan Kecamatan Jelutung yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi keempat di Kota Jambi dan dapat dijangkau oleh peneliti. Berikut data Penduduk Kota Jambi menurut kecamatan:

Tabel 4. Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin, Tahun 2018

Kecamatan	Penduduk		Jumlah penduduk
	Laki-Laki	Perempuan	
Kota Baru	83.248	80.782	164.030
Jambi Selatan	67.820	67.710	135.530
Jelutung	31.299	31.203	62.502
Pasar Jambi	6.142	6.461	12.593
Telanaipura	48.262	48.536	96.798
Danau Teluk	5.969	6.039	11.998
Pelayangan	6.943	6.422	13.365
Jambi Timur	40.040	39.211	79.251
Jumlah/Total	289.713	286.354	576.067

Sumber: BPS Kota Jambi

Populasi masyarakat Kota Jambi berdasarkan wilayah penelitian yaitu Kecamatan Kota Baru 164.030 jiwa, Kecamatan Telanaipura 96.798 jiwa, dan Kecamatan Jelutung 62.502 jiwa. Sehingga Total populasi dalam penelitian adalah 323.330 jiwa.

Adapun sampel yang ditentukan dengan menggunakan dilakukan secara *proportional random sampling* dengan persyaratan nasabah yang memiliki usaha mikro kecil menengah, yaitu sebagai berikut:

Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan, jika ukuran populasi diketahui, maka dapat digunakan rumus Slovin, yaitu:

Dimana:

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

$$n = \frac{323330}{1 + 323330 (0.1)^2} \quad n = \frac{323330}{3234.3} \quad n = 99.97$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran Ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. (10%)

Berdasarkan hasil perhitungan rumus di atas, diperoleh jumlah 99.97 dibulatkan menjadi 100 dikarenakan untuk mempermudah perhitungan dan mendapatkan data yang lebih akurat sampel sebanyak 100 orang, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Adapun masing-masing sampel pada tiga kecamatan tersebut adalah:

$$\text{Kota Baru} = \frac{164030}{323330} \times 100 = 50.7 \rightarrow 51$$

$$\text{Telanaipura} = \frac{96798}{323330} \times 100 = 29.9 \rightarrow 30$$

$$\text{Jelutung} = \frac{62502}{323330} \times 100 = 19.3 \rightarrow 19$$

Metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka (mean, maksimum nilai, minimum nilai dan standar deviasi) dengan menggunakan metode statistik yang di bantu dengan program SPSS v.20 for Windows 32bit.

Tabel 5. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Karakteristik Bank Syariah (X1)	<ol style="list-style-type: none"> Memahami tentang keharaman bunga dalam Islam Pengetahuan individu tentang unsur riba/bunga dan hal-hal yang tidak diperbolehkan Islam pada bank syariah Pemahaman terhadap konsep bagi hasil dalam perbankan syariah Pemahaman tentang prinsip kerja wadiah dan mudharabah dalam perbankan syariah. 	Ordinal

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Pemahaman tentang prinsip kerja mudharabah, salam, istishna' dan ijarah untuk produk penyaluran dana dalam perbankan syariah. 6. Pemahaman tentang prinsip kerja wakalah, kafalah, rahn dan qard 	
Produk Bank Syariah (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami produk penyaluran dana pada bank syariah 2. Memahami produk penghimpunan dana pada bank syariah 3. Memahami produk-produk dari Bank Syariah yang mengutamakan kepada sharf (jual beli valuta asing) 4. Pemahaman tentang jasa sewa (Ijarah) pada bank syariah. 	Ordinal
Prinsip Bank Syariah (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman tentang prinsip bagi hasil pada bank syariah 2. Memahami hak, kewajiban, resiko dan keuntungan antara nasabah dan bank syariah. 3. Pemahaman tentang prinsip laporan keuangan pada bank syariah 4. Memahami pelayanan bank syariah terhadap konsumen dengan tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai rahmatan lil'alamiin. 	Ordinal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Jenis Kelamin

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan seperti pada tabel 6 di bawah ini:

Tabel. 6. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	61	61
2	Perempuan	39	39

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan informasi yang tersaji dalam table 6 diatas, dapat di jelaskan bahwa kecenderungan laki-laki lebih banyak dalam berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang di bagikan yaitu sebesar 61 orang responden, sedangkan perempuan ikut dalam partisipasi mengisi kuesioner hanya 39 orang responden. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam peransertanya untuk mau menjawab kuesioner

Tingkat Usia

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. Tingkat Usia

No.	Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	17-25	13	13
3	26-35	24	24
4	36-45	33	33
5	>45	30	30

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Keterangan pada tabel 7 menunjukkan responden yang dikelompokkan berdasarkan usia. Hal ini dapat kita simpulkan responden pada usia 36-45 tahun lebih mendominasi dibandingkan pada kisaran usia lainnya. Maka dari itu responden yang berusia 36-45 tahun merupakan responden yang merupakan responden usia produktif.

Jenis Pekerjaan

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini:

Tabel 8. Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	22	22
2	Wiraswasta	27	27
3	Pedagang	28	28
4	Pelajar/Mahasiswa	13	13
5	Lain-lain	10	10

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Keterangan pada tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa responden rata-rata memiliki tingkat pekerjaan sebagai pedagang dengan jumlah 28 responden, wiraswasta 27 responden dan PNS hanya 22 orang responden, di karenakan Pedagang, wiraswasta dan PNS merupakan mitra Bank Syariah dan selain mempunyai Tabungan, Deposito dan Giro pada Bank Syariah mereka juga mitra Produk pembiayaan pada Bank Syariah.

Tingkat Pendidikan

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang dapat di lihat pada tabel 9 di bawah ini:

Tabel 9. Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	7	7
2	SMP/Sederajat	19	19
3	SMA/Sederajat	38	38
4	Perguruan Tinggi	36	36

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Keterangan pada tabel 9 di atas, dapat kita simpulkan dengan tingkat pendidikan yang di dominasi oleh SMA 38 responden, dan responden yang tingkat pendidikannya Perguruan Tinggi 36 responden selebihnya (SD dan SMP,) memiliki persentase yang lebih kecil.

Agama

Dalam penelian ini penulis mengelompokan responden berdasarkan perbedaan dari sejumlah agama yang ada di Indonesia yaitu islam, protestan, katolik, hindu, buddha dan konghucu, seperti pada tabel 10 di bawah ini:

Tabel 10. Agama

No.	Agama	Jumlah	Persentase (%)
1	Islam	64	64
2	Protestan	12	12
3	Buddha	7	7
4	Katolik	9	9
5	Hindu	3	3
6	Konghucu	5	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Dari tabel 10 di atas agama responden memiliki kecenderungan menganut agama islam yakni sebanyak 64 responden, sedangkan agama selain Islam yang termasuk dalam esponden penelitian ini merupakan mitra bank syariah yang ada di kota Jambi

Tingkat Penghasilan

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan tingkat penghasilan yang dapat di lihat pada tabel 11 di bawah ini:

Tabel 11. Tingkat Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp. 1.500.000,	11	11
2	> Rp. 1500.001- s/d Rp. 3000.000	37	37
3	> Rp. 3000.001- s/d Rp. 5000.000,	36	36
4	> Rp. 5000.000.	16	16

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Keterangan pada tabel 11 di atas, menunjukkan bahwa responden rata-rata memiliki tingkat penghasilan sebesar > Rp. 1500.001- s/d Rp. 3000.0000 dengan jumlah 37 responden.

Nasabah dan Non Nasabah Perbankan Syariah

Pada penelitian ini penulis mengelompokkan responden berdasarkan Nasabah dan non nasabah yang dapat di lihat pada tabel 12 di bawah ini:

Tabel 12. Nasabah dan Non Nasabah

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Nasabah	43	43
2	Non Nasabah	57	57

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 12 menunjukan bahwa dari 100 respnden lebih banyak responden yang bukan dari nasabah bank syariah yakni sebanyak 57 orang.

Deskripsi Karakteristik Bank Syariah, Produk Bank Syariah, dan Prinsip Bank Syariah

Variabel Karakteristik bank syariah, produk bank syariah, dan prinsip bank syariah terdiri dari empat belas indikator. Penentuan skor untuk masing-masing pernyataan menggunakan skala likert dengan skor minimal satu dan skor maksimal lima. Skor maksimal untuk masing-masing pernyataan adalah 25 ($5 \times 5 = 25$), sedangkan skor terendah adalah 5 ($5 \times 1 = 5$).

Tabel 13. Hasil Statistik Deskriptif Karakteristik Bank Syariah Produk Bank Syariah, dan Prinsip Bank Syariah

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Karakteristik Bank Syariah	100	15	30	24.61	2,919
Produk Bank Syariah	100	10	20	15,20	1,923
Prinsip Bank Syariah	100	10	20	15,25	1,997

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 13 bahwa karakteristik bank syariah memiliki rata-rata lebih besar dari pada rata-rata produk perbankan syariah dan prinsip bank syariah, artinya bahwa persepsi Masyarakat terhadap produk Funding (Pengumpulan Dana) Perbankan Syariah di Kota Jambi ditentukan oleh pemahaman terhadap karakteristik bank Syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil deskriptif penelitian, secara menyeluruh dapat di simpulkan bahwa persepsi Masyarakat terhadap produk Funding (Pengumpulan Dana) Perbankan Syariah di Kota Jambi ditentukan oleh pemahaman terhadap karakteristik bank syariah, terbukti dengan perbandingan skor rata-rata responden lebih besar pada pemahaman karakteristik bank syariah.

Saran

Dari hasil penelitian saran yang dapat direkomendasikan adalah sebaiknya pihak bank lebih meningkatkan education / pengetahuan masyarakat tentang prinsip kerja produk baik dalam hal menghimpun dana, menyalurkan dana dan dalam penggunaan produk jasa serta mengenai prinsip bank syariah terkait keterbukaan dan universalitas. Hal ini dapat dilakukan melalui iklan/promoi, atau layanan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwirman, 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan – Edisi Keempat*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bank Syariah Kota Jambi. 2017. *Jumlah nasabah tabungan tahun terakhir pada perbankan syariah di Kota Jambi (2016)*. Jambi.
- BPS Kota Jambi. 2015. *Jambi Dalam Angka*. Jambi.
- Kusumajawati, Rochana, “*Persepsi Masyarakat Surakarta Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Surakarta)*”, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009.
- Muhammad.(2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta.
- Suryani, Tatik (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Utomo, & kawan-kawan. (2014). *Dua Dekade Ekonomi Syariah Menuju Kiblat Ekonomi Islam*. Jakarta Selatan: GresL publishing.
- Walgito, Bimo , (2003). *Pengantar Psikologi umum* , Yogyakarta.
www.ojk.go.id

PENGARUH STRUKTUR MODAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

M. Ridwan¹⁾, Fredy Olimsar²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi
Korespondensi email : fredyolimsar@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of both simultaneous and partial of the Capital Structure, Institutional Ownership and Managerial Ownership of Company Value, as well as the dominant variables that influence on Company Value. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. In this study to see the effect simultaneously and partially as well as the dominant variables influencing by using data analysis tools in the form of multiple linear regression, coefficient of determination, hypothesis testing using the F test and t test, as well as the classic assumption test. Based on the results of the study, it can be concluded as follows: simultaneously Capital Structure, Institutional Ownership and Managerial Ownership have a Positive Effect on Company Value. Partially, it can be seen that all variables have a significant effect but only the capital structure has a negative influence. Based on r^2 , the capital structure variable has an effect of 5.7%, institutional ownership has an effect of 8.6%, and managerial ownership has an effect of 15.6%. By looking at the effect of capital structure and ownership structure on the value of the company it is expected that these companies can optimize the value of the company so that investors are interested in investing.

Keywords : *Capital Structure, Institutional Ownership, Managerial Ownership, Company Value*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan maupun parsial dari Struktur Modal, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan, serta variabel yang dominan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2016-2018. Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial serta variabel yang dominan berpengaruh dengan menggunakan alat analisis data berupa regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t, serta uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut: secara simultan Struktur Modal, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh signifikan tetapi hanya struktur modal yang memiliki pengaruh negatif. Berdasarkan r^2 , variabel struktur modal memiliki pengaruh sebesar 5,7%, kepemilikan institusional memiliki pengaruh sebesar 8,6%, dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebesar 15,6%. Dengan melihat pengaruh struktur modal dan struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan ini diharapkan perusahaan-perusahaan tersebut dapat mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Persaingan yang terjadi dalam industri manufaktur dapat membuat setiap perusahaan manufaktur semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai secara optimal. Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya (Fama, 1978). Menurut Suharli (2006), nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Menurut Oka (2011), nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah dengan nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan.

Jensen (2001) menjelaskan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang harus diperhatikan, tetapi juga semua klaim keuangan seperti hutang, warran, maupun saham preferen. Penyatuan kepentingan pemegang saham, *debtholders*, dan manajemen yang notabene merupakan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap tujuan perusahaan seringkali menimbulkan masalah-masalah (*agency problem*). *Agency problem* dapat dipengaruhi oleh struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional). Struktur kepemilikan oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu maksimalisasi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh karena adanya kontrol yang mereka miliki.

Menurut Myers (1996), Perusahaan memerlukan modal untuk menjalankan kegiatan usahanya, baik yang berasal dari pihak internal, maupun eksternal. Pada umumnya, perusahaan lebih mengutamakan pendanaan internal dalam membiayai kegiatan usahanya. Struktur modal merupakan pertimbangan antara penggunaan modal sendiri dengan modal asing, dimana modal sendiri berupa laba ditahan dan kepemilikan saham, sedangkan modal asing berupa hutang.

Struktur modal merupakan pendanaan ekuitas dan utang dalam suatu perusahaan. Menurut Fama dan French (1998), mengatakan bahwa optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan.

Teori menyangkut struktur modal adalah teori yang menjelaskan kebijakan pendanaan perusahaan utang dan ekuitas untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Husnan, 2004), sesuai dengan *trade-off theory*, jika DER semakin tinggi maka PBV akan meningkat selama DER belum sampai pada titik optimalnya. Penelitian yang telah dilakukan oleh Velnampy dan Niresh (2012) membuktikan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Sedangkan penelitian oleh Safrida (2008), membuktikan secara simultan struktur modal dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial bahwa struktur modal berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan meningkat. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena

dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Manajer keuangan harus memperhatikan dampak perubahan pada kombinasi modal, hal ini penting karena berpengaruh pada persepsi investor terhadap tingkat resiko dalam menginvestasikan dananya. Jika utang perusahaan terlalu besar, maka harus dicegah penambahan utang oleh perusahaan tersebut. Pada titik tertentu peningkatan hutang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang lebih kecil daripada biaya yang ditimbulkannya Keown (2004).

Menurut Fama (1978), nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham tersebut dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Menurut Jensen (2001), untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang diperhatikan, tetapi sumber keuangan seperti hutang maupun saham preferennya.

Tujuan pokok yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah memaksimumkan profit, pandangan ini semakin lama telah bergeser akibat kelemahan-kelemahan yang ditemui dalam tujuan ini (Agus Sartono, 2001). Kelemahan-kelemahan tersebut antara lain: Pertama, standar ekonomi mikro dengan memaksimalkan profit adalah bersifat statis karena tidak memperhatikan dimensi waktu, sehingga tidak ada perbedaan antara profit dalam jangka pendek maupun panjang. Kedua, pengertian profit itu sendiri, apakah memaksimumkan jumlah profit secara nominal ataukah tingkat profit. Ketiga, adalah menyangkut risiko yang berkaitan dengan setiap alternatif keputusan, memaksimumkan profit tanpa mempertimbangkan risiko yang akan terjadi adalah suatu kesalahan fatal. Keempat, memaksimumkan profit bisa saja dilakukan dengan menanamkan dana hasil penjualan saham melalui deposito, namun pemegang saham akan meminta tingkat keuntungan yang lebih besar dari tingkat deposito atas risiko yang lebih besar, sehingga harga pasar menurun akibatnya nilai perusahaan akan menurun pula.

Berdasarkan kelemahan tersebut maka nilai perusahaan akan bergeser menjadi bentuk memaksimumkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham (*maximization wealth of stockholders*), kemakmuran pemegang saham meningkat apabila harga saham yang dimilikinya meningkat. Nilai perusahaan pada perusahaan publik ditentukan oleh pasar saham, sedangkan nilai perusahaan yang sahamnya tidak diperdagangkan kepada publik juga sangat dipengaruhi oleh pasar yang sama (Agus Sartono, 2001).

Struktur modal merupakan topik yang kompleks dan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan. Sumber modal dapat berasal dari dalam perusahaan atau sumber intern dan dapat juga berasal dari luar perusahaan atau sumber ekstern. Perusahaan juga dapat menambah modal dari dalam perusahaan dan dari pinjaman. Perbandingan antara jumlah modal dari dalam perusahaan dengan modal pinjaman mencerminkan komposisi sumber modal. Komposisi itu akan membentuk struktur modal perusahaan yang akan berpengaruh pada biaya modal dan nilai perusahaan. Komposisi pembelanjaan yang tepat akan membentuk struktur modal yang optimal, yaitu struktur modal yang mempunyai nilai perusahaan yang maksimum dengan biaya modal yang minimum. (Murhadi, 2011).

Struktur kepemilikan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan saham oleh investor institusional. Lin dan Fu (2017) menyatakan bahwa investor institusional yang aktif melakukan monitoring terhadap bisnis perusahaan, dapat mengurangi asimetri informasi dan problem keagenan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu,

investor institusional dapat menerapkan kemampuan manajerial, pengetahuan profesional dan hak suara mereka untuk mempengaruhi manajer dalam meningkatkan efisiensi perusahaan. Investor institusional juga dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan bisnis. Ketika perusahaan membutuhkan tambahan dana, investor institusional dapat menyediakan dana tambahan atau menggunakan jaringan mereka untuk membantu perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan.

Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aset perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Bathala, et al., (1994) menemukan bahwa kepemilikan institusional menggantikan kepemilikan manajerial dalam mengontrol biaya agensi. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan, maka akan semakin besar dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen dan akibatnya akan memberikan dorongan yang lebih besar untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial secara simultan dan parsial terhadap nilai perusahaan, serta untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “*Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*”.

Berdasarkan kajian teoretis, kajian empiris dan dasar logika, maka hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Secara Simultan Struktur Modal, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.
- H2 : Secara Parsial Struktur Modal, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.
- H3 : Struktur Modal Merupakan Variabel Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Nilai Perusahaan.

METODE

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan dan hipotesis yang diajukan, objek penelitian ini adalah *struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial* sebagai variabel independen (bebas), *nilai perusahaan* sebagai variabel dependen (terikat). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018.

Variabel pada penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua kelompok variabel yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Berdasarkan variabel-variabel tersebut maka variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu *struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial*. Variabel dependen yaitu *nilai perusahaan*.

Proksi nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian adalah Tobin's Q. Proksi struktur modal yang digunakan dalam penelitian adalah *debt to equity ratio* (DER) seperti yang digunakan dalam penelitian Mamjudar dan Chibber (1999), Abor dan Biekpe (2006) dan penelitian Hovey (2007). Nilai *debt* dalam penelitian adalah jumlah dari *short term debt* dan *long term debt*, dimana yang termasuk dalam kategori *debt* adalah pinjaman oleh bank (*bank loan*) dan *capitalized leased obligations*.

Proksi struktur kepemilikan yang digunakan dalam penelitian adalah kepemilikan saham institusional (INS) dan kepemilikan saham manajerial (MNJ). Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh institusi. Kepemilikan institusional diukur dengan persentase perbandingan antara jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dengan jumlah saham beredar. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh direksi atau eksekutif. Kepemilikan manajerial diukur dengan persentase perbandingan antara jumlah saham yang dimiliki oleh direksi atau eksekutif dengan jumlah saham beredar.

Dalam penelitian ini, yang tergolong populasi adalah perusahaan Manufaktur yang listed tahun 2016-2018. Peneliti menggunakan *purposive sampling* agar sampel yang digunakan sesuai dengan kebutuhan unit analisis dalam penelitian. Pada penelitian ini, sampel diambil berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebagai berikut: 1) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan dan memiliki laporan tahunan (annual report) yang lengkap dan berakhir pada 31 Desember selama periode pengamatan 2016-2018; 2) Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang asing dalam laporan keuangan; 3) Perusahaan yang memiliki data mengenai kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data keuangan yang diperoleh dari *annual report* perusahaan tahun 2016-2018. Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Analisis deskriptif, merupakan metode yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas, dimana hasil penelitian beserta analisisnya diuraikan dalam suatu tulisan ilmiah yang mana dari analisa tersebut akan dibentuk suatu kesimpulan.

Analisis statistik berkenaan dengan permodelan data dan melakukan pengambilan keputusan berdasarkan analisis data. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis data berupa regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t, uji asumsi klasik.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung oleh variabel struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap variabel nilai perusahaan. Adapun persamaan regresi ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

b = Koefisien Regresi

X₁ = Struktur Modal

X₂ = Kepemilikan Institusional

X₃ = Kepemilikan Manajerial

Nilai koefisien determinasi (R²) menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R² berbeda antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 maka variabel bebas hampir memberikan semua informasi untuk memprediksi variabel terikat atau merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independent secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain Uji F digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, maka Uji F dilakukan untuk mengetahui koefisien regresi variabel bebas atau independent yaitu pengaruh secara bersama-

sama (simultan) struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap variabel dependen.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen atau bebas (struktur modal, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan), dengan menganggap variabel bebas lainnya tetap. Uji-t merupakan harga koefisien regresi yang menunjukkan keeratan pengaruh parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik statistik baik itu normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data panel (*pooled data*) yaitu gabungan antara *time series* dan *cross section method*. Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tahun 2016-2018. Sedangkan data *cross sectional* sebanyak 37 Perusahaan. Sampel dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang listed di Bursa Efek Indonesia yang bergerak dalam sektor manufaktur. Perincian perolehan sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Sampel Penelitian Periode 2016-2018

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	139
Perusahaan yang tidak melaporkan laporan tahunan selama 2016-2018	45
Perusahaan yang menggunakan mata uang asing dalam laporan keuangan	34
Perusahaan yang tidak memiliki data kepemilikan institusional dan manajerial	23
Jumlah sampel penelitian	37
Jumlah pengamatan 3 x 37	111

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2019

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat gambaran umum mengenai pengaruh *struktur modal, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial* terhadap *nilai perusahaan* berdasarkan data yang sudah diperoleh. Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (*mean*) serta nilai standar deviasi. Tabel dibawah ini menunjukkan statistik deskriptif atas variabel-variabel yang ada pada penelitian ini.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Struktur Modal	111	-2,215	8,261	1,29969	1,628845
Kepemilikan Institusional	111	,294	,962	,72851	,184233
Kepemilikan Manajerial	111	,000	,373	,07381	,122658
Nilai Perusahaan	111	,380	3,344	1,22576	,677806
Valid N (listwise)	111				

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan hasil statistik deskriptif di atas untuk setiap variabel yang diteliti, dapat diketahui:

1 Variabel *Struktur Modal* (DER)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa struktur modal memiliki nilai rata-rata sebesar 1,29969 dengan standar deviasi sebesar 1,628845. Nilai tertinggi mencapai 8,261, sedangkan terendah sebesar -2,215.

2 Variabel *Kepemilikan Institusional* (INS)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa kepemilikan institusional memiliki nilai rata-rata sebesar 0,72851 dengan standar deviasi sebesar 0,184233. Nilai tertinggi mencapai 0,962, sedangkan terendah sebesar 0,294.

3 Variabel *Kepemilikan Manajerial* (MNJ)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa kepemilikan manajerial memiliki nilai rata-rata sebesar 0,07381 dengan standar deviasi sebesar 0,122658. Nilai tertinggi mencapai 0,373, sedangkan terendah sebesar 0,000.

4 Variabel *Nilai Perusahaan* (Tobins' Q)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 1,22576 dengan standar deviasi sebesar 0,677806. Nilai tertinggi mencapai 3,344, sedangkan terendah sebesar 0,380.

Regresi Linear Berganda

Uji F (secara simultan)

Tabel 3. Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,678	3	3,559	9,555	,000 ^b
	Residual	39,858	107	,373		
	Total	50,536	110			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal, Kepemilikan Institusional

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel 3 diatas, dapat diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dari hasil statistik ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Sehingga secara simultan Struktur Modal, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini berarti hipotesis pertama (**H1**) **diterima**.

Uji t (secara parsial)

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	,275	,312		,881	,380
	Struktur Modal	-,091	,036	-,218	-2,531	,013
	Kepemilikan Institusional	1,209	,379	,329	3,187	,002
	Kepemilikan Manajerial	2,542	,571	,460	4,450	,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Diolah, 2019

Persamaan regresi yang menjelaskan pengaruh dari struktur modal, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,275 - 0,091X_1 + 1,209X_2 + 2,542X_3$$

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,275 menunjukkan prediksi rata-rata nilai perusahaan jika struktur modal, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial bernilai 0 (nol).
2. Nilai signifikansi struktur modal adalah $0,013 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk struktur modal adalah sebesar -0,091 menjelaskan besarnya perubahan nilai perusahaan karena dipengaruhi oleh struktur modal. Tanda negatif menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi adalah berlawanan, dimana setiap terjadi peningkatan struktur modal diprediksikan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,091 satuan. Jadi, Hipotesis Kedua (H2) ditolak karena secara parsial tidak semua variabel yang memiliki pengaruh positif.
3. Nilai signifikansi kepemilikan institusional adalah $0,002 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk kepemilikan institusional adalah sebesar 1,209 menjelaskan besarnya perubahan nilai perusahaan karena dipengaruhi oleh kepemilikan institusional. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi adalah searah, dimana setiap terjadi peningkatan kepemilikan institusional diprediksikan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 1,209 satuan.
4. Nilai signifikansi kepemilikan manajerial adalah $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk kepemilikan manajerial adalah sebesar 2,542 menjelaskan besarnya perubahan nilai perusahaan karena dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi adalah searah, dimana setiap terjadi peningkatan kepemilikan manajerial diprediksikan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2,542 satuan.

Besarnya Pengaruh Secara Simultan (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,460 ^a	,211	,189	,610332

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal, Kepemilikan Institusional

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel 5 diatas diketahui bahwa besarnya R Square Variabel X terhadap Variabel Y adalah sebesar 0,211. Hasil tersebut menunjukkan bahwa struktur modal, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial memberikan kontribusi sebesar 21,1% terhadap nilai perusahaan, sedangkan $(1-R^2)$ 78,9% sisanya merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

Besarnya Pengaruh Secara Parsial (r^2)

**Tabel 6. Hasil Uji (r^2)
 Coefficients^a**

Model		Correlations			r^2
		Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)				
	Struktur Modal	-,245	-,238	-,217	,057
	Kepemilikan Institusional	,070	,294	,274	,086
	Kepemilikan Manajerial	,294	,395	,382	,156

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel 6 di atas diketahui bahwa variabel struktur modal memiliki pengaruh sebesar 5,7%, kepemilikan institusional memiliki pengaruh sebesar 8,6%, dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebesar 15,6%. Jadi, Hipotesis Ketiga (H3) ditolak karena yang memiliki pengaruh paling besar adalah kepemilikan manajerial.

Hasil uji statistik sebelumnya dikatakan bahwa struktur modal signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang artinya bahwa semakin tinggi struktur modalnya maka semakin rendah nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Safrida (2008), membuktikan struktur modal berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan di Indonesia maka dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut.

Hasil uji statistik lainnya menunjukkan bahwa kepemilikan institusional signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang artinya bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional maka semakin tinggi nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Khamis (2015) yang menjelaskan bahwa kepemilikan institusional merupakan elemen yang penting pada kepemilikan di Bahrain dan memiliki dampak yang positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional yang dimiliki oleh perusahaan di Indonesia maka dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Kepemilikan institusional digambarkan dengan proporsi dari saham yang dimiliki oleh investor institusi. Kepemilikan institusional merupakan salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi. Kepemilikan yang berasal dari sumber eksternal cenderung memiliki monitoring yang lebih ketat untuk mendisiplinkan manajer sehingga terjadi keselarasan antara manajer dan pihak pemegang saham (Sarac, 2002). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya kepemilikan institusional dapat meningkatkan pengawasan terhadap manajer agar manajer berusaha meningkatkan kinerjanya agar sesuai dengan tujuan perusahaan.

Hasil uji statistik lainnya menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang artinya bahwa semakin tinggi kepemilikan manajerial maka semakin tinggi nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Zakaria et al., (2014)., menemukan hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan manajerial yang dimiliki oleh perusahaan di Indonesia maka dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Kepemilikan manajerial merupakan proporsi dari saham yang dimiliki oleh manajemen. Namun, jika kepemilikan saham manajerial melampaui batas tertentu manajer cenderung

mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan pemegang saham. Salah satu cara dalam mengurangi biaya agensi dengan cara penyalarsan kepentingan antara pihak yang terjadi konflik. Morck et al., (1988) membuktikan bahwa pengaruh kepemilikan internal terhadap kinerja perusahaan diukur dengan Tobins Q, kinerja perusahaan meningkat apabila kepemilikan internal 0% - 5% dan > 25%, sedangkan kepemilikan 5% - 25% cenderung menurunkan kinerja perusahaan.

Kepemilikan manajerial menunjukkan adanya keselarasan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Manajer yang bertindak sebagai pemegang saham juga akan mengurangi biaya agensi dan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan sehingga imbal hasil yang didapatkan akan lebih besar. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian ini yang menunjukkan bahwa rata-rata kepemilikan perusahaan manufaktur di Indonesia hanya 7%. Persentase ini masih tergolong kecil sehingga kepentingan antara manajer dan pemegang saham masih selaras.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut: secara simultan Struktur Modal, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini berarti hipotesis pertama (H1) diterima. Secara parsial dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh signifikan tetapi hanya struktur modal yang memiliki pengaruh negatif sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Berdasarkan r^2 , variabel struktur modal memiliki pengaruh sebesar 5,7%, kepemilikan institusional memiliki pengaruh sebesar 8,6%, dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebesar 15,6%. Jadi, Hipotesis Ketiga (H3) ditolak karena yang memiliki pengaruh paling besar adalah kepemilikan manajerial.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain dikarenakan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti corporate governance dan lain-lain. Bagi manajemen perusahaan agar dapat lebih meningkatkan peran kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi ke 4. Yogyakarta: BPFE.
- Bathala, CT., KP. Moon. and RP. Rao. 1994. Managerial Ownership, Debt Policy, and The Impact of Institutional Holding: An Agency Perspective. Financial Management. 23 (3). 38-50.
- Fama, Eugene F. 1978. The Effect of a Firm's Investment and Financing Decision on the Welfare of its Security Holders. The American Economic, 68 (3): pp: 272-284.
- Fama, Eugene F dan French, K.R. 1998. Taxes, Financing Decisions, and Firm Value. The Journal of Finance 53 (3): pp: 819-843.
- Hovey, Martin. 2007. Leverage, Profitability, And Ownership Structures Of Listed Firms In China. JEL Classification: P31, L33, G32, G38, 053, 24-25. University Of Queensland.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, 305-369.

- Jensen, Michael C. 2001. Volume Maximation, Stakeholders Theory, and the Corporate Objective Function. *Journal of Applied Corporate Finance*.
- Keown, K., M. Petty. and Scott. 2004. *Manajemen Keuangan 1 dan 2*. Edisi 9 (terjemahan). Jakarta. Indeks.
- Khamis, R. (2015). The Relationship between Ownership Structure Dimensions and Corporate Performance : Evidence from Bahrain. *Business and Finance*, 9(4), 38-56.
- Lin, Y.R. and X.M. Fu. 2017. Does Institutional Ownership Influence Firm Performance? Evidence from China. *International Review of Economics and Finance*, 49, 17-57.
- Modigliani, F. And M. Miller. 1958. The Cost Of Capital, Corporation Finance And Theory Of Investment. *American Economic Review*, 48, 261-297.
- Morck, R., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1988). Management Ownership. *Journal of Financial Economics*, 20, 293-315.
- Myers, S. 1996. The Capital Structure Puzzle. *Journal of Finance*, Vol. 39. July. Hal 198-209.
- Oka Kusumajaya, D.K. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. Tesis Program Magister, Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Safrida, Eli. 2008. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEJ. Tesis Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sarac, M. (2002). An Empirical Analysis of Corporate Ownership Structure in Turkish Manufacturing Sector. *Business History*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Velnampy, T dan J.A. Niresh. 2012. The Relationship between Capital Structure and Profitability. *Global Journal of Management and Business Research*. Vol 12 Issue 13 2012. pp. 66-74.
- Zakaria, Z., Purhanudin, N., & Palanimally, Y. R. (2014). Ownership Structure and Firm Performance : Evidence From Malaysian Trading and Services Sector . *Journal of Business*, 3(2), 32-43.

www.idx.com

PERTUMBUHAN EKONOMI KOTA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KESEMPATAN KERJA DI KOTA JAMBI

Parmadi¹⁾, Purwaka Hari Prihanto²⁾

^{1,2)} Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi,
Korespondensi email: ¹⁾ parmadifeunja@yahoo.co.id, ²⁾ purwakahp@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze, 1) Urban economic growth and employment in the city of Jambi; 2) The effect of urban economic growth on employment opportunities in the city of Jambi. The data used are time series data from 2010-2018, derived from the micro data of the Jambi Province National Labor Force Survey (SAKERNAS) and PDRB publications. The results showed; 1) The average economic growth of the city of Jambi in the period 2010 - 2018 was 5.7 percent, while employment opportunities experienced an average growth of 3.2 percent. 2). Estimation results with simple regression indicate a significant effect between PDRB growth on employment opportunities in the city of Jambi.

Keywords: Economic Growth, Employment

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, 1) Pertumbuhan ekonomi kota dan kesempatan kerja di kota Jambi; 2) Pengaruh pertumbuhan ekonomi kota terhadap kesempatan kerja di kota Jambi. Data yang digunakan adalah data time series dari tahun 2010-2018, berasal dari data mikro Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) Provinsi Jambi dan publikasi PDRB. Hasil penelitian menunjukkan; 1) Rata-rata pertumbuhan ekonomi kota Jambi dalam periode tahun 2010 - 2018 sebesar 5,7 persen, sedangkan kesempatan kerja mengalami pertumbuhan rata-rata 3,2 persen. 2). Hasil estimasi dengan regresi sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan PDRB terhadap kesempatan kerja di kota Jambi.

Kata Kunci : Pertumbuhan Ekonomi, Kesempatan Kerja.

PENDAHULUAN

Dalam satu dasawarsa terakhir ini kota-kota di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Bila di tahun 1990 penduduk Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan berjumlah 30,9 persen, maka pada tahun 2010 proporsinya meningkat menjadi 49,8 persen. BPS (2019) memperkirakan pada tahun 2020 jumlah penduduk perkotaan akan meningkat lagi menjadi 56,7 persen dan pada tahun 2035 jumlah penduduk Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan menjadi 66,6 persen. Menurut Mardiansjah, Handayani, & Setyono (2018) pertumbuhan penduduk kota tersebut tidak lepas dari pertumbuhan pusat-pusat kegiatan ekonomi baik di wilayah metropolitan besar seperti Metropolitan Jakarta dan Metropolitan Bandung, tetapi juga pada kota-kota sedang dan kota kecil.

Pertumbuhan kota tidak lepas dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang tumbuh rata-rata sebesar 5,1 persen dalam periode tahun 2016 - 2018 (Kementerian PPN/Bappenas, 2018). Pertumbuhan ekonomi yang meningkatkan kapasitas produksi nasional telah mendorong terjadinya transformasi struktural. Transformasi struktural didefinisikan sebagai

perubahan struktur ekonomi dari sektor tradisional yang memiliki produktivitas rendah menuju sektor ekonomi dengan produktivitas tinggi (Todaro dan Smith, 2006). Dalam hal ini, transformasi struktural akan ditandai meningkatnya kontribusi sektor industri dan jasa di satu sisi, sedang pada sisi lain terjadi penurunan kontribusi sektor pertanian pada PDB total. Kenaikan peran sektor industri dan jasa sering dikenal dengan istilah tahap industrialisasi, dan pertumbuhan sektor industri ini akan menyerap kelebihan tenaga kerja dari sektor pertanian. Kelebihan tenaga kerja di sektor pertanian selanjutnya diserap oleh sektor industri dan jasa yang memiliki produktivitas dan tingkat upah lebih tinggi. Industrialisasi dan pergerakan tenaga kerja serta ekspansi sektor non-pertanian menjadi faktor penting pertumbuhan kota di banyak negara berkembang (Hakim, 2017).

Pertumbuhan ekonomi kota akibat transformasi struktural di negara berkembang seharusnya diikuti transformasi ketenagakerjaan, yaitu pergeseran struktur kesempatan kerja yang ditunjukkan dengan meningkatnya proporsi kesempatan kerja dari lapangan usaha yang memiliki produktivitas rendah ke lapangan usaha dengan produktivitas lebih tinggi (Todaro dan Smith, 2014). Namun transformasi ketenagakerjaan di Indonesia masih tertinggal, salah satu penyebabnya adalah akibat tingginya penawaran tenaga kerja. Penduduk Indonesia yang tumbuh rata-rata 1,38 persen per tahun dalam periode tahun 2010 – 2015, menyebabkan meningkatnya jumlah tenaga kerja menjadi tidak seimbang dengan pertumbuhan kesempatan kerja. Laporan BPS (2017) menyebutkan bahwa angka pengangguran terbuka di Indonesia tahun 2017 mencapai 5,33 persen atau berjumlah 7,01 juta angkatan kerja. Tingginya angka pengangguran terbuka di Indonesia ini, menurut Bank Dunia (2014) secara umum akibat ketidaksesuaian antara penawaran dan permintaan tenaga kerja.

Kota Jambi sebagai ibukota provinsi Jambi merupakan pusat pemerintahan, perdagangan dan pelayanan jasa utama di Provinsi Jambi. Sebagai pusat kegiatan ekonomi, penduduk kota Jambi mengalami pertumbuhan cukup tinggi yaitu rata-rata 2,98 persen. Bila pada tahun 2012 jumlah penduduk kota Jambi berjumlah 557.215 jiwa, maka pada tahun 2018 meningkat menjadi 591.134 jiwa (BPS, 2019a). Perkembangan penduduk kota Jambi yang cukup besar merupakan potensi pasar dan diproyeksikan akan tumbuh sebagai kota bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan perekonomian Kota Jambi yang berdasarkan Badan Pusat Statistik dalam beberapa tahun ini cukup baik, dimana laju pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan. Dalam periode tahun 2014 – 2017 pertumbuhan ekonomi kota Jambi meningkat rata-rata 6,38 persen per tahun. Pertumbuhan ekonomi kota Jambi yang cukup signifikan ini terutama di sumbangkan oleh sektor Transportasi dan Pergudangan serta sektor industri pengolahan, masing-masing 12,7 persen dan 10,8 persen pada tahun 2018 (BPS, 2018).

Sebagai ibukota Provinsi, kota Jambi menjadi sentra bisnis bagi potensi ekonomi unggulan yang ada di provinsi Jambi diantaranya minyak bumi, gas bumi, batu bara, dan beberapa komoditas perkebunan. Komoditas perkebunan yang dominan di Provinsi Jambi adalah Karet dan Kelapa Sawit. Dengan lokasi yang strategis berada di jalur Lintas Timur Sumatera, Kota Jambi juga memberikan peluang kepada para investor untuk menanamkan modal di Kota Jambi, khususnya di sektor perdagangan dan perhotelan. Sehingga berdampak pada meningkatnya investasi di kota Jambi yang pada akhirnya akan meningkatkan kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi pada masa yang akan datang.

Dengan perkembangan kota Jambi yang pesat, maka permasalahan ketenagakerjaan di kota Jambi adalah bagaimana menciptakan kesempatan kerja untuk menurunkan tingkat pengangguran yang berjumlah 5,5 persen pada tahun 2018. Sehingga pertumbuhan penduduk dan tenaga kerja tidak lagi menjadi beban pembangunan, tetapi sebaliknya menjadi modal

pembangunan. Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini ingin memberikan kontribusi terhadap fenomena pertumbuhan ekonomi kota dan pengaruhnya terhadap kesempatan kerja di kota Jambi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1. Untuk menganalisis Pertumbuhan ekonomi kota dan kesempatan kerja di kota Jambi. 2. Untuk menganalisis Pertumbuhan ekonomi kota terhadap kesempatan kerja di kota Jambi.

METODE

Data yang digunakan adalah data sekunder runtut waktu dari tahun 2010 – 2018, yang terdiri dari data PDRB kota Jambi menurut lapangan usaha berdasarkan harga konstan tahun 2010, dan data kesempatan kerja kota Jambi berdasarkan lapangan usaha hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) Analisis dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Untuk mendapatkan profil perekonomian dan struktur ketenagakerjaan di kota Jambi digunakan analisis tabulasi. Sedangkan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap kesempatan kerja di kota Jambi digunakan regresi log linear.

$$\ln KK_i = a + b_1 \ln PDRB_i + \varepsilon$$

Keterangan:

KK : variabel kesempatan kerja

a : konstanta

b1 : koefisien regresi dari variabel independen

i : lapangan usaha

PDRB : variabel PDRB sektoral

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pertumbuhan Ekonomi Kota Jambi.

Kota Jambi merupakan salah satu kota yang menjadi ibukota Provinsi Jambi. Meskipun memiliki laju pertumbuhan yang stabil dan moderat, Kota Jambi masih belum mampu menaikkan tingkat pertumbuhan perekonomian lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Provinsi Jambi. Dalam periode tahun 2010 sampai dengan 2018 pertumbuhan ekonomi kota Jambi rata-rata 5,7 persen. Hal ini menyamai pertumbuhan ekonomi Provinsi Jambi yang dalam periode yang sama tumbuh rata-rata 5,7 persen (Bank Indonesia, 2019). Namun bila dilihat dari peranannya dalam perekonomian provinsi Jambi, maka kota Jambi memiliki peran yang cukup strategis. Kontribusi PDRB kota Jambi terhadap PDRB provinsi Jambi pada periode yang sama menunjukkan angka 16,4 persen, atau tertinggi diantara 11 kabupaten kota yang ada di provinsi Jambi (BPS Jambi, 2018).

Kontribusi yang cukup besar perekonomian kota Jambi terhadap perekonomian provinsi Jambi, terutama didukung dengan peran sektor perdagangan yang sangat dominan dalam perekonomian kota Jambi, yaitu dengan kontribusi sebesar rata-rata 25,6 persen dan dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 8,1 persen. Hal ini sesuai dengan analisis Klassen, tentang pola dan struktur pertumbuhan ekonomi kota/kabupaten di suatu kawasan, maka Fungsi utama dari Kota Jambi adalah perdagangan dengan peran sebagai Pusat kegiatan ekonomi regional (Wahyudi, 2017). Sedangkan fungsi utama dari Kota dan Kabupaten lain di provinsi Jambi adalah sebagai sub-pusat kegiatan ekonomi regional, dengan sektor ekonomi unggulan di masing masing Kota dan Kabupaten dengan fungsi pendukung kota Jambi sebagai pusat pemerintahan dan perdagangan.

Tabel 1. Pertumbuhan Ekonomi dan Kontribusi Menurut Lapangan Usaha berdasarkan harga konstan 2010 Kota Jambi, tahun 2010 – 2018 (Persen)

No.	Lapangan Usaha	2010	2014	2018	Pertumbuhan Rata-Rata
1	Pertanian	1,4	1,2	1,3	2,5
2	Pertambangan	6,5	5,2	5,8	-8,4
3	Industri Pengolahan	12,8	12,6	12,6	4,9
4	Listrik, Gas, Dan Air	0,2	0,2	0,2	6,8
5	Bangunan	9,5	10,2	9,9	6,1
6	Perdagangan	24,5	26,6	25,6	8,1
7	Pengangkutan	17,3	17,4	17,2	6,8
8	Jasa Keuangan	11,1	11,7	11,7	6,1
9	Jasa – Jasa Lain	16,9	15,0	15,8	4,5
	PDRB Kota Jambi (Juta Rupiah)	100 11301692,2	100 14829480,1	100 18684015,7	5,7

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Kesempatan Kerja Kota Jambi.

Sebagai ibukota provinsi, Kota Jambi mempunyai jumlah angkatan kerja yang paling besar diantara 11 Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Jambi. Banyaknya angkatan kerja Kota Jambi mencapai 297.290 orang pada tahun 2018 atau 16,6 persen dari keseluruhan angkatan kerja yang ada di Provinsi Jambi (BPS Jambi, 2019). Hal ini disebabkan sebagai Pusat kegiatan ekonomi regional (Wahyudi, 2017), Kota Jambi dengan potensi ekonomi yang dimiliki telah menjadi harapan bagi masyarakat Kota Jambi dan wilayah lain untuk dapat menyediakan lapangan kerja. Namun demikian dengan jumlah angkatan kerja besar, maka tingkat pengangguran terbuka juga tinggi, yaitu sebesar 7,4 persen (BPS Jambi, 2019). Kondisi ini menjadi tantangan bagi Pemerintah Kota Jambi untuk menggali potensi ekonomi kota, sehingga dapat membuka kesempatan kerja lebih luas lagi.

Besarnya jumlah angkatan kerja yang bekerja di Kota Jambi dapat menjadi gambaran kesempatan kerja yang telah terbuka oleh setiap sektor-sektor ekonomi atau lapangan usaha yang ada. Dari hasil penelitian, terungkap bahwa kesempatan kerja menurut lapangan usaha yang dominan menyerap tenaga kerja adalah perdagangan, termasuk dalam sektor ini adalah sub sektor perdagangan besar, hotel dan restoran (BPS Jambi, 2018). Sektor Perdagangan di Kota Jambi telah menyediakan kesempatan kerja rata-rata sebesar 34,6 persen dalam periode tahun 2010 sampai 2018 dari seluruh kesempatan kerja yang tersedia. Sementara sektor kedua terbesar yang menyerap angkatan kerja adalah sektor Jasa-Jasa. Sektor ini terdiri dari sub sektor Jasa Pemerintah dan Jasa Swasta (BPS Jambi, 2018). Dalam periode yang sama Sektor Jasa menyediakan kesempatan kerja rata-rata sebesar 32,2 persen dari seluruh kesempatan kerja di kota Jambi. Sektor Jasa masih akan menjadi basis kesempatan kerja di kota Jambi mengingat angka pertumbuhan rata-rata per tahun sebesar 3,2 persen. Keadaan ini menegaskan bahwa kota Jambi mempunyai fungsi utama sebagai pusat perdagangan baik perdagangan besar maupun eceran guna mendukung distribusi barang dan jasa antar wilayah serta pusat jasa pelayanan pemerintahan, pelayanan pendidikan dan pelayanan kesehatan di Provinsi Jambi (Wahyudi, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian Mahilli (2008), bahwa perekonomian kota merupakan ujung tombak terjadinya transformasi struktur kesempatan kerja, yaitu dari angkatan kerja yang bekerja di sektor pertanian beralih ke industri pengolahan dan sektor perdagangan, hotel, restoran, serta jasa-jasa lainnya.

Tabel 2. Angkatan Kerja Yang Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan Kota Jambi, tahun 2010 – 2018 (Persen).

No	Lapangan Usaha	2010	2014	2018	Perkembangan
1	Pertanian	3,8	3,8	3,7	2,4
2	Pertambangan	1,5	1,0	0,6	-6,9
3	Industri Pengolahan	6,6	5,3	8,5	5,6
4	Listrik, Gas, Dan Air	0,1	0,9	0,4	13,2
5	Bangunan	8,6	10,2	8,3	2,2
6	Perdagangan	34,5	37,0	32,4	1,9
7	Pengangkutan	8,6	8,3	6,6	-0,4
8	Jasa Keuangan	2,6	6,0	4,0	7,6
9	Jasa – Jasa Lain	33,6	27,5	35,6	3,2
		100	100	100	
	Angkatan Kerja Bekerja	218.401	235.722	275.387	3,2

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Dari sisi status pekerjaan, angkatan kerja di kota Jambi lebih banyak yang bekerja dengan status berusaha dibantu buruh tetap dan sebagai buruh/pegawai/karyawan, atau mereka yang bekerja di sektor formal (BPS Jambi, 2019). Angkatan kerja yang bekerja di sektor formal kota Jambi dalam periode tahun 2010 sampai dengan 2018 rata-rata berjumlah 65,3 persen dari keseluruhan pekerja. Sedangkan sisanya sebanyak 34,7 persen bekerja dengan status berusaha sendiri, berusaha dibantu buruh tidak tetap, pekerja bebas dan pekerja keluarga, mereka ini pada umumnya dikelompokkan sebagai pekerja sektor informal. Tingginya pekerja dengan status pekerjaan utama sebagai pekerja sektor formal, disebabkan Kota Jambi merupakan kota yang tumbuh sebagai pusat perekonomian di Provinsi Jambi dan pusat pelayanan jasa pemerintahan. Dengan status pusat kegiatan ekonomi Provinsi Jambi, Investasi di Kota Jambi sangat beragam, baik perusahaan Perdagangan, Keuangan, dan Jasa. Keadaan ini mendorong berkembangnya pusat perbelanjaan dan bisnis ritel di Kota Jambi, baik skala besar ataupun sedang yang menyerap banyak pekerja sebagai buruh/karyawan/pegawai. Sebagai ibukota provinsi, Kota Jambi juga menjadi pusat pelayanan pemerintahan, pendidikan dan kesehatan, keadaan ini juga menyebabkan pekerja formal memberikan *share* yang paling besar dalam struktur kesempatan kerja di kota Jambi. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Prihanto dan Bhakti (2017) yang menemukan bahwa kesempatan kerja di provinsi Jambi di dominasi oleh pekerjaan sektor informal.

Tabel 3. Kontribusi Sektor Formal dan Sektor Informal Dalam Menyerap Angkatan Kerja Indonesia, tahun 2000 – 2018

Tahun	Sektor		Angkatan Kerja (Orang)
	Formal (%)	Informal (%)	
2010	63.5	36.5	218401
2012	69.9	30.1	226607
2014	57.5	42.5	235722
2016	66.1	33.9	261308
2018	67.0	33.0	275387
Rata- Rata (%)	65.3	34.7	
Perkembangan Rata- Rata (%)	3,2	1,5	2,6

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Kota Terhadap Kesempatan Kerja.

Pertumbuhan ekonomi merupakan dinamo pendorong kegiatan ekonomi daerah karena akan mendorong tumbuhnya produksi barang dan jasa dan memberikan kesempatan kerja bagi penduduk (Todaro dan Smith, 2014). Untuk mengkaitkan pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap kesempatan kerja di kota Jambi, maka model yang digunakan, yakni kita mengasumsikan bahwa Kesempatan Kerja (KK) merupakan fungsi dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Landasnya adalah teori bahwa pertumbuhan output mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kesempatan kerja melalui hubungan antara pasar barang dengan pasar tenaga kerja, di mana melalui mekanisme pasar terjadi pertemuan antara permintaan dan penawaran (Tambunan, 2003).

Kesempatan Kerja (KK) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) secara umum terbagi dalam 3 utama sektor ekonomi atau lapangan usaha, yaitu: 1). Sektor primer (Pertanian), yaitu lapangan usaha pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, tambangan dan penggalan; 2). Sektor sekunder (Industri), yaitu lapangan kerja industri pengolahan, listrik, gas dan air, serta bangunan; 3). Sektor tersier (Jasa), yaitu lapangan usaha perdagangan, hotel, restoran, pengangkutan, komunikasi, keuangan, sewa, dan jasa perusahaan, serta jasa-jasa termasuk pemerintah (Tambunan, 2003). Mengkaji keterkaitan antara pertumbuhan ekonomi dengan kesempatan kerja sektoral di kota Jambi diharapkan dapat memberikan penegasan sektor ekonomi mana yang harus dikembangkan guna menyerap tenaga kerja lebih besar lagi, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran.

Pengaruh pertumbuhan PDRB sektor pertanian terhadap kesempatan kerja sektor pertanian, berdasarkan tabel 4. menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, pada tingkat keyakinan 95 persen. Tidak pengaruhnya sektor pertanian kota Jambi dalam memberikan kesempatan kerja disebabkan sektor pertanian mempunyai peran yang sangat kecil baik dalam struktur pembentukan PDRB yang rata-rata hanya 1,3 persen pada periode tahun 2010 – 2018. Demikian juga dalam menyerap tenaga kerja, sektor pertanian di kota Jambi rata-rata menyerap tenaga kerja 3,8 persen. Sedangkan angka elastisitas kesempatan kerja di sektor pertanian sebesar -0,381. Angka elastisitas kesempatan kerja menunjukkan besarnya daya serap tenaga kerja akibat pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Chodijah, 2010). Dengan pendekatan ini akan didapat pola kesempatan kerja sekarang maupun masa lalu, serta akan diketahui juga kondisi kesempatan kerja dimasa yang akan datang. Nilai negatif pada elastisitas kesempatan kerja atau inelastis menunjukkan bahwa pertumbuhan PDRB sektor pertanian, justru akan menurunkan kesempatan kerja di sektor pertanian (Lestari, dan Marhaeni, 2016). Menurut Wahyudi (2017), keadaan ini menunjukkan sektor pertanian bukan sektor unggulan di wilayah perkotaan, khususnya kota Jambi yang tumbuh menjadi pusat perdagangan dan pemerintahan. Di pihak lain pertumbuhan yang cukup pesat sektor industri dan perdagangan di perkotaan selain menimbulkan tekanan terhadap lahan pertanian, juga mengakibatkan import makanan dan minuman serta hasil hasil pertanian lainnya menjadi murah (misalnya yang ada di toko retail besar maupun pedagang kaki lima). Keadaan ini juga berakibat usaha sektor pertanian di kota mengalami kemunduran terutama sisi penyerapan tenaga kerja.

Tabel 4. Hasil Estimasi Pengaruh Pertumbuhan Sektor Pertanian Terhadap Kesempatan Kerja Sektor Pertanian Di Kota Jambi.

No	Variabel	Coef.	Std.Error	t–statistik	Prob.
1	Constant	14,531	3,181	4,568	0,003
2	Ln PDRBPertanian	-0,381	0,235	-1,624	0,148
	R	0,523			
	R Square	0,274			
	Adjusted R Square	0,170			
	F – statistik	2,639			
	Prob (F – statistik)	0,148 ^a			

Sumber: Hasil Olah data.

Keterangan : ln PDRBPertanian : PDRB sektor pertanian,

Estimasi regresi pengaruh PDRB sektor industri terhadap kesempatan kerja di kota Jambi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada tingkat keyakinan di atas 95 persen. Hal ini juga diperkuat dengan besarnya elastisitas PDRB sektor industri terhadap kesempatan kerja, yang besarnya 0,679 atau elastis. Dengan tingkat elastisitas sebesar itu, maka jika terjadi kenaikan PDRB sektor industri sebesar 1 persen akan meningkatkan kesempatan kerja sebesar 0,678 persen. Walaupun masih dalam kategori inelastis, namun koefisien elastisitas kesempatan kerja pada sektor industri ini cukup tinggi dibandingkan sektor yang lain, baik pertanian maupun sektor jasa. Keadaan ini tidak lepas dari perkembangan pembangunan di kota Jambi yang memberi prioritas terhadap sektor industri, terutama industri menengah dan industri kecil yang mengolah bahan makanan dan industri yang menghasilkan barang konsumsi lainnya (BPS, 2018). Adanya prioritas yang besar terhadap sektor industri ini merupakan strategi pembangunan kota, sebab Sektor industri ini merupakan sektor yang paling cepat dalam menghasilkan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja yang relatif cukup besar (Tambunan, 2003). Oleh karena itu pemerintah kota pada umumnya memberikan kemudahan perijinan untuk investasi pada sektor industri di kota, sehingga berdampak pada perkembangan sektor industri di kota Jambi.

Masih inelastisnya koefisien elastisitas kesempatan kerja pada sektor industri ini menurut Arthur Lewis (dalam Todaro dan Smith, 2014), disebabkan penyerapan tenaga kerja pada sektor industri membutuhkan persyaratan yang tertentu yang relatif tinggi, terutama yang terkait dengan tingkat pendidikan dan ketrampilan yang harus dimiliki oleh tenaga kerja. Akibatnya banyak angkatan kerja yang berasal dari penduduk kota dan para pendatang di kota yang tidak memenuhi persyaratan tersebut, sulit untuk dapat diterima bekerja di sektor industri. Mereka yang tidak diterima pada sektor industri ini pada umumnya masuk ke sektor jasa-jasa yang tidak membutuhkan keterampilan tinggi, seperti pada sektor informal, pedagang kakilima, buruh kasar, membuka warung dan lain sebagainya (Prihanto dan Bhakti, 2017).

Tabel 5. Hasil Estimasi Pengaruh Pertumbuhan Sektor Industri Terhadap Kesempatan Kerja Sektor Industri Di Kota Jambi.

No	Variabel	Coef.	Std.Error	t–statistik	Prob.
1	Constant	0,447	1,959	0,228	0,826
2	Ln PDRBIndustri	0,679	0,131	5,203	0,001
	R	0,891			
	R Square	0,795			
	Adjusted R Square	0,765			
	F – statistik	27,070			
	Prob (F – statistik)	0,001 ^a			

Sumber: Hasil Olah data.

Sedangkan hasil persamaan regresi pengaruh PDRB sektor jasa terhadap kesempatan kerja di kota Jambi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada tingkat keyakinan di atas 95 persen. Hal ini juga diperkuat dengan besarnya elastisitas PDRB sektor jasa terhadap kesempatan kerja, yang besarnya 0,340. Besarnya tingkat elastisitas antara PDRB sektor jasa terhadap kesempatan kerja menunjukkan, bahwa jika terjadi kenaikan PDRB sektor jasa sebesar 1 persen akan meningkatkan kesempatan kerja sebesar 0,340 persen. Tidak elastisnya koefisien elastisitas kesempatan kerja pada sektor jasa ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahalli (2008), yang menemukan bahwa sektor perdagangan, hotel dan restoran serta sektor transportasi dan telekomunikasi di kota Medan juga memiliki koefisien elastisitas kesempatan kerja yang inelastis. Dalam penjelasannya Mahalli mengungkapkan bahwa inelastisnya koefisien kesempatan kerja sektor jasa ini disebabkan pertumbuhan nilai tambah sektor ini masih tergantung dan digerakkan oleh sektor ekonomi lainnya. Disamping itu ada kecenderungan sektor jasa utama yang berkembang di kota adalah sektor jasa yang berbasis padat modal dan padat teknologi, seperti jasa keuangan, transportasi dan telekomunikasi.

Tabel 6. Hasil Estimasi Pengaruh Pertumbuhan Sektor Jasa Terhadap Kesempatan Kerja Sektor Jasa Di Kota Jambi.

No	Variabel	Coef.	Std.Error	t–statistik	Prob.
1	Constant	6,667	1,081	6,168	0,000
2	Ln PDRBJasa	0,340	0,067	5,083	0,001
	R	0,887			
	R Square	0,787			
	Adjusted R Square	0,756			
	F – statistik	25,840			
	Prob (F – statistik)	0,001 ^a			

Sumber: Hasil Olah data.

Keterangan : **ln PDRBJasa** : PDRB sektor jasa,

Secara keseluruhan hasil persamaan regresi pengaruh PDRB terhadap kesempatan kerja di kota Jambi menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan pada tingkat keyakinan di atas 95 persen. Hal ini juga diperkuat dengan besarnya elastisitas PDRB kota Jambi terhadap kesempatan kerja, yang besarnya 0,430. Besarnya tingkat elastisitas PDRB total kota Jambi terhadap kesempatan kerja menunjukkan, bahwa jika terjadi pertumbuhan ekonomi kota Jambi sebesar 1 persen akan meningkatkan kesempatan kerja sebesar 0,430 persen. Walaupun secara keseluruhan koefisien kesempatan kerja untuk kota Jambi masih menunjukkan angka yang inelastis, artinya dengan pertumbuhan ekonomi 1 persen hanya mampu memberikan tambahan kesempatan kerja kurang dari 1 persen (Chodijah, 2010). Kondisi ini harus segera diatasi, terutama dengan merevisi strategi pembangunan kota dengan memperhatikan pengembangan sektor industri dan jasa yang lebih bersifat padat karya, sehingga dapat meningkatkan kesempatan kerja di kota, sehingga dapat mengeliminir berbagai dampak negatif perkotaan, seperti konflik sosial, kriminalitas dan berbagai masalah sosial, budaya, ekonomi dan politik lainnya.

Tabel 7. Hasil Estimasi Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kesempatan Kerja Di Kota Jambi.

No	Variabel	Coef.	Std.Error	t-statistik	Prob.
1	Constant	5,307	1,074	4,942	0,002
2	Ln PDRB	0,430	0,065	6,611	0,000
	R	0,928			
	R Square	0,862			
	Adjusted R Square	0,842			
	F – statistik	43,708			
	Prob (F – statistik)	0,000			

Sumber: Hasil Olah data.

Keterangan : ln PDRB : PDRB kota Jambi,

KESIMPULAN DAN SARAN

Rata-rata pertumbuhan ekonomi kota Jambi dalam periode tahun 2010 sampai dengan 2018 sebesar 5,7 persen. Walaupun pertumbuhan ekonomi kota Jambi tidak lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Provinsi Jambi, namun kota Jambi memiliki peran yang cukup strategis dalam perekonomian provinsi Jambi, dimana PDRB kota Jambi mempunyai kontribusi 16,4 persen terhadap PDRB provinsi Jambi, atau tertinggi diantara 11 kabupaten kota yang ada di provinsi Jambi. Sementara dalam periode yang sama kesempatan kerja di kota Jambi mengalami pertumbuhan rata-rata 3,2 persen per tahun. Dua sektor ekonomi utama yang memberikan kesempatan kerja di kota Jambi yaitu Sektor Perdagangan dan Sektor Jasa yang masing-masing menyediakan kesempatan kerja rata-rata sebesar 34,6 persen dan 32,2 persen dari seluruh kesempatan kerja yang tersedia. Hasil estimasi dengan regresi sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan PDRB terhadap kesempatan kerja di kota Jambi. Demikian juga untuk estimasi masing-masing sektor, pada sektor Industri dan sektor Jasa, hasil estimasi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan PDRB terhadap kesempatan kerja baik sektor Industri maupun sektor Jasa.

Melihat temuan penelitian ini, maka perlu disarankan pemerintah kota Jambi untuk mempertahankan bahkan meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota, agar dapat menyediakan kesempatan kerja yang cukup untuk mengantisipasi pertumbuhan angkatan kerja. Hal ini didasarkan pada potensi strategis kota Jambi sebagai pusat perdagangan dan pusat pemerintahan regional. Dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kota, pemerintah kota perlu memperhatikan perkembangan dan arah kebijakan pembangunan industri pengolahan, baik industri rumah tangga, industri kecil, maupun industri menengah dan besar. Sektor industri ini selain merupakan sektor strategis karena disamping sumber pertumbuhan nilai tambah, juga mempunyai elastisitas kesempatan kerja yang cukup besar, sehingga diharapkan sektor ini dapat berkesinambungan memberi kesempatan kerja di kota Jambi. Selain sektor industri, sektor Jasa merupakan sektor potensial yang harus dikembangkan di kota Jambi. Sektor Jasa disamping dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, juga mempunyai kontribusi besar dalam pembentukan PDRB kota Jambi. Sebagai kota pusat pemerintahan Provinsi Jambi, kota Jambi masih perlu mengembangkan sektor Jasa selain perdagangan, seperti jasa keuangan, akomodasi dan pariwisata, serta jasa pelayanan kesehatan dan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2019. Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Provinsi Jambi, Februari 2019. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jambi, Jambi.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Tinjauan Ekonomi Kabupaten/Kota SeProvinsi Jambi 2013-2017. Kantor Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, Jambi.

- Badan Pusat Statistik. 2019. Analisis Situasi Ketenagakerjaan Provinsi Jambi 2018. Kantor Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, Jambi.
- Badan Pusat Statistik. 2019a. Jambi Dalam Angka 2018. Kantor BPS Kota Jambi, Jambi.
- Chodijah, Rosmiyati, 2010. Elastisitas Kesempatan Kerja Berdasarkan Produktivitas Sektor Perekonomian Di Sumatera Selatan, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 8, No. 1, Juni 2010*, 40 – 48. <http://ejournal2.unsri.ac.id/index.php/jep/article/download>.
- Cuevas, Sining; Christian Mina; Marissa Barcnas; and Aleli Rosario, 2009. *Informal Employment in Indonesia*. ADB Economics Working Paper Series No. 156. Asian Development Bank, Metro Manila, Philippines
- Hakim, Arif Rahman, Dkk. 2017. *Perubahan Struktur Ekonomi Dan Kesempatan Kerja Di Indonesia (Analisa Input Output)*. Makalah dalam “Konferensi Nasional Penelitian Matematika dan Pembelajarannya II (KNPMP II) 58 Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 18 Maret 2017
- Harahap, Fitri Ramdhani, 2013. Dampak Urbanisasi Bagi Perkembangan Kota Di Indonesia. *Jurnal Society, Vol. 1, No.1, Juni 2013*. 36 – 45. <https://www.researchgate.net/publication/fulltext>
- Mahalli, Kasyful. 2008. Kesempatan Kerja Dan Pertumbuhan Ekonomi Kota Medan. *Wahana Hijau, Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah, Vol.3, No.3, April 2008*, 127 – 135. <https://repository.usu.ac.id/bitstream> > ,
- Mardiansjah, F. H., Handayani, W., & Setyono, J. S. 2018. Pertumbuhan Penduduk Perkotaan dan Perkembangan Pola Distribusinya pada Kawasan Metropolitan Surakarta. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan, 6(3)*, 215-233. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jwl>.
- Lestari, Ni Wayan Yuni; A.A.I.N. Marhaeni. 2016. Elastisitas Kesempatan Kerja Sektoral di Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud, 5 [12]: 1513-1538*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/24582>.
- Organisasi Perburuhan Internasional, 2017. *Laporan Ketenagakerjaan Indonesia 2017: Memanfaatkan Teknologi untuk Pertumbuhan dan Penciptaan Lapangan Kerja*. Organisasi Perburuhan Internasional, Kantor Jakarta; ILO.
- Pitoyo, AJ, 2007. *Dinamika Sektor Informal Di Indonesia, Prospek, Perkembangannya dan Kedudukannya dalam Sistem Ekonomi Makro*, *Jurnal Populasi 18 (2) 2007*, 129 – 146. <https://jurnal.ugm.ac.id/populasi/article/view/12081>.
- Prihanto, Purwaka Hari; Adi Bhakti, 2017. Profile of informal sector workers and factors affecting informal sector employment in Jambi Province. *Journal of Perspectives on Financing and Regional Development Vol 5 No 2 (2017)*. 63 – 70. <https://online-journal.unja.ac.id/JES/article/view/4417>.
- Tambunan, Tulus T.H. 2003. *Perekonomian Indonesia: beberapa isu penting*. Penerbit: *Ghalia Indonesia*, Jakarta.
- Todaro, Michael P dan Smith, Stephen C. 2014. *Pembangunan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Trianto, Anton. 2017. Elastisitas Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Akuisisi-Vol 13 No. 1, April 2017*, 15 - 38. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/132/99>.
- Wahyudi, Ade. 2017. Kajian Fungsi Dan Peran Kota Dan Kabupaten Di Bidang Ekonomi Dalam Penyelenggaraan Metropolitan Cirebon Raya. *Jurnal Plano Madani Volume 6 Nomor 1, April 2017*, 36 – 45. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/planomadani>.

ERA BARU: PERSEPSI MENDASAR WAJIB PAJAK TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN PAJAK

Gandy Wahyu Maulana Zulma¹⁾ Lutfi²⁾, Muhammad Gowon³⁾

^{1,2,3)} Prodi Akuntansi FEB Universitas Jambi

Korespondensi email : maulanagandi25@gmail.com

Abstract.

The aim of this study to investigate empirical evidence about the fundamental perceptions of taxpayers related to tax administration and tax policy on tax compliance. This research is a quantitative study using a questionnaire in 5 Likert scales. The sample of observations in this study amounted to 110 respondents with different backgrounds. The results of this study indicate that there is a proven positive effect between the fundamental perceptions of taxpayers from administrative factors and tax policies on tax compliance. The higher the taxpayer's perception of the tax administration and government tax policy, the higher the taxpayer's motivation to comply with it.

Keywords: Tax Administration, Tax Compliance, Tax Policy, and Perceptions of Taxpayers

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai persepsi mendasar wajib pajak yang dikaitkan dengan administrasi dan kebijakan pajak yang dirasakan oleh wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan pajak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam 5 skala likert. Sampel observasi dalam penelitian ini berjumlah 110 responden subjek pajak yang terdiri dari berbagai latar belakang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi mendasar wajib pajak dari segi administrasi maupun kebijakan pajak terhadap kepatuhan pajak. Semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap administrasi dan kebijakan pajak yang mereka alami, maka semakin tinggi pula motivasi wajib pajak untuk patuh.

Kata Kunci: Administrasi Perpajakan, Kebijakan Pajak, Kepatuhan Pajak, dan Persepsi Wajib Pajak

PENDAHULUAN

Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Indonesia dapat terlihat dari stagnannya penerimaan pajak yang berbanding terbalik dengan pengeluaran negara yang terus meningkat. Penerimaan pajak hingga 2018 baru mencapai Rp 1.016,52 triliun dari target seharusnya mencapai Rp 1.424 triliun dengan persentase pencapaian 71,39% dari target APBN 2018. Selain itu, apabila mengacu pada target pajak tahun 2019 yang lebih tinggi yaitu sebesar Rp 1.577,6 triliun dengan tax ratio 12,11% membuat posisi pemerintah semakin sulit untuk meningkatkan penerimaan pajak di Indonesia (Inside Tax, 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah masih mengalami masalah mengenai rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Indonesia

Banyak literatur sebelumnya yang berusaha untuk menjelaskan mengenai fenomena kepatuhan pajak di setiap negara yang dijelaskan baik secara aspek ekonomi maupun non ekonomi, namun secara umum hasilnya dapat dikatakan hanya bersifat dugaan dan prediksi semata. Beberapa penelitian dengan paradigma neo klasik membahas mengenai sebuah

pertanyaan besar yang perlu dijawab untuk mempelajari perilaku wajib pajak tentang “perluakah orang membayar pajak disaat mereka mempunyai kesempatan untuk menghindarinya?”, sampai sekarang pertanyaan ini masih sulit dijelaskan dan memunculkan banyak alternatif penjelasan sehingga semakin menarik untuk terus dieksplorasi mengenai dasar perilaku wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya (Ritsatos, 2014).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan di Negara berkembang seperti Afrika, Ghana dan Uganda menunjukkan hasil bahwa kepatuhan pajak sangat dipengaruhi oleh karakteristik, maupun moral masyarakat untuk menghindari pajak. Selain itu, faktor administrasi pajak di Negara berkembang yang dinilai kurang baik dapat merubah persepsi masyarakat untuk tidak membayar pajak (James dan Alley, 2004). Menarik untuk melihat bagaimana faktor-faktor tersebut seperti yang dialami oleh 3 negara berkembang di atas jika diterapkan di Indonesia yang notabene juga merupakan negara berkembang.

Penelitian ini berusaha menggambarkan bagaimana persepsi mendasar wajib pajak di Indonesia yang dilihat berdasarkan pandangannya mengenai administrasi pajak serta kebijakan perpajakan yang berlaku dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya. Dalam tujuan mewujudkan keadilan social, kebijakan perpajakan dapat dijadikan solusi alternatif, mekanisme distribusi anggaran jadi andalan di beberapa negara berkembang, baik melalui subsidi, bantuan tunai, anggaran pendidikan dan lain-lain, namun dalam jangka panjang cenderung dampak distributif yang dihasilkan relatif menurun (Coady, de Mooij, dan Shang; 2015).

Dalam kaitannya dengan penerapan kebijakan di dunia perpajakan yang telah ditempuh oleh pemerintah seperti pemberian insentif terhadap tarif pajak, fasilitas bagi kegiatan pendidikan dan keagamaan, hingga pengecualian objek PPN atas barang kebutuhan primer seharusnya dapat secara optimal meningkatkan kepatuhan pajak karena manfaat yang telah dirasakan oleh masyarakat. Selain itu, mengenai administrasi perpajakan sudah menjadi agenda klasik yang selalu muncul dalam regulasi perpajakan. Meskipun, dalam kenyataannya banyak negara-negara lain yang mengalami kegagalan dalam menerapkan reformasi perpajakan karena melaksanakan perbaikan administrasi pajak tetapi tidak ditunjang dengan perbaikan tatakelola dan kualitas sumberdaya manusia nya (Bird, R.M., 2015).

Berdasarkan topik menarik dan permasalahan kepatuhan pajak yang terjadi di Indonesia, penelitian ini bermaksud mengisi gap penelitian dengan cara berkontribusi pada eksplorasi jawaban atas pertanyaan mengenai persepsi mendasar wajib pajak yang mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak dengan menetapkan hubungan antara alasan Wajib pajak untuk tidak membayar pajak dan faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk taat membayar pajak.

Dasar teori kepatuhan pajak berakar pada James and Alley's (2004) yang melakukan presentasi tipologi pendekatan kepatuhan pajak berdasarkan pendekatan ekonomi dan pendekatan perilaku. Pendekatan ekonomi melihat persepsi wajib pajak ditentukan oleh rasionalitas yang ditunjukkan oleh trade-off antara menimbang manfaat yang diharapkan dari menghindari pajak dengan risiko deteksi dan sanksi hukuman apabila melanggar peraturan pajak. Dalam pendekatan ini, wajib pajak diasumsikan akan memaksimalkan keuntungan dan kekayaan pribadi sehingga wajib pajak dianggap cenderung mempertimbangkan keuntungan dari penghindaran pajak dibandingkan risiko sanksi yang akan diterima jika terdeteksi melakukan pelanggaran.

Berbeda dengan teori di atas, Sanya dan Mulondo (2015) menunjukkan bahwa dalam kenyataannya tidak semua wajib pajak menghindari pajak, masih banyak individu maupun badan yang memiliki kesadaran yang baik sehingga kepatuhan pajaknya juga baik, sehingga pendekatan ekonomi rasional tidak selalu dapat dijadikan acuan dalam menggambarkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan kedua teori di atas, penelitian ini berusaha untuk menghubungkan teori-teori tersebut dengan mengeksplorasi persepsi wajib pajak orang pribadi yang dianggap rasional dan memiliki ego untuk memaksimalkan keuntungan, namun wajib pajak juga mempunyai sikap, kepercayaan, norma, dan peran yang berbeda dengan otoritas pajak yang perlu dipahami agar dapat mewujudkan system perpajakan yang lebih baik.

Administrasi Pajak dan Kepatuhan Pajak

Pada literatur sebelumnya dan teori kepatuhan pajak menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak biasanya sangat berhubungan dengan bagaimana bentuk administrasi pajak di suatu negara (Bagchi et.al, 1995). Dalam mewujudkan administrasi pajak yang efektif tentunya perlu untuk membangun lingkungan dimana masyarakat didorong untuk mematuhi undang-undang perpajakan secara sukarela yang sejalan dengan teori kepatuhan di atas yang menunjukkan bahwa terdapat wajib pajak yang memiliki kesadaran yang baik atau secara sukarela taat membayar pajak. Lingkungan ini dapat terwujud apabila masyarakat mempunyai alasan yang kuat untuk tetap patuh terhadap aturan pajak seperti yang telah diidentifikasi oleh Frey dan Torgler (2007) misalnya seperti faktor suara wajib pajak, akuntabilitas pajak dan efektivitas pemerintah.

Dalam meningkatkan kesadaran pajak, pemerintah Indonesia melakukan berbagai perbaikan terhadap sistem pelayanan perpajakan seperti memperluas cakupan tempat pemberian pelayanan pajak, perluasan cakupan e-filling dan memberikan kemudahan restitusi pajak. Dibidang pengawasan, pemerintah berusaha mengimplementasikan akses informasi keuangan secara online, dan membenahi basis data perpajakan di Indonesia serta menerapkan pengawasan wajib pajak berbasis risiko/compliance risk management (Inside Tax, 2019). Perbaikan administrasi perpajakan merupakan agenda pemerintah dalam reformasi pajak untuk menunjang kesadaran wajib pajak dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan literatur sebelumnya dan upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Penelitian ini bermaksud untuk menguji secara empiris apakah persepsi mendasar wajib pajak dalam hal administrasi perpajakan yang digambarkan melalui transparansi sistem perpajakan, akuntabilitas dan kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah, serta efektivitas pemerintah dalam mengelola penerimaan pajak dengan baik yang dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Seperti yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya seperti Antonides dan Robben (1995) dan Webley (2004). Berdasarkan literature sebelumnya, maka penelitian ini menduga bahwa persepsi wajib pajak terhadap administrasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan pajak.

H1: Administrasi Perpajakan (tax administration) berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak (compliance tax)

Kebijakan Pajak dan Kepatuhan Pajak

Simons dan Cheng (1996) mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak seperti persepsi wajib pajak terkait ketidakadilan dalam sistem perpajakan, tingkat tarif pajak yang berlaku, bagaimana persepsi wajib pajak

mengenai nilai dan kebijakan distribusi pengeluaran pajak pemerintah, serta persepsi terkait penghindaran pajak dengan memanfaatkan kelemahan aturan pajak yang terjadi di sekitar lingkungan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa wajib pajak dapat merespon faktor-faktor tersebut sebagai dasar mereka untuk menentukan sikap dalam mematuhi aturan perpajakan. Apabila mereka menilai bahwa kebijakan perpajakan sudah berjalan dengan baik, maka wajib pajak akan semakin mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

Dalam tujuan penegakan hukum, pemerintah Indonesia telah berupaya melaksanakan penegakan hukum (law enforcement) secara berkeadilan. Selain itu, pemerintah telah berusaha dalam meningkatkan mutu pemeriksaan melalui perbaikan tatakelola pemeriksaan hingga saat ini. Untuk kebijakan secara khusus mengenai kepabeanan dan cukai, pemerintah berusaha menurunkan biaya logistic, menambah perluasan fasilitas kemudahan impor tujuan ekspor (KITE) untuk industri kecil dan menengah, serta memberantas penyelundupan dan penertiban barang kena cukai illegal (Inside tax, 2019). Kebijakan-kebijakan tersebut diambil oleh pemerintah dalam rangka untuk menertibkan serta meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia. Berdasarkan tinjauan literatur dan kebijakan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah, maka penelitian ini menduga bahwa persepsi wajib pajak terhadap kebijakan pemerintah dalam menangani masalah mengenai tingkat tarif pajak yang ditetapkan serta pendistribusian pajak dapat meningkatkan kepatuhan masyarakat dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya.

H2: Kebijakan Pajak (tax policy) berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak (compliance tax)

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan wajib pajak dalam negeri baik yang bekerja sebagai pegawai tetap maupun tidak tetap, pemilik usaha, pegawai negeri sipil dan lain-lain. Sampel dikumpulkan berdasarkan kuesioner yang disebar secara langsung melalui asistensi penelitian serta sebagian kuesioner juga disebar melalui elektronik. Berdasarkan 300 kuesioner fisik yang disebar secara langsung kepada responden, diterima kembali kuesioner yang layak sebanyak 95 responden dengan tingkat persentase pengembalian 31,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 15 responden diperoleh dari kuesioner elektronik, sehingga total keseluruhan sebanyak 110 sampel observasi yang dapat dijadikan data dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya kepedulian responden dalam mengisi kuesioner penelitian di Indonesia, khususnya untuk kuesioner yang dikirimkan melalui email.

Model Penelitian

Untuk menguji hipotesis 1 dan 2 dalam penelitian ini digunakan aplikasi pengolahan data yaitu IBM SPSS Statistic 23 dengan model regresi berganda yang telah memenuhi serangkaian uji asumsi klasik seperti uji validitas dan reliabilitas baik terhadap butir pernyataan kuesioner untuk variabel independen maupun dependen. Kemudian, uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi yang mengacu pada Imam Ghozali (2011). Adapun model persamaan regresi berganda, sebagai berikut:

$$\text{Tax_Compliance} = \beta_0 + \beta_1 \text{Tax_Administration} + \beta_2 \text{Tax_Policy} + \epsilon_{it} \dots\dots(1)$$

Operasionalisasi Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel kepatuhan pajak (Tax_Compliance) yang diukur berdasarkan aspek pendistribusian pajak (3 butir pernyataan) dan aspek persepsi ketidaksetaraan (5 butir pernyataan) yang diukur dengan menggunakan 5

skala likert dimulai dari jawaban sangat tidak setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Selain itu, penelitian ini mempunyai 2 variabel independen yaitu variabel Tax_Administration dan Tax_Policy. Adapun variabel Tax_Administration diukur berdasarkan aspek transparansi sistem perpajakan (4 butir pernyataan), akuntabilitas dan pendapat wajib pajak (4 butir pernyataan), serta efektivitas pemerintahan (3 butir pernyataan). Sedangkan variabel Tax_Policy diukur berdasarkan persepsi terkait tarif pajak (3 butir pernyataan), dan persepsi terkait penghindaran pajak (3 butir pernyataan). Keseluruhan pernyataan dalam kuesioner disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan teori dan literatur serta fenomena yang terjadi mengenai persepsi mendasar wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan pajak di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Statistik

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat karakteristik dari responden dalam penelitian ini yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, kepemilikan NPWP, pengalaman melapor SPT serta aplikasi pajak yang digunakan. Dapat dilihat bahwa responden di dominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 70% dan sisanya perempuan yang secara umum berada diusia lebih dari 30 tahun (60%) dengan pekerjaan sebagai karyawan tetap sebanyak 60,9%, pegawai tidak tetap sebanyak 4,5%, pemilik usaha sebanyak 16,4% dan sisanya tidak memberikan keterangan mengenai pekerjaannya. Selain itu, dari keseluruhan responden yang ditemui ternyata masih terdapat sekitar 35,5% belum mempunyai NPWP dan 37,3% tidak melaporkan SPT. Sedangkan aplikasi pajak yang favorit untuk digunakan yaitu aplikasi e-filing (61,8%) dan e-spt (19,1%). Berdasarkan karakteristik dari responden yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristiknya cukup bervariasi sehingga diharapkan dapat menunjang variabel dalam model penelitian ini.

Tabel 1. Deskriptif Responden

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	77	70.0%
	b. Perempuan	33	30.0%
	Jumlah	110	100.0%
2	Umur		
	a. <20 Tahun	6	5.5%
	b. 20 s.d 30 Tahun	38	34.5%
	c. >30 Tahun	66	60.0%
	Jumlah	110	100.0%
3	Pekerjaan		
	a. Karyawan Tetap	67	60.9%
	b. Tidak Tetap	5	4.5%
	c. Pemilik Usaha	18	16.4%
	d. N/A	20	18.2%
	Jumlah	110	100.00%
4	Memiliki NPWP		
	a. Ya	71	64.5%
	b. Tidak	39	35.5%
	Jumlah	110	100.00%

5	Lapor SPT		
	a. Ya	69	62.7%
	b. Tidak	41	37.3%
	Jumlah	110	100.00%
6	Aplikasi Pajak		
	a. e-filling	68	61,8%
	b. e-spt	21	19,1%
	c. e-faktur	8	7,3%
	d. e-billing	13	11,8%

Sumber: Data diolah (2019)

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 menunjukkan ringkasan dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari butir soal yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Wiratna Sujarweni (2014), suatu butir soal yang digunakan dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Dalam penelitian ini, awalnya terdapat 25 butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian. Namun, sebagian butir pernyataan harus dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria validitas yang telah ditetapkan. Setelah butir pernyataan tersebut dikeluarkan kemudian dilakukan ulang pengujian validitas, sehingga menghasilkan sebanyak 21 butir pernyataan yang memenuhi kriteria validitas.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel			
No Butir Soal	r_{hitung}	r_{tabel} 5% ($n = 110$)	Kriteria
Variabel Independen			
<i>Tax_Administration</i>			
(x_1)			
x1.1	0.51	0.19	Valid
x1.2	0.48	0.19	Valid
x1.4	0.70	0.19	Valid
x1.5	0.69	0.19	Valid
x1.6	0.64	0.19	Valid
x1.7	0.51	0.19	Valid
x1.8	0.64	0.19	Valid
x1.9	0.67	0.19	Valid
x1.10	0.65	0.19	Valid
x1.11	0.75	0.19	Valid
<i>Tax_Policy</i> (x_2)			
x2.1	0.77	0.19	Valid
x2.2	0.74	0.19	Valid
Guttman-Split Coeficient	Half 0.85	0.80	Reliabel

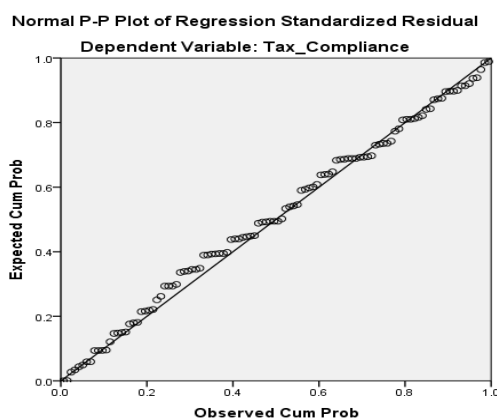
Variabel Dependen			
<i>Tax Compliance (y)</i>			
y1	0.48	0.19	Valid
y3	0.53	0.19	Valid
y4	0.45	0.19	Valid
y5	0.46	0.19	Valid
y6	0.52	0.19	Valid
y7	0.63	0.19	Valid
y8	0.66	0.19	Valid
Guttman-Split	Half		Reliabel
Coeficient	0.82	0.80	

Sumber: Data diolah (2019)

Dalam pengujian reliabilitas, penelitian ini menggunakan metode Guttman Split-Half Coefficient. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan “reliable” apabila nilai korelasi Guttman Split-Half Coefficient lebih dari 0,80 (Jonathan Sarwono, 2006). Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa pada variabel independen yang diukur terdapat nilai Guttman Split-Half Coefficient sebesar 0,85 yang lebih besar dari 0,80 sehingga dapat dikatakan bahwa instrument yang digunakan untuk mengukur kedua variabel independen dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Selain itu, pada variabel dependen yang diamati terdapat nilai Guttman Split-Half Coefficient sebesar 0,82 yang lebih besar dari 0,80. Berdasarkan nilai di atas, dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan untuk variabel dependen maupun independen sudah memenuhi kriteria reliabilitas maupun validitas yang disyaratkan.

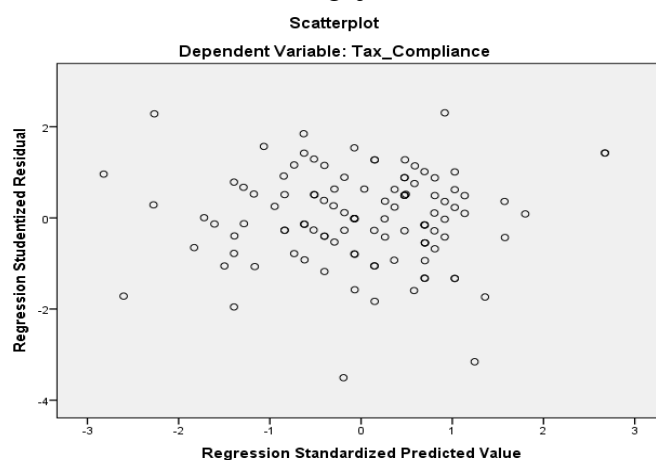
Pengujian Hipotesis

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan regresi berganda, tentunya model harus memenuhi asumsi klasik yang disyaratkan dalam pengujian statistik seperti uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Menurut Imam Ghozali (2011), suatu model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik (plot) yang menggambarkan kondisi data sebenarnya telah mengikuti garis diagonal dalam grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Pada gambar 1, dapat dilihat bahwa titik-titik data sebenarnya berada disekitar garis diagonal atau mengikuti garis diagonal grafik. Sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam model regresi penelitian ini sudah berdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Imam Ghozali (2011) menyatakan bahwa tidak akan terjadi gejala multikolinearitas yang sering terjadi pada model regresi berganda, apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 0,10. Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa baik nilai Tolerance maupun nilai VIF sudah memenuhi kriteria yang baik, sehingga dapat dikatakan bahwa model terbebas dari gejala multikolinearitas. Selain itu, untuk menguji model yang digunakan terbebas dari gejala heteroskedastisitas dapat digunakan gambar scatterplot. Imam Ghozali (2011) menyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, dan menyempit) pada gambar scatterplot, serta titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa titik-titik dalam scatterplot tidak menunjukkan pola dan berada diatas angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2. Grafik Scatter Plot

Selanjutnya, dalam pengujian autokorelasi tentunya perlu memastikan nilai Durbin Watson berada diantara nilai (du) sampai dengan (4-du) yang menunjukkan syarat terbebasnya suatu model dari gejala autokorelasi (Imam Ghozali, 2011). Nilai (du) dapat diperoleh dengan menggunakan tabel durbin watson yang mengacu pada indikator jumlah variabel terikat ($K=2$) dan jumlah sampel ($N=110$) dengan taraf signifikansi 5%, sehingga nilai (du) diperoleh sebesar 1,73. Apabila digambarkan dalam kriteria yang dimaksud di atas, nilai $du (1,73) < \text{Durbin-Watson} (2,00) < 4-du (2,27)$, artinya nilai durbin watson sudah berada diantara nilai yang disyaratkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model.

Dalam pengujian hipotesis terkait pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji-t parsial (pengaruh sendiri-sendiri) dan uji-F simultan (pengaruh bersama-sama). Imam Ghozali (2011) menyatakan bahwa apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa nilai variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa pada hipotesis pertama mengenai pengaruh positif variabel Tax Administration (x_1) terhadap variabel Tax Compliance (y) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien arah positif sebesar 5,17 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 terbukti sesuai dengan prediksi.

Tabel 3. Uji Hipotesis H₁ dan H₂

<i>Variabel Independen</i>	Prediksi Arah	<i>Variabel Dependen</i> <i>Tax Compliance</i>
<i>Intercept</i>		5,84*** (1,35)
<i>Tax Administration</i>	+	5,17*** (0,06)
<i>Tax Policy</i>	+	2,90*** (0,29)
R-squared		0,59
Tolerance		0,38
VIF		2,60
Prob (F-Stat)		0.00
Durbin-Watson Stat		2,00
# Jumlah Observasi		110

Sumber: Data diolah (2019)

Jumlah observasi dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yang merupakan subjek pajak dalam negeri yang terdiri dari berbagai latar belakang seperti pekerja tetap maupun tidak tetap, serta pelaku usaha di Indonesia. Data yang digunakan berasal dari pengumpulan kuesioner yang dilakukan baik secara elektronik maupun secara langsung. Nilai setiap variabel diukur berdasarkan 5 skala likert yang terdiri dari jawaban “Sangat Tidak Setuju (STS)” hingga “Sangat Setuju (SS)”. Tanda ***, **, dan * mengindikasikan signifikansi level 0.01, 0.05, dan 0.10 (*one-tailed*).

Hipotesis 2, terkait pengaruh positif variabel Tax Policy (x₂) terhadap variabel Tax Compliance (y) dapat dilihat pada tabel 3 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0,05 dengan nilai koefisien positif sebesar 2,90 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 juga terbukti sesuai dengan prediksi. Artinya, semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap kebijakan perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pajak. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel Tax Administration (Administrasi Pajak) dan Tax Policy (Kebijakan Pajak) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependennya yaitu Tax Compliance (Kepatuhan Pajak).

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai prob (F-stat) yang diperoleh dari tabel ANOVA sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen dengan nilai R-Squared sebesar 0,59.

Diskusi Hasil

Pengaruh Administrasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak

Dalam pengujian hipotesis yang telah dilakukan terbukti bahwa terdapat pengaruh positif antara administrasi perpajakan dengan kepatuhan pajak. Hal ini mendukung temuan penelitian Antonides dan Robben (1995) dan Webley (2004) yang menyatakan bahwa persepsi mendasar wajib pajak yang berkaitan dengan administrasi perpajakan yang digambarkan melalui transparansi sistem perpajakan, akuntabilitas dan

kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah, serta efektivitas pengelolaan pajak oleh pemerintah tentunya akan dapat meningkatkan kepatuhan pajak di suatu negara.

Administrasi pajak yang baik tidak cukup hanya dilihat dari kemampuannya dalam mengumpulkan penerimaan pajak, namun juga perlu dilihat dari hubungan kerjasama yang terjalin antara pemangku kepentingan dengan wajib pajak. Dalam beberapa tahun ini pemerintah sepertinya sedang fokus dalam menjalankan reformasi perpajakan agar tercipta lingkungan yang lebih kondusif antara pemerintah dan wajib pajak. Pembentukan administrasi pajak memang tidak dapat dilepaskan dari reformasi pajak, apabila reformasi pajak dapat berjalan dengan baik tentunya dapat menciptakan kepatuhan pajak yang tinggi di Indonesia.

Reformasi pajak yang dilakukan tentunya diharapkan dapat membangun kondisi dimana institusi pajak menjadi semakin kuat, kredibel, dan akuntabel yang mempunyai proses bisnis yang efektif dan efisien. Reformasi di area administrasi pajak tentunya memegang peranan penting, perubahan administrasi pajak harus disusun dengan mempertimbangkan situasi pajak dan ekonomi baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Selain itu, administrasi pajak harus mampu menggambarkan era transparansi di sektor pajak yang diwujudkan dalam keterbukaan baik dari sisi wajib pajak maupun otoritas pajak. Kemudian hak-hak dari wajib pajak harus semakin dihormati dalam interaksi antara otoritas dan wajib pajak sehingga dimasa depan diharapkan dapat mewujudkan suatu paradigma baru yang disebut dengan “cooperative compliance”.

Robbert Veldhuizen (2015) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan cooperative compliance merupakan bentuk paradigma yang mensyaratkan adanya hubungan yang terjalin atas dasar transparansi, keterbukaan, saling percaya dan saling memahami antar wajib pajak, otoritas pajak, dan konsultan pajak. Dengan kata lain, isu pajak yang dapat menjadi persoalan sengketa yang terjadi selama ini dapat dicegah dan didiskusikan sejak awal sehingga menciptakan keterbukaan informasi dan kesetaraan dalam pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan yang membuat wajib pajak merasa dilayani dengan baik dan pada akhirnya akan berdampak besar terhadap peningkatan kepatuhan pajak di Indonesia.

Pengaruh Kebijakan Pajak terhadap Kepatuhan Pajak

Semakin tinggi persepsi mendasar wajib pajak terhadap kebijakan pajak yang diterapkan oleh pemerintah, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini terbukti pada hipotesis 2 yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara kebijakan pajak dengan kepatuhan pajak, hasil penelitian ini mendukung temuan Simons dan Cheng (1996) yang telah melakukan identifikasi terhadap faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak dan menemukan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak memang sangat bergantung dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam mengatur perpajakan di suatu negara.

Suatu kebijakan yang baik tentunya harus dirancang dengan mempertimbangkan kapasitas administrasi yang menjalankan kebijakan tersebut. Administrasi pajak yang labil dan korup haruslah dihindari karena dapat menciptakan turunnya kepercayaan terhadap pemerintah yang akhirnya justru melemahkan kepatuhan pajak yang sudah dibangun selama ini. Secara normatif, kebijakan pajak tentunya harus menuju “first best policy” yang mengedepankan faktor-faktor efisiensi, netralitas dan sebagainya (Darussalam et.al, 2019).

Brooks dan Hwong (2006) menyatakan bahwa pajak dapat menimbulkan harga yang harus dibayar yaitu biaya ekonomi. Akan tetapi, perlu diingat bahwa pemungutan pajak dilakukan demi tujuan manfaat yang lebih besar, tidak hanya sebatas masalah ekonomi namun lebih ke sisi moralitas. Oleh sebab itu, setiap kebijakan pajak harusnya dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuan yang lebih besar yaitu mengarahkan masyarakat pada kesejahteraan dan keadilan social.

Kebijakan pajak sebagai wujud reformasi sistem perpajakan tentunya harus mampu beradaptasi dengan setiap pihak yang terlibat didalamnya. Selain itu, kebijakan-kebijakan yang dibangun juga perlu memperhatikan kebijakan di negara lain. Dengan adanya hubungan kerjasama antara Indonesia dengan negara lain tentunya dapat berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap kondisi ekonomi dan situasi pajak di negara lain. Melalui pajak tentunya dapat menggerakkan mobilitas sumberdaya baik modal maupun tenaga kerja, dan pilihan investasi tentunya.

Selain itu, pemerintah juga perlu merumuskan strategi dalam meningkatkan kepatuhan pajak dengan fokus terhadap penegakan hukum yang adil dan tegas, melakukan pemeriksaan yang terukur dan sistematis, memberi pelayanan dan sosialisasi mengenai kebijakan kepada masyarakat dan mempermudah segala urusan administrasi di kantor pajak. Semakin baik pemerintah dalam memperlakukan wajib pajak, semakin tinggi pula motivasi wajib pajak untuk patuh. Dengan demikian, diharapkan dapat terwujudnya suatu kebijakan yang mampu mendongkrak tingkat kepatuhan pajak di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari persepsi mendasar wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan pajak di Indonesia. Penelitian ini berusaha mengeksplorasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepatuhan pajak dengan melihat dari 2 perspektif mendasar seperti administrasi perpajakan dan kebijakan pajak yang diterapkan oleh pemerintah. Hasilnya terbukti bahwa persepsi mendasar terkait administrasi dan kebijakan perpajakan mampu untuk meningkatkan kepatuhan masyarakat dalam menuntaskan hak dan kewajiban perpajakannya.

Administrasi pajak yang baik tidak cukup hanya dilihat dari kemampuannya dalam mengumpulkan penerimaan pajak, namun juga perlu dilihat dari hubungan kerjasama yang terjalin antara pemangku kepentingan dengan wajib pajak. Sedangkan Kebijakan pajak sebagai wujud reformasi sistem perpajakan tentunya harus mampu beradaptasi dengan setiap pihak yang terlibat didalamnya. Kebijakan pajak harus fokus terhadap penegakan hukum yang adil dan tegas, melakukan pemeriksaan yang terukur dan sistematis, memberi pelayanan dan sosialisasi mengenai kebijakan kepada masyarakat dan mempermudah segala urusan administrasi di kantor pajak. Sehingga Semakin baik pemerintah dalam memperlakukan wajib pajak, semakin tinggi pula motivasi wajib pajak untuk patuh.

Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya mengukur nilai kepatuhan pajak berdasarkan 2 persepsi mendasar yang hanya dilihat dari segi administrasi dan kebijakan pajak. Mungkin masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak yang belum dimasukkan dalam penelitian

ini. Oleh karena itu, saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperdalam mengenai kepatuhan pajak dengan memperkaya variabel dependen yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih atas bantuan dana yang telah diberikan oleh Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi sehingga kegiatan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini, terutama kerja keras tim peneliti dalam menyiapkan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonides, G. and Robben, H.S.J. (1995), "True positives and false alarms in the detection of tax evasion", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16 No. 4, pp. 617-640.
- Armah Bagchi, Amaresh, Richard Bird, and Arindam das-Gupta (1995). "An Economic Approach to Tax Administration Reform," International Centre for Tax Studies, University of Toronto, Toronto, CA
- Bird, Richard, M. Improving Tax Administration in Developing Countries. *Journal of Tax Administration* Vol. 1. No.1.
- Coady, D., de Mooij, R., & B, Shang. (2015). Inequality and Fiscal Redistribution in Advanced Economies. *Inequality and Fiscal Policy*, 37-56.
- Darussalam, Danny, S., B.Bawono, K., & Denny, V. (2019). Era Baru Hubungan Otoritas Pajak dengan Wajib Pajak. *Dimensi Internasional Tax: Jakarta*.
- Frey, B. and Torgler, B. (2007), "Tax morale and conditional cooperation", *Journal of Comparative Economics*, Vol. 35, pp. 136-159.
- Jonathan Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu:Yogyakarta.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS*.
- Inside Tax (2018). *Berebut Suara Wajib Pajak*. Edisi Khusus. Desember 2018. Media Tren Perpajakan.
- James, S. and Alley, C. (2004) *Tax Compliance, Self Assessment and Tax Administration*. *Journal of Financial and Management in Public Services*, 2, 27-42.
- Neil Brooks dan Thaddeus Hwong. (2006). *The Social Benefits and Economic Cost of Taxation*. Canadian Centre for Policy Alternatives. Vol X: 1-2.
- Ritsatos, T. (2014), Tax evasion and compliance; from the neo classical paradigm to behavioural economics, a review. *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 10 No. 2 pp. 244-262
- Robert Veldhuizen (2015). Cooperative Compliance: Large Business and Compliance, dalam *Tax Assurance*, ed. Ronald Russo (The Hague: Kluwer Law, 2015), 135-138.
- Sanya, S., and Mulondo, L. (2015), City Paralysed as traders, URA clash. URA vowed to continue with its tough stance on traders, calling the strike sabotage, *New Vision* 4 December p.1&3.
- Simmons, R.S and Cheng, T.Y. (1996), "Citizens' Attitudes Towards Tax Evasion in Hong Kong", *Asian Journal of Accounting*, Vol. 4 No. 1 pp 98 - 117.
- Torgler, Benno., & M.Schaffner. 2008. Causes and consequences of Tax Morale: An Empirical Investigation. *Economic Analysis and Policy* Vol. 38, No.2.
- Webley, P. (2004), in "Tax compliance by businesses", Sjo"gren, H. and Skogh, G. (Eds), *New Perspectives on Economic Crime*, Edward Elgar, Cheltenham.

DITERMINAN VOLATILITAS HARGA SAHAM : STUDI KASUS SEKTOR PERTAMBANGAN DI INDONESIA

Ardi Paminto¹⁾, Zainal Ilmi²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda Kaltim
Korespondensi email : ardi.paminto@feb.unmul.ac.id

Abstract

This study aims to determine and analyze the determinants of stock price volatility, namely profitability, capital structure and corporate social responsibility (internal variables) and commodity prices (external variables). The object of research is the mining sector companies (coal and oil & gas). Data analyzed were panel data, a sample of 16 companies for a period of 4 years (2014-2017), and the analytical method used was WarpPLS with WarpPLS6 software. The results of this study indicate that: (1) profitability has a positive and significant effect on stock price volatility, (2) capital structure has a negative and significant effect on stock price volatility, (3) corporate social responsibility has a negative but not significant effect on stock price volatility, (4) commodity price volatility has a significant negative effect on stock price volatility, and (5) the interaction of external variables (commodity prices) with the company's internal variables (profitability, capital structure and corporate social responsibility) partially insignificant influence on stock price volatility.

Keywords : *Stock Price Volatility, Profitability, Capital Structure, Corporate Social Responsibility, Commodity Prices.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis determinan volatilitas harga saham yaitu profitabilitas, struktur modal dan corporate social responsibility (variabel internal) dan harga komoditas (variabel eksternal). Obyek penelitian adalah perusahaan sektor pertambangan (batubara dan minyak & gas). Data yang dianalisis yaitu data panel, sampel 16 perusahaan periode 4 tahun (2014-2017), dan metode analisis yang digunakan adalah WarpPLS dengan software WarpPLS6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham, (2) struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham, (3) corporate social responsibility berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap volatilitas harga saham, (4) volatilitas harga komoditas berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas harga saham, dan (5) interaksi variabel eksternal (harga komoditas) dengan variabel internal perusahaan (profitabilitas, struktur modal dan corporate social responsibility) secara parsial tidak signifikan pengaruhnya terhadap volatilitas harga saham.

Kata Kunci : *Volatilitas Harga Saham, Profitabilitas, Struktur Modal, Corporate Social Responsibility, Harga Komoditas.*

PENDAHULUAN

Investasi pada dasarnya dapat dilakukan di sektor riil dan di pasar keuangan baik di pasar uang maupun di pasar modal. Bentuk keuntungan di pasar modal khususnya di pasar saham yaitu deviden dan kenaikan harga saham (capital gain). Harga saham yang fluktuatif

atau yang volatilitasnya tinggi adalah menggambarkan risiko yang tinggi. Return atau imbal hasil surat berharga dan tingkat risiko umumnya mempunyai hubungan yang searah, jika imbal hasil tinggi maka tingkat risikonya juga tinggi, demikian juga sebaliknya jika harapan imbal hasil rendah maka risikonya juga rendah. Investasi di pasar modal umumnya menghasilkan return lebih besar namun juga memiliki risiko yang lebih besar juga dibanding investasi di pasar modal. Bank Indonesia (2018) dalam buku Perkembangan Ekonomi Keuangan dan Kerja Sama Internasional menunjukkan bahwa Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Triwulan 1 tahun 2017 adalah 4.530 naik menjadi 6.387 pada Triwulan 1 tahun 2018, atau rata-rata mengalami pertumbuhan 8,97% per tahun, namun demikian pertumbuhan kadang stabil dan kadang sangat fluktuatif. Tahun 2017 perkembangan indeks positif dan relatif stabil, sedangkan tahun 2018 cenderung melemah dan lebih fluktuatif (Gambar 1)



Sumber : Bank Indonesia – PEKKI-Edisi-IV-2018

Gambar 1. IHSG dan LQ45 tahun 2017-2018

Investor memilih saham tentunya yang prospeknya baik, pertumbuhannya positif dan perubahannya tidak terlalu berfluktuatif. Harga saham yang meningkat tentu menunjukkan bahwa pemiliknya menjadi semakin sejahtera. Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi harga saham, antara lain faktor kinerja perusahaan dan faktor eksternal baik berupa faktor ekonomi maupun faktor politik atau risiko negara. Harga saham yang pertumbuhannya stabil berarti volatilitasnya rendah dan juga mengindikasikan bahwa saham tersebut berisiko rendah. Beberapa penelitian yang mengambil topik volatilitas saham ada yang mengindikasikan kemiripan dengan nama variabel variasi, stabilitas dan resiko saham. Pengukuran variabel atau indikator berbeda-beda namun dapat menggambarkan perubahan, variasi, volatilitas, resiko atau stabilitas saham.

Ada sejumlah faktor yang diduga mempengaruhi kinerja pasar dalam volatilitas saham ataupun return saham perusahaan, yang secara umum digolongkan menjadi dua. Pertama adalah faktor internal atau fundamental perusahaan yaitu faktor yang bisa dikendalikan perusahaan, dan kedua adalah faktor eksternal atau faktor ekonomi dan non ekonomi atau faktor di luar perusahaan yang tentunya tidak dapat dikendalikan perusahaan, namun perubahan faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi volatilitas saham perusahaan.

Nazir et.al (2010) melakukan penelitian dengan sampel dari 73 perusahaan telah dipilih dari perusahaan yang diindeks Bursa Efek Karachi (KSE) (KSE-100) periode 2003-2008. Hasil penelitian menemukan bahwa kebijakan dividen (dividend yield dan payout ratio) memiliki hubungan signifikan dengan volatilitas harga saham, sedangkan size dan leverage

sebagai variabel kontrol berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap volatilitas harga saham.

Gautam (2017) meneliti sejumlah variabel spesifik perusahaan dan dihubungkan dengan volatilitas harga saham, studi pada bank komersial di Nepal dengan menggunakan data periode 2008/09 sampai dengan 2015/2016. Hasil penelitian antara lain yaitu Leverage, Dividend Payout Ratio dan Dividend Yield berpengaruh positif signifikan terhadap volatilitas harga saham. Pertumbuhan aset berpengaruh negatif signifikan, sedangkan Size pengaruhnya tidak signifikan. Vermeulen (2016) menghubungkan sejumlah variabel fundamental perusahaan dan return saham, variabel yang pengaruhnya signifikan yaitu dividend payout dan leverage, sedangkan size, pertumbuhan aset, return on equity, earning per share pengaruhnya tidak signifikan.

Faktor internal perusahaan yang sering mendapat sorotan masyarakat investor adalah Program Corporate Social Responsibility (CSR), khususnya perusahaan yang berorientasi sumber daya alam. Penelitian yang mengambil topik CSR antara lain Dai (2019), obyek perusahaan China yang terdaftar di A-share pada tahun 2010-2015 sebagai sampel untuk diperiksa hubungan antara pengungkapan informasi CSR dan risiko harga saham menggunakan model efek tetap. Hasil penelitian antara lain menunjukkan bahwa ada kurva berbentuk U terbalik yaitu hubungan nonlinear antara pengungkapan informasi CSR dan risiko harga saham, ketika tingkat pengungkapan informasi CSR meningkat berpengaruh mengurangi risiko harga saham. Mai (2017) dengan obyek perusahaan yang listing di Jakarta Islamic Index (JII) di Indonesia Stock Exchange periode 2007-2013, hasilnya antara lain menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan negatif tidak signifikan, sedangkan penelitian Siregar (2018) dengan obyek perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi yang listing di Indonesia Stock Exchange (IDX), menunjukkan bahwa Profitabilitas memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR disclosure berperan memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang melakukan kajian keterkaitan faktor eksternal dan harga saham antara lain Angko (2013) melakukan penelitian di Gana dengan data tahun 1990-2008 dengan menghubungkan faktor-faktor makro ekonomi dan volatilitas pasar saham. Ada hubungan yang signifikan antara pertumbuhan ekonomi dan kinerja pasar saham dalam jangka pendek dan jangka panjang. Penelitian yang mengkorelasikan kinerja saham dan harga komoditas antara lain Ulusoy and Özdurak (2018), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa efek volatilitas dari guncangan harga minyak dan pengembalian harga saham perusahaan minyak dan gas bumi sangat persisten. R

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini akan menguji pengaruh variabel internal perusahaan (Profitabilitas, Struktur modal, dan CSR), variabel eksternal (Volatilitas harga komoditas) dan interaksi variabel internal dan eksternal terhadap volatilitas harga saham perusahaan sektor pertambangan.

Analisis fundamental intinya menyatakan bahwa kinerja pasar saham dipengaruhi oleh faktor ekonomi antara lain pertumbuhan ekonomi, tingkat bunga, inflasi dan harga komoditas. Kinerja pasar saham atau harga saham juga dipengaruhi kinerja fundamental perusahaan, misalnya kinerja keuangan, tata kelola perusahaan dan informasi lain yang diberikan perusahaan.

Teori agensi pada dasarnya mengakui pemisahan peran antara manajemen dan pemegang saham, manajemen sebagai agen secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik atau pemegang saham dan sebagai imbalannya pihak manajemen akan memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak. Informasi yang

diberikan pihak manajemen akan memberikan kepada keputusan pemegang saham, perubahan struktur modal, profitabilitas tidak selalu menyebabkan perubahan nilai saham, namun sinyal yang disampaikan oleh perubahan yang signifikan akan menyebabkan perubahan penilaian (Van Horne and Wachowicz, 2008).

Return saham dan risiko harga saham prinsipnya tidak hanya dipengaruhi faktor internal perusahaan saja tetapi juga faktor eksternal atau faktor makro ekonomi. Teori multifaktor APT menyatakan bahwa asumsi hanya satu faktor sistematis yang memengaruhi return saham sebenarnya terlalu sederhana. Ada beberapa faktor yang didorong oleh siklus bisnis yang dapat memengaruhi return saham: fluktuasi nilai tukar, tingkat inflasi, harga minyak, dan sebagainya (Bodie et al., 2011).

Pengaruh Profitabilitas terhadap volatilitas harga saham

Harga saham secara fundamental merupakan perwujudan kinerja perusahaan. Namun di pasar saham kenyataan faktor-faktor di luar kinerja perusahaan juga direspon oleh investor sehingga juga berperan mempengaruhi harga saham. Sejumlah penelitian yang menghubungkan antara kinerja perusahaan (profitabilitas) dan volatilitas harga saham hasilnya bervariasi. Purnamasari (2016) dengan menggunakan data tahun 2010 sd 2013 dengan obyek perusahaan sektor manufaktur di Indonesia, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa profitabilitas (Return on Assets) berpengaruh positif terhadap harga saham. Laba per saham (EPS) dan earning volatility sebagai variabel kontrol berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham (Syah and Norren, 2016). Volatilitas laba berpengaruh negatif terhadap volatilitas harga saham, sedangkan Dividend yield berpengaruh positif terhadap volatilitas harga saham (Andini, 2018), periode penelitian 2012-2016 dengan obyek perusahaan yang masuk indeks LQ45. Namun demikian penelitian Handayani (2019), dengan data periode 2011-2015 dengan obyek perusahaan manufaktur yang listing di BEI menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

H1 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

Pengaruh struktur modal terhadap volatilitas harga saham

Teori yang membahas keterkaitan struktur modal dan nilai saham antara lain dikemukakan oleh Modigliani and Miller (M&M), dengan asumsi tidak ada pajak mereka berpendapat bahwa risiko total untuk pemegang saham tidak diubah oleh perubahan struktur modal perusahaan. Teori tersebut prinsipnya juga menggunakan asumsi tidak ada biaya kebangkrutan, dan ini yang dikritik tidak wajar. Jika hutang perusahaan semakin meningkat, biaya kebangkrutan akan semakin meningkat maka selanjutnya akan direspon negatif oleh pemegang saham Van Horne and John M. Wachowicz (2008 : 456-459). Sumber pendanaan perusahaan prinsipnya bisa berasal dari hutang atau modal saham. Hutang adalah kewajiban, bunga hutang tetap harus dibayar walaupun perusahaan mengalami kerugian. Semakin besar hutang suatu perusahaan semakin besar pula risiko keuangannya sehingga akan mempengaruhi volatilitas harga sahamnya.

Penelitian yang menghubungkan antara struktur modal dan nilai perusahaan hasilnya bisa berbeda-beda, leverage mempunyai hubungan positif signifikan dengan volatilitas harga saham, semakin tinggi leverage semakin tinggi volatilitas harga saham, pada bank komersial di Nepal (Gautman : 2017), sedangkan penelitian Shah (2016) di Pakistan, leverage (long debts to assets) sebagai variabel kontrol dikaitkan dengan volatilitas harga saham berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan.

H2 : Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham

Interaksi antara CSR disclosure dan profitabilitas atau struktur modal terhadap volatilitas harga saham

Program Corporate Social Responsibility penting dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan yang berorientasi sumber daya alam. Di samping memenuhi kewajiban yang ditentukan pemerintah, pada umumnya para investor juga memperhatikan komitmen perusahaan dalam memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan. Sejumlah penelitian yang mengambil topik CSR antara lain Dai (2019), obyek perusahaan China yang terdaftar di A-share pada tahun 2010-2015 sebagai sampel untuk diperiksa hubungan antara pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan risiko harga saham menggunakan model efek tetap. Hasil penelitian antara lain menunjukkan bahwa ada kurva berbentuk U terbalik yaitu hubungan nonlinear antara pengungkapan informasi CSR dan risiko harga saham, ketika tingkat pengungkapan informasi CSR meningkat berpengaruh mengurangi risiko harga saham. Mai (2017) dengan obyek perusahaan yang listing di Jakarta Islamic Index (JII) di Indonesia Stock Exchange periode 2007-2013, hasilnya antara lain menunjukkan bahwa ROE mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan negatif tidak signifikan. Selanjutnya penelitian Siregar (2018) dengan obyek perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi yang listing di Indonesia Stock Exchange (IDX), menunjukkan bahwa Profitabilitas memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : CSR berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham

Pengaruh harga komoditas terhadap volatilitas harga saham

Harga saham khususnya perusahaan pertambangan di samping dipengaruhi faktor fundamental perusahaan juga dipengaruhi faktor eksternal seperti harga komoditas yang dihasilkan perusahaan tersebut. Sejumlah penelitian yang mengkorelasikan kinerja saham dan harga komoditas antara lain Ulusoy and Özdurak (2018), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa efek volatilitas dari guncangan harga minyak dan pengembalian harga saham perusahaan minyak dan gas bumi sangat persisten. Peneliti lain yang menghubungkan harga komoditas dan IHSG (Raraga : 2012) menyimpulkan bahwa harga minyak dunia tidak berpengaruh signifikan terhadap IHSG, sedangkan guncangan harga emas dunia direspon negatif oleh IHSG.

H4 : Volatilitas harga komoditas berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

Pengaruh interaksi variabel eksternal (volatilitas harga komoditas) dan variabel internal (profitabilitas, struktur modal, CSR) terhadap volatilitas harga saham.

Sejumlah penelitian yang menghubungkan kinerja fundamental perusahaan (rasio profitabilitas, struktur modal, CSR) dan volatilitas harga saham ada yang berhasil ada juga yang tidak berhasil, demikian juga hubungan antara harga komoditas dan volatilitas harga saham hasilnya berbeda. Dengan mempertimbangkan obyek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan sangat mungkin interaksi variabel eksternal dan internal perusahaan akan berpengaruh terhadap volatilitas harga saham perusahaan.

H5a. Interaksi volatilitas harga komoditas dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

H5b. Interaksi volatilitas harga komoditas dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

H5b. Interaksi volatilitas harga komoditas dan CSR berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian eksplanatori, bertujuan untuk memperoleh penjelasan tentang hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. Obyek penelitian adalah perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Jenis variabel yang akan dianalisis yaitu profitabilitas, struktur modal, CSR, volatilitas harga komoditas, dan volatilitas harga saham. Pengertian operasional masing-masing diuraikan berikut ini

Variabel Endogen

Volatilitas harga saham adalah fluktuasi perubahan harga saham yang pada dasarnya juga merupakan ukuran resiko surat berharga saham. Variabel volatilitas harga saham menggunakan dua indikator yaitu Standard deviation (SD) dan Coefficient of variation (CV) Van Horne (2008 : 100-101), Haryono et al.(2016).

Variabel Eksogen

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Variabel ini terdiri dari 6 (enam) indikator. Earning Per Share (EPS) adalah laba bersih dibagi jumlah lembar saham. Gross Profit Margin (GPM) margin adalah perbandingan antara laba kotor dan penjualan bersih. Operating Profit Margin (OPM) margin adalah perbandingan antara laba operasi dan penjualan bersih. Net Profit Margin (NPM) adalah perbandingan antara laba bersih dan penjualan bersih. Return on Assets (ROA) adalah perbandingan antara laba bersih dan total assets, Return on Equity (ROE) adalah perbandingan antara laba bersih dan modal saham Van Horne (2008 : 149-150).

Variabel eksogen yang kedua adalah struktur modal. Struktur Modal adalah ukuran kinerja keuangan yang digunakan untuk proporsi permodalan atau untuk melihat ketergantungan perusahaan terhadap sumber dana eksternal. Indikator yang digunakan untuk variabel struktur modal : Debt to equity ratio (D/E) yaitu total hutang dibagi total modal, dan Debts to Assets yaitu perbandingan antara total hutang dan total asset Van Horne (2008 : 147-149).

Ketiga, Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan pengungkapan informasi tentang tanggungjawab perusahaan di masyarakat dan lingkungan. Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dan pelaporan lingkungan dikukur menggunakan kerangka kerja Inisiatif Pelaporan Global (GRI) versi ketiga G3. Keempat, variabel volatilitas harga komoditas, mewakili variabel eksternal perusahaan, diukur dengan standard deviation, coefficient of varian, dihitung menggunakan data triwulan.

Jenis Data dan Sampel

Jenis data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data skunder berbentuk data panel (pooled data) yang mana merupakan kombinasi data time-series dan cross-section. Data panel digunakan dengan pertimbangan jumlah data lebih banyak dan diharapkan hasilnya lebih baik. Fisher & Getis (2010 :377) menyatakan bahwa data panel umumnya lebih informatif, lebih bervariasi, tingkat kolineritas antar variabel menjadi lebih rendah, degree of freedom lebih besar, sehingga lebih efisien dalam estimasi. Data timeseries yang digunakan adalah

data tahunan periode 2014-2017. Sedangkan data yang digunakan khusus untuk mengukur volatilitas berdasar data riwulan. Data diperoleh dari berbagai sumber antara lain dari Laporan Publikasi Bursa Efek Indonesia dan Bank Indonesia (Perkembangan Ekonomi Keuangan dan Kerjasama Internasional, dan Laporan tahunan perusahaan yang dijadikan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang dijadikan sampel ditentukan menggunakan metode purposive sampling (16 perusahaan).

Model dan Analisis Data

Berdasar studi empiris model persamaan struktur yang diajukan sebagai berikut :

$$VHS = \gamma_1 \text{Profit} + \gamma_2 \text{SM} + \gamma_3 \text{CSR} + \gamma_4 \text{VHK} + \zeta \quad (1)$$

$$VHS = \gamma_1 \text{Profit} + \gamma_2 \text{SM} + \gamma_3 \text{CSR} + \gamma_4 \text{VHK} + \gamma_5 \text{VHK} * \text{Profit} + \gamma_6 \text{VHK} * \text{SM} + \gamma_7 \text{VHK} * \text{CSR} + \zeta \quad (2)$$

Keterangan :

VHS = Volatilitas Harga Saham

Profit = Profitability

SM = Struktur Modal

CSR = Corporate Social Responsibility Index

VHK = Volatilitas Harga Komoditas

Penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat analisis SmartPLS-6.0. Alat ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, ditambah dengan variabel moderasi atau interaksi yang digunakan untuk melihat perannya dalam memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Analisis

Hasil analisis persamaan fungsi pertama menghubungkan variabel eksogen Profitabilitas, Struktur Modal, CSR, Volatilitas Harga Komoditas dan variabel endogen Volatilitas Harga Saham ditampilkan pada Tabel 4.1. kolom 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Volatilitas Harga Saham adalah sangat signifikan (Path coefficients 0,255 dan P values 0,015). Pengaruh Struktur Modal terhadap Volatilitas Harga Saham adalah sangat signifikan dengan arah negatif (Path coefficients -0,277 dan P values 0,009). Pengaruh CSR terhadap Volatilitas Harga Saham adalah tidak signifikan (Path coefficients -0,002 dan P values 0,493). Pengaruh Volatilitas Harga Komoditas terhadap Volatilitas Harga Saham adalah signifikan dengan arah negatif (Path coefficients -0,204 dan P values 0,043).

Tabel 1. : Nilai Path coefficients dan P values

V. ENDOGEN	PERSAMAAN FUNGSI 1	PERSAMAAN FUNGSI 2
	Volatilitas Harga Saham	Volatilitas Harga Saham
V. EKSOGEN		
Profit	0,255 (0,015)	0,230 (0,026)
Struktur Modal	-0,277 (0,009)	-0,275 (0,009)
CSR	-0,002 (0,493)	0,046 (0,354)
Harga Komoditas	-0,204 (0,043)	0,103 (0,199)
Harga Komoditas * Profit		0,125 (0,150)
Harga Komoditas * Struktur Modal		-0,028 (0,410)
Harga Komoditas * CSR		0,126 (0,149)

Sumber : Data diolah, 2019

Persamaan fungsi kedua yaitu menambahkan variabel eksogen, interaksi variabel eksternal perusahaan (Volatilitas Harga Komoditas) dengan variabel internal perusahaan (Profitabilitas, Struktur Modal dan CSR) dan hasilnya ditampilkan pada Tabel 4.1. kolom 3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Volatilitas Harga Saham adalah sangat signifikan (Path coefficients 0,230 dan P values 0,026). Pengaruh Struktur Modal terhadap Volatilitas Harga Saham adalah sangat signifikan dengan arah negatif (Path coefficients -0,275 dan P values 0,009). Pengaruh CSR terhadap Volatilitas Harga Saham adalah tidak signifikan (Path coefficients 0,046 dan P values 0,354). Pengaruh Volatilitas Harga Komoditas terhadap Volatilitas Harga Saham adalah tidak signifikan (Path coefficients 0,103 dan P values 0,199). Volatilitas Harga Komoditas dengan ketiga variabel lainnya, masing-masing hasilnya tidak ada yang signifikan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Volatilitas Harga Saham

Di penelitian ini, variabel profitabilitas direfleksikan dengan 6 (enam) indikator yaitu EPS, ROA, ROE, GPM, OPM, NPM. Jika indikator-indikator tersebut nilainya semakin besar, maka hal itu menunjukkan bahwa kinerja profitabilitas perusahaan semakin meningkat. Hasil analisis pada model persamaan pertama dan kedua adalah konsisten, profitabilitas terhadap volatilitas harga saham signifikan dengan arah positif. Semakin besar profitabilitas perusahaan, semakin besar pula volatilitasnya. Sebaliknya, jika profitabilitas perusahaan rendah, maka volatilitasnya juga rendah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sitorus dan Elinarty (2016), profitabilitas dengan indikator ROA, ROE dan NPM dan variabel dependen pertumbuhan saham pada industri perbankan di Indonesia, ada pengaruh positif signifikan. EPS sebagai variabel kontrol berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham (Syah and Norren : 2016). Penelitian lain yang hasilnya berbeda, Handayani (2019) dengan menggunakan data tahun 2011-2015, obyek perusahaan manufaktur yang listing di BEI menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham. Andini (2018) volatilitas laba berpengaruh negatif terhadap volatilitas harga saham, periode penelitian 2012-2016 dengan obyek perusahaan indeks LQ45.

Pengaruh profitabilitas terhadap volatilitas harga saham adalah positif dan signifikan dapat dijelaskan dengan alasan bahwa berdasarkan data yang dianalisis, secara umum memperlihatkan bahwa pada saat kinerja profitabilitas membaik diikuti dengan peningkatan harga saham sehingga rentangan atau volatilitasnya semakin besar. Sebaliknya pada saat profitabilitas rendah umumnya volume transaksi kecil dan volatilitasnya juga kecil.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Volatilitas Harga Saham

Penelitian Gautman (2017), obyek bank komersial di Nepal, menunjukkan bahwa leverage mempunyai hubungan positif signifikan dengan volatilitas harga saham, sedangkan penelitian di Pakistan (Shah, 2016) menunjukkan bahwa leverage (long debt to assets) berpengaruh negatif tidak signifikan.

Penelitian studi sektor pertambangan di Indonesia ini, leverage atau struktur modal yang (DAR dan DER), hasil menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham, arah korelasi negatif. Hal tersebut dapat diartikan semakin besar hutang perusahaan, semakin kecil volatilitas harga sahamnya, semakin kecil hutang perusahaan, semakin besar volatilitas harga sahamnya. Korelasi negatif pada kasus sektor pertambangan terjadi karena perusahaan-perusahaan yang proporsi hutangnya menunjukkan risiko keuangan yang tinggi dan dampaknya pada perdagangan umumnya relatif kurang

diminati, volume perdagangan sahamnya kecil sehingga harganya tidak terlalu berfluktuasi. Sebaliknya perusahaan yang proporsi hutangnya mengecil, biasanya pada periode harga komoditas dan kinerja perusahaan meningkat, dan pada saat itu harga cenderung meningkat, volume transaksi saham meningkat dan variasi harga saham semakin besar juga.

Pengaruh CSR terhadap Volatilitas Harga Saham

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pengungkapan CSR terhadap volatilitas harga saham sektor pertambangan tidak signifikan. Hasil ini relatif berbeda dengan penelitian Dai (2019) ada hubungan antara pengungkapan CSR dan risiko harga saham, bentuk hubungan non linear, pengungkapan CSR naik akan mengurangi risiko harga saham. Sedangkan dua penelitian di Indonesia hasilnya relatif sama, tidak ada pengaruh yang signifikan, misalnya Untung et al. (2016) dengan obyek sama namun pengukuran volatilitas menggunakan konsep risiko, pengaruh CSR tidak signifikan. Selanjutnya penelitian yang relatif identik, Mai (2017) dengan obyek perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Indeks, CSR dan nilai perusahaan berkorelasi negatif tidak signifikan.

Tidak signifikannya pengaruh pengungkapan CSR terhadap volatilitas harga saham di Indonesia, salah satunya disebabkan karena informasi CSR relatif lambat dipublikasikan sehingga kurang diperhatikan investor sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan jual beli saham.

Pengaruh Volatilitas Harga Komoditas terhadap Volatilitas Harga Saham

Obyek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan batu bara dan minyak & gas. Volatilitas harga komoditas (harga batu bara dan minyak) berpengaruh negatif signifikan. Dibandingkan dengan penelitian Lawal (2016) hasilnya sama-sama signifikan, namun dengan arah berbeda. Studi Lawal di Nigeria menunjukkan bahwa volatilitas harga minyak berpengaruh positif signifikan terhadap volatilitas harga saham (indeks), sedangkan penelitian di Indonesia pengaruhnya signifikan dan korelasinya negatif.

Pengaruhnya volatilitas harga komoditas terhadap volatilitas harga saham bisa terjadi karena perilaku investor dalam merespon harga komoditas. Pada saat harga komoditas dalam fluktuasi yang tinggi, umumnya investor posisi menghadapi ketidakpastian, sehingga cenderung menahan tidak banyak transaksi saham, dampaknya volume transaksi saham kecil dan volatilitasnya rendah. Jika harga komoditas stabil dengan arah trend yang lebih jelas biasanya diikuti volume perdagangan saham dalam jumlah besar dan rentangan fluktuasi harga saham semakin besar.

Pengaruh interaksi variabel eksternal (volatilitas harga komoditas) dan variabel internal (profitabilitas, struktur modal, CSR) terhadap volatilitas harga saham.

Tabel 1 kolom 3 menunjukkan bahwa volatilitas harga komoditas diinteraksikan dengan variabel profitabilitas, struktur modal ataupun CSR, hasilnya tidak signifikan. Selain itu pada persamaan model pertama, pengaruh langsung volatilitas harga komoditas terhadap volatilitas harga saham signifikan, namun pada model persamaan kedua, setelah ditambah dengan interaksi dengan variabel internal perusahaan hasilnya menjadi tidak signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa volatilitas harga komoditas merupakan variabel independen, dan tidak memoderasi pengaruh variabel kinerja fundamental / kinerja internal perusahaan. Investor memperhatikan bahwa volatilitas harga komoditas, profitabilitas dan struktur modal masing-masing secara parsial mempengaruhi volatilitas harga saham, namun tidak diinteraksikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut : 1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham, perusahaan pada saat kinerja profitnya besar biasanya direspon pasar dengan meningkatnya volume transaksi dan harga lebih bervariasi; 2) Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham, perusahaan yang proposi hutangnya besar, umumnya kinerjanya rendahnya, saham kurang aktif diperdagangkan sehingga harga sahamnya relatif berubah dan volatilitasnya rendah; 3) Corporate social responsibility berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap volatilitas harga saham; 4) Volatilitas harga komoditas berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas harga saham. Pada saat harga komoditas dalam fluktuasi yang tinggi, investor menghadapi ketidakpastian, sehingga cenderung menahan tidak banyak transaksi saham, dampaknya volume transaksi saham kecil dan volatilitasnya rendah; 5) Interaksi variabel eksternal (harga komoditas) dengan variabel internal perusahaan (profitabilitas, struktur modal dan corporate social responsibility) secara parsial tidak signifikan pengaruhnya terhadap volatilitas harga saham.

Saran

Saran dan rekomendasi kepada investor dan para peneliti keuangan yaitu : 1) Untuk memprediksi volatilitas harga saham pertambangan investor perlu memperhatikan kinerja fundamental perusahaan yaitu kinerja profitabilitas dan struktur modalnya; 2) Investor juga perlu memperhatikan pergerakan harga komoditas pertambangan karena perannya signifikan mempengaruhi harga saham; 3) Peneliti berikutnya perlu menambahnya variabel lain yang diduga berperan mempengaruhi volatilitas harga saham.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Andiani, Ni Wayan sekar dan Gayatri (2018) “Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Volatilitas Laba, Dividend Yield, Dan Ukuran Perusahaan Pada Volatilitas Harga Saham”, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24.3.September (2018):2148-2175 DOI:
<https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i03.p19>
- Angko, William (2013) “The Determinants of Stock Market Volatilities in Ghana” Research Journal of Finance and Accounting, Vol.4, No.13, page 146-166
- Bodie, Zvi; Kane, Alex; Marcus, Alan J. (2011) Investments and Portfolio Management, New York : McGraw-Hill.
- Dai, Jingwen ; Lu, Chao and Qi, Jipeng (2019) “Corporate Social Responsibility Disclosure and Stock Price Crash Risk: Evidence from China” Sustainability, , 11, 448; pp 2-20 ;
<https://doi:10.3390/su11020448>

- Gautam, Ramji (2017) “Impact of Firm Specific Variables on Stock Price Volatility and Stock Returns of Nepalese Commercial Banks”, *International Journal of Research in Business Studies and Management*, Volume 4, Issue 6, page 33-44.
- Handayani, Heny ; Muharam, Harjum ; Mawardi, Wisnu Mawardi ; dan Robiyanto, Robiyanto (2019), “Determinants of The Stock Price Volatility in The Indonesian Manufacturing Sector”, *International Research Journal of Business Studies*, Vol. XI No. 03 pp 179-193. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- Haryono, Haryono; Iskandar, Rusdiah Iskandar; Paminto, Ardi; Ulfah, Yana, (2016) ,*Sustainability Performance: It’s Impact On Risk And Value Of The Firm*, Volume 14, Issue 1, Fall 2016, Continued – 1, p 278-286
- Lawal, Adedoyin Isola ; Somoye, Russel O. C. and Babajide, Abiola A. (2016) “Impact Of Oil Price Shocks And Exchange Rate Volatility On Stock Market Behavior In Nigeria” *Binus Business Review*, 7(2), August 2016, page :171-177 DOI: 10.21512/bbr.v7i2.1453
- Mai, Muhamad Umar (2017), *Mediation Of Csr And Profitability On The Influences Of Gcg Mechanisms To The Firm Value*, *Jurnal Keuangan Dan Perbankan | Keuangan* , Vol. 21, No. 2, April 2017: 253– 264, <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp>
- Purnamawati, I Gusti Ayu Purnamawati (2016) “The Effect Of Capital Structure And Profitability On Stock Price (Study Of The Manufacturing Sector In Indonesia Stock Exchange) Title” *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 9, Issue 1 (Apr.), page :10-16
- Nazir, Mian Sajid, Nawas, Muhammad Musarat, Anwar, Waseem, and Ahmed, Farhan (2010), “Determinants of Stock Price Volatility in Karachi Stock Exchange: The Mediating Role of Corporate Dividend Policy”, *International Research Journal of Finance and Economics*, page 100-107. <https://www.eurojournals.com/finance.htm>
- Siregar, I. F., Roekhudin, R., & Purwanti, L. (2018). Firm value predictor and the role of corporate social responsibility *Jurnal Keuangan dan Perbankan*,22(3), 475-485. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i3.1804>.
- Sitorus, Tigor and Elinarty, Susi (2016) “The influence of liquidity and profitability toward the growth at stock price mediated by the dividends paid out (Case in banks listed in Indonesia Stock Exchange)” *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 19, No. 3, Decmber 2016 – March 2017, pages 377 – 392
- Shah, Syed Akif and Noreen, Umara, (2016), *Stock Price Volatility and Role of Dividend Policy: Empirical Evidence from Pakistan*, *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol 6, Issue 2, p 461-472, <http://www.econjournals.com>
- Van Horne, James C. and John M. Wachowicz, Jr.(2008) *Fundamental of Financial Management*, thirteenth edition, Prentice Hall.Fundamentals of
- Vermeulen, Marise, 2016, “Fundamental factors influencing returns of shares listed on the Johannesburg Stock Exchange in South Africa”, *Journal of Economic and Financial Sciences*, July 2016 9(2), pp. 426-435
- Zainudin, Rozaimah; Mahzan, Nurul Shahnaz and Yet, Chee Hong (2018), “Dividend policy and stock price volatility of industrial products firms in Malaysia” *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 13 No. 1, 2018, pp. 203-217. <https://DOI.10.1108/IJEM-09-2016-0250>

IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KOMPETENSI KARYAWAN MELALUI *JOB PERFORMANCE STANDARD* PADA CAFÉ MILENIAL DI KOTA JAMBI

Dwi Kurniawan¹⁾, Fenny Tialonawarmi²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : dwi.kurniawan13@unja.ac.id1, fenyntialona02@gmail.com2

Abstract

One business that is growing very rapidly in the city of Jambi is food or culinary tourism. The trend in the past three years is the development of modern cafes and restaurants which are usually called millennial cafes. In addition to facilities and infrastructure that have become very important, human resources are also a very important priority to win the competition in this business. Traditional competence towards employees has changed into modern competencies where new knowledge and skills must be possessed by every employee. In addition to competence, work standards are also very high demands so that the business being run has loyal customers. This study uses qualitative research methods where the researcher will directly make observations on the business referred to as millennial cafes. The expected goal of this research is to obtain information on how job qualifications are and how work standards are set for employees.

Keywords : Job Performance Standards, Competencies, Job Qualifications

Abstrak

Salah satu usaha yang berkembang sangat pesat di Kota Jambi adalah makanan atau wisata kuliner. Trend dalam kurun waktu tiga tahun ini adalah berkembangnya modern café and resto yang biasa disebut dengan café millennial. Selain sarana dan prasarana yang menjadi sangat penting, sumber daya manusia juga menjadi prioritas yang sangat penting untuk memenangkan kompetisi pada bisnis ini. Kompetensi tradisional terhadap karyawan telah berubah menjadi kompetensi modern dimana pengetahuan dan keterampilan yang baru harus dimiliki oleh setiap karyawan. Selain kompetensi, standar pekerjaan juga menjadi tuntutan yang sangat tinggi agar usaha yang diajalankan memiliki konsumen yang loyal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana peneliti akan langsung melakukan observasi pada usaha yang dimaksud dengan café millennial. Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah diperoleh informasi bagaimana kualifikasi pekerjaan dan bagaimana standar kerja yang ditetapkan terhadap karyawan.

Kata Kunci : Job Performance Standard, Kompetensi, Kualifikasi Pekerjaan

PENDAHULUAN

Kata “Revolusi Industri 4.0” menjadi sangat sering kita dengar akhir-akhir ini. Tidak sedikit individu dan organisasi yang khawatir dengan perubahan yang terjadi. Revolusi Industri mengakibatkan banyak pekerjaan menjadi usang dan muncul jenis pekerjaan baru yang mensyaratkan pengetahuan dan keterampilan dari personal.

Perubahan ini juga harus direspon baik pada organisasi swasta maupun organisasi pemerintah. Tingkat kompetisi yang tinggi dan perubahan teknologi menuntut suatu organisasi mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang dimilikinya, hal ini disebabkan oleh pengaruh yang kuat dari sumberdaya manusia terhadap efektifitas dan efisiensi perusahaan. Pendekatan untuk meningkatkan daya saing melalui

peningkatan produktivitas karyawan dalam era kompetisi yang semakin meningkat menjadi salah satu upaya kunci keberhasilan organisasi.

Salah satu industri yang juga ikut merasakan perubahan ini adalah mereka yang bergerak dibidang makanan atau yang biasa disebut dengan kuliner. Ragam kuliner saat inipun juga telah banyak, mulai dari jenis usaha besar seperti restoran besar, menengah seperti tempat makan yang lebih kecil, sampai dengan jenis usaha kecil dan mikro seperti mereka yang memproduksi makanan di kaki lima ataupun memproduksi dan menjual dari rumah. Saat ini, konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak terhadap kuliner ini.

Kota Jambi saat ini telah menjadi pilihan bagi pelaku usaha ini. Dari Dinas UMKM diketahui bahwa untuk UMKM di Kota Jambi terdapat 11.641 usaha yang terdata, dan sekitar 4.634 diantaranya adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner (Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi). Provinsi Jambi, khususnya Kota Jambi bukanlah kota yang banyak memiliki destinasi wisata ataupun industry berat, perkebunan dan industry lainnya. Dari kondisi ini dapat diambil kesimpulan awal bahwa wisata kuliner dengan konsep modern café and resto merupakan usaha atau bisnis yang semakin menjanjikan di Kota Jambi. Beberapa contoh modern café and resto yang selanjutnya disebut dengan café millennial ini yang ada di Kota Jambi seperti Dine & Chat, Mabes, Café Buzz and Resto, Domesteak, dan Kopi Oey, serta masih banyak lagi.

Destinasi café millennial yang berkembang di Kota Jambi bukan hanya disebabkan karena karakter Kota Jambi yang bukan merupakan daerah yang memiliki kondisi alam yang dapat dijadikan destinasi wisata. Lebih jauh, konsumen yang menjadi pelanggan memiliki ekspektasi terhadap lokasi yang sangat nyaman dengan menu yang terjangkau.

Apabila dilihat dari sudut pandang Manajemen Sumber Daya Manusia, maka keberadaan café millennial juga membutuhkan karyawan-karyawan yang dituntut untuk menyesuaikan dengan perubahan yang terus terjadi. Salah satu faktor penting dari kesiapan SDM yang dimiliki oleh para pebisnis dalam usaha ini adalah syarat kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap karyawan.

Keberadaan café millennial ini merubah cara pandang pelaku bisnis terhadap karyawan yang akan mereka rekrut untuk selanjutnya bekerja di usaha mereka. Kualifikasi dalam pekerjaan telah berubah seiring dengan perubahan zaman dimana teknologi berperan dalam hampir diseluruh jenis pekerjaan. Kemampuan dasar dalam proses rekrutmen seperti Tes Kemampuan Dasar (TKD) dan Tes Kemampuan Akademik (TKA) bukan lagi menjadi indikator seseorang mampu untuk bekerja. Kualifikasi suatu pekerjaan saat ini sudah membutuhkan kemampuan seorang calon karyawan dalam berkomunikasi yang sesuai dengan konsep usaha yang dijalankan, selain itu kemampuan dalam berkomunikasi dengan media sosial juga menjadi tuntutan bagi usaha ini. Bagaimana cara seorang karyawan dalam melayanipun juga menjadi penilaian bagi konsumen sehingga mereka akan kembali lagi untuk menjadi konsumen yang loyal. Dari penjelasan diatas, peneliti merumuskan tujuan-tujuan yang akan diteliti, yaitu: 1. Untuk mengetahui kompetensi karyawan yang saat ini dibutuhkan dalam usaha kuliner yang bersifat kekinian di Kota Jambi? dan 2. Untuk mengetahui job performance standard yang ditetapkan bagi para karyawan yang bekerja pada café millennial?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Oleh karena itu penggunaan pendekatan

kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode diskriptif.

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai pengumpul data dan sebagai instrumen aktif dalam upaya mengumpulkan data-data di lapangan. sedangkan instrument pengumpulan data yang lain selain manusia adalah berbagai bentuk alat-alat Bantu dan berupa dokumen-dokumen lainnya yang dapat digunakan untuk menunjang keabsahan hasil penelitian, namun berfungsi sebagai instrument pendukung. Oleh karena itu, kehadiran peneliti secara langsung di lapangan sebagai tolak ukur keberhasilan untuk memahami kasus yang diteliti, sehingga keterlibatan peneliti secara langsung dan aktif dengan informan dan atau sumber data lainnya di sini mutlak diperlukan.

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan. Referensi lokasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan informasi dari laman TripAdvisor mengenai lokasi café modern atau yang lebih populer disebut café millennial. Dari laman tersebut dapat diketahui lokasi café millennial yang berada di kota Jambi baik berdasarkan peringkat maupun pilihan lainnya. Dalam penelitian ini akan digunakan dua lokasi objek penelitian yang menurut peneliti lokasi ini sekarang sedang trending dikalangan millennial, yaitu wilayah atau daerah Sipin dan Kota Baru.

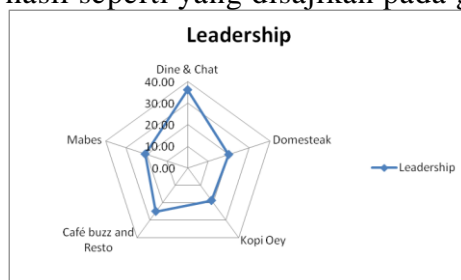
HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kompetensi karyawan yang saat ini dibutuhkan dalam usaha kuliner dan mengetahui bagaimana job performance standard yang ditetapkan bagi para karyawan yang bekerja pada café millennial di Kota Jambi. Dari 10 lokasi restaurant atau yang lebih akrab disebut dengan café millennial, peneliti melakukan observasi di 5 lokasi yaitu; Dine & Chat, Domestek, Kopi Oey, Café Buzz and Resto, dan Mages. Dari hasil observasi, menurut para pimpinan terutama di Departemen Sumber Daya Manusia dan General Affair yang bertanggung jawab terhadap perekrutan karyawan, seluruh organisasi membutuhkan seluruh item yang digunakan pada variabel yang diteliti. Menurut unsur pimpinan organisasi tersebut, Customer Service, Team Orientation dan Innovation and Creativity merupakan kompetensi yang paling penting. Menurut mereka saat ini pendelegasian wewenang terhadap tugas-tugas organisasi sudah menjadi hal yang wajar. Oleh karena itu, para karyawan lebih memerlukan empowering atau pemberdayaan dalam melakukan tugas-tugasnya.

Untuk mengetahui kompetensi yang dimiliki oleh pegawai, penulis melakukan wawancara langsung dengan pimpinan dan beberapa pihak pada objek penelitian, yaitu:

1. Leadership.

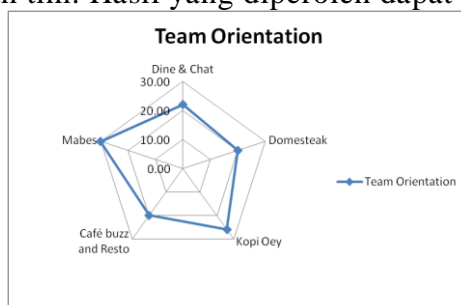
Kempemimpinan yang dimaksud disini adalah bagaimana seorang karayawan mampu menunjukkan perilaku yang mampu menerima delegasi dari pimpinan dalam membuat keputusan yang sesuai denga tujuan dari organisasi. Dari hasil observasi yang dilakukan, maka diperoleh hasil seperti yang disajikan pada gambar berikut:



Dine & Chat dari gambar diatas menunjukkan bahwa kemampuan leadership memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan lokasi lainnya. Karyawan dapat membuat keputusan atau dituntut memiliki kemampuan manajerial yang baik.

2. Team Orientation.

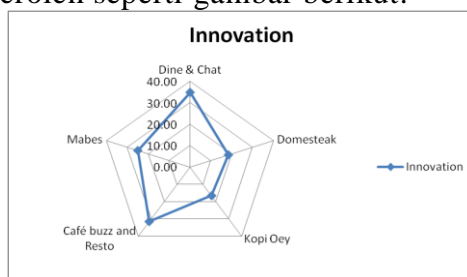
Indikator yang kedua memiliki makna yaitu bobot yang dinyatakan secara interval untuk mengetahui seberapa penting seorang karyawan memiliki kemampuan dalam bekerjasama sebagai sebuah tim. Hasil yang diperoleh dapat dilihat dari gambar berikut:



Mabes, memberikan menu yang berbahan dasar sebagian besar adalah mie instan sedangkan pada Kopi Oey lebih kepada memberikan suasana yang bernuansa tempo dulu. Kedua café ini lebih mengutamakan kemampuan untuk bekerjasama dengan rekan kerja, kecepatan dalam memberikan layanan menjadi penting pada saat suatu organisasi memberikan porsi yang lebih kepada kerjasama.

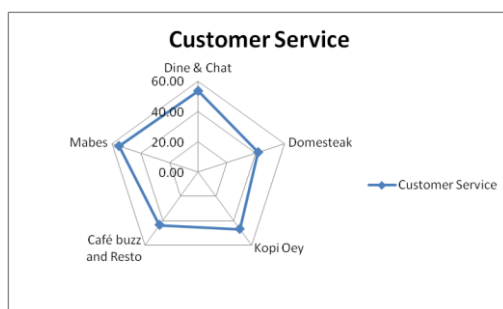
3. Innovation.

Tuntutan bagi seorang karyawan dalam melakukan sesuatu yang baru yang merupakan ide atau perilaku yang muncul dari inisiatif mereka dalam melakukan perubahan metode kerja atau sesuatu yang menghasilkan kualitas merupakan maksud dari indikator innovation. Hasil yang diperoleh seperti gambar berikut:



4. Customer Service.

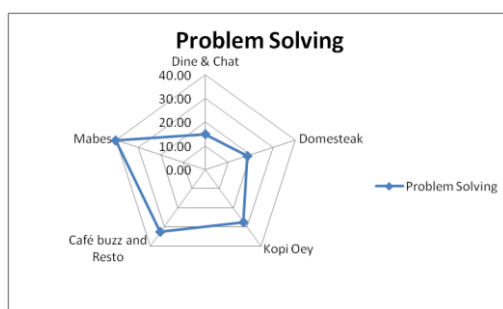
Hal ini adalah sebuah standar bagi seorang karyawan terhadap kompetensi dalam hal kemampuan seorang individu dalam melayani konsumen yang datang. Berdasarkan hasil dari observasi dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Dari gambar diatas diketahui bahwa kualitas pelayanan bagi konsumen mendapat porsi yang besar pada semua café yang menjadi objek penelitian. Bagaimana melayani konsumen dengan kualitas yang baik menjadi syarat kompetensi utama bagi semua penyedia jasa.

5. Problem Solving.

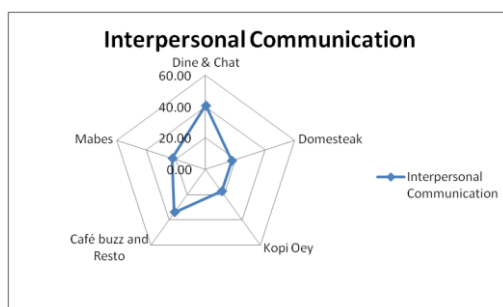
Kompetensi berikutnya yang menjadi standar dalam kinerja sebuah pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan adalah bagaimana seorang individu memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Gambar berikut akan menjelaskan bagaimana suatu bisnis memerlukan kompetensi ini:



Mabes, selain mementingkan kerjasama atau Team Orientation, setiap individu yang ada di café ini juga dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menyelesaikan masalah. Manajemen waktu secara efektif dalam menerima informasi menjadi kompetensi yang harus dimiliki oleh karyawan pada indikator ini.

6. Interpersonal Communication.

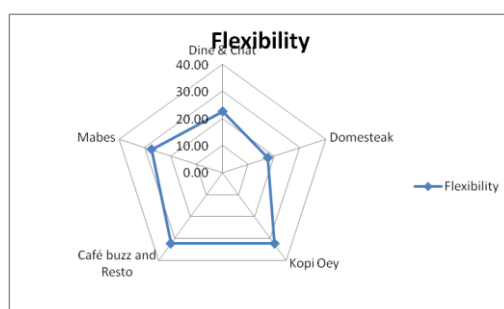
Maksud dari indikator ini adalah seberapa penting sebuah bisnis atau organisasi memandang kemampuan berkomunikasi menjadi penilaian dalam standar kinerja seorang karyawan. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:



Dari gambar diatas diketahui bahwa kompetensi komunikasi bukan menjadi yang terpenting dari bisnis café millennial yang menjadi objek penelitian. Salah satu bentuk kemampuan komunikasi interpersonal ini adalah bagaimana seorang karyawan mampu dalam mengatur manajemen konflik.

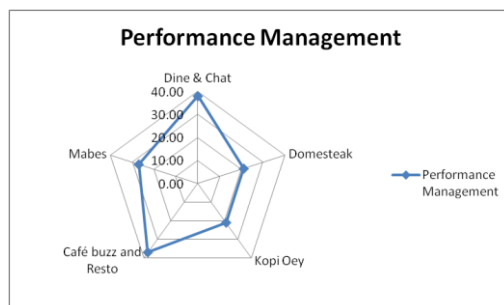
8. Flexibility.

Indikator yang ketujuh adalah merupakan kemampuan seorang individu atau karyawan dalam merespon sebuah perubahan yang terjadi pada organisasi seperti perubahan metode kerja sebagai akibat dari pemanfaatan teknologi informasi. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:



8. Performance Management.

Indikator yang kedelapan memiliki maksud yaitu bagaimana seorang individu atau karyawan dapat menilai hasil pekerjaan yang dilakukan sebelum diperoleh hasil dari pimpinan. Hasil dari indikator ini adalah dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Café buzz and Resto dan Dine & Chat dari gambar diatas diketahui memiliki nilai yang paling tinggi dalam hal bagaimana menjaga agar terjadi kesesuaian antara kebutuhan organisasi dengan apa yang terpenuhi pada saat proses seleksi dan rekrutmen. Para karyawan sangat dituntut untuk mengetahui tugas yang dibebankan, atau dengan kata lain kejelasan tugas menjadi sangat penting agar mampu menghasilkan kinerja yang tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian tugas akhir mengenai analisis kompetensi dan standar kerja perusahaan pada objek penelitian, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Kompetensi adalah suatu hal yang dikaitkan dengan kemampuan, pengetahuan/wawasan, dan sikap yang dijadikan suatu pedoman dalam melakukan tanggung jawab pekerjaan yang dikerjakan oleh pegawai. Kompetensi yang dimiliki oleh karyawan sesuai dengan keterampilan/keahlian yang dimiliki, karena mereka (karyawan) melakukan pekerjaan sesuai dengan kompetensinya masing-masing dan akan lebih menguasai apa yang menjadi pekerjaan, tugas dan tanggung jawabnya.

Setiap pekerjaan yang di laksanakan pada dasarnya mempunyai tujuan. Tujuan berfungsi untuk mengarahkan perilaku, begitu juga dengan penempatan karyawan. Penempatan kerja karyawan sesuai dengan the right man on the right place, karena pihak perusahaan melakukan seleksi terlebih dahulu untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan posisi jabatan yang diinginkan.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan mengenai analisa kompetensi dan penempatan kerja dalam meningkatkan kinerja perusahaan, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Dengan melihat kesimpulan diatas maka disarankan agar pihak manajemen dapat meningkatkan kompetensi pegawai di dalam perusahaan, karena dampaknya langsung terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan bermanfaat untuk organisasi.

Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan prosedur penempatan karyawan yang berkaitan erat dengan sistem dan proses yang di gunakan agar karyawan mampu mempertanggung jawabkan segala resiko dan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi atas tugas dan pekerjaan, wewenang serta tanggung jawabnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Baron and Paulus, 1991, Understanding Human Relations, Practical Guide to People at Work, Allyn and Bacon, Needham, MA.
- Beck, Karen, 1999, Measuring Morale: A Manager's Guide To The Job Condition Survey, ACPR
- Cavana Y.R., Delahaye L.B., Sekaran U., 2001, Applied Business Research: Qualitative and Quantitative Methods, John Willey & Sons, Inc., Australia.
- Cummings, G.T., Worley G.C., 2005, Organization Development and Change, Eight Edition, South-Western, Ohio
- Heneman, III G. Herbert, Judge, A. Timothy, 2003, Staffing Organizations, Fourth Edition, McGraw Hill, USA.
- Hughes, Ginnett, Curphy, 2006, LEADERSHIP Enhancing The Lessons Of Experience, Fifth Edition, McGraw Hill, New York.
- Kreitner R., Kinicki A., 2004, Organizational Behavior, Sixth Edition, McGraw Hill, New York.
- Robbins, P Stephen, 2005, Organizational Behavior, 11 edition, Prentice Hall, New Jersey.
- S. Nasution, Prof. Dr. M.A. Metode Research, Bumi Aksara, Jakarta 2004.

DAMPAK TRANSFORMASI STRUKTURAL TERHADAP PELUANG KERJA SEKTOR INFORMAL DI INDONESIA

Purwaka Hari Prihanto¹⁾, Parmadi²⁾, Rts. Ratnawati³⁾

^{1,2,3)} Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi,
Korespondensi email: purwakahp@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze, 1) the process of structural transformation and the growth of informal sector employment in Indonesia. 2. the effect of structural transformation on informal sector employment in Indonesia. The data used are the National Labor Force Survey (SAKERNAS) and Indonesian GDP data. The results showed; 1) changes in the structure of production in Indonesia's GDP over the period 2000-2018 experienced a shift from the M-S-A pattern to the S-M-A pattern. While the transformation of labor, occurs with Pattern A-S-M, becomes Pattern S-A-M. 2). The results of the multiple regression estimation show that jointly through the F-statistical test, Agriculture sector GDP, Industry sector GDP, Service sector GDP; Labor Force working in the Agriculture sector; The Work Force working in the Industrial sector; Workforce who work in the service sector; Urban population; Average wages in the Agriculture sector; and the average wage in the industrial sector has significant effect on the Informal Sector employment.

Keywords: Structural Transformation, Informal Sector.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, 1) proses transformasi struktural dan perkembangan peluang kerja sektor informal di Indonesia. 2. pengaruh transformasi struktural terhadap peluang kerja sektor informal di Indonesia. Data yang digunakan adalah Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) dan data PDB Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan; 1) perubahan struktur produksi dalam PDB Indonesia selama periode tahun 2000-2018 mengalami pergeseran dari pola I-J-P menjadi pola J-I-P. Sementara transformasi ketenagakerjaan, terjadi dengan Pola P-J-I, menjadi Pola J-P-I. 2). Hasil estimasi regresi berganda menunjukkan, bahwa secara bersama sama melalui uji F-statistik, PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; Upah rata-rata di sektor Pertanian; Upah rata-rata sektor Industri, berpengaruh signifikan terhadap Peluang Kerja Sektor Informal.

Kata kunci : Transformasi struktural, sektor informal.

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia pada triwulan I tahun 2018 tumbuh sebesar 5,1 persen rata rata per tahun, sedikit lebih rendah dibandingkan tahun 2017 yang tumbuh sebesar 5,2 persen rata rata per tahun (Kememterian PPN/Bappenas, 2018). Meskipun tren pertumbuhan ekonomi Indonesia turun, namun jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi rata rata dunia, maka pertumbuhan ekonomi Indonesia masih lebih tinggi. Pada tahun 2017, pertumbuhan ekonomi dunia hanya 3,8 persen rata rata pertahun dan tidak mengalami peningkatan pada tahun 2018. Pertumbuhan ekonomi pada hakekatnya bukan saja meningkatkan kapasitas produksi nasional tetapi juga mendorong terjadinya transformasi struktural. Transformasi struktural didefinisikan sebagai perubahan struktur ekonomi dari

sektor tradisional yang memiliki produktivitas rendah menuju sektor ekonomi dengan produktivitas tinggi (Romli, Hutagaol, Priyarsono, 2016).

Sebagai dampak dari perubahan struktural yang pada awalnya terjadi ketidakseimbangan, sehingga dikhawatirkan dapat mengakibatkan kesenjangan sebagai wujud penyesuaian keseimbangan jangka panjang. Hal inilah yang dikemukakan oleh Prof. Simon Kuznets dalam teorinya hipotesis U terbalik, yang menyebutkan, bahwa pada tahap awal pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan cenderung memburuk, namun pada tahap selanjutnya distribusi pendapatan akan membaik (Todaro dan Smith, 2014). Selain itu, ciri utama dari transformasi struktural adalah meningkatnya kontribusi sektor industri dan sektor jasa dan di lain pihak terjadi penurunan kontribusi sektor pertanian pada PDB total. Inilah yang disebutkan sebagai awal suatu negara memulai industrialisasi, dimana akan terjadi transfer kelebihan tenaga kerja dari sektor pertanian yang pada umumnya tidak bekerja secara optimal di sektor pertanian selanjutnya dipekerjakan di sektor industri dan jasa. Pergerakan tenaga kerja dari sektor pertanian pedesaan ke sektor industri perkotaan dan ekspansi sektor non-pertanian menjadi landasan bagi pembangunan ekonomi negara negara berkembang yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan pergeseran struktur produksi (Hakim, 2017).

Namun demikian, di banyak negara berkembang seperti Indonesia Transformasi struktural tidak selalu selaras dengan transformasi ketenagakerjaan. Keteringgalan berjalannya transformasi ketenagakerjaan di Indonesia, salah satu penyebabnya adalah akibat tingginya pertumbuhan tenaga kerja. Penduduk Indonesia yang tumbuh rata-rata 1,38 persen per tahun dalam periode tahun 2010 – 2015, menyebabkan meningkatnya jumlah tenaga kerja menjadi tidak seimbang dengan pertumbuhan kesempatan kerja. Laporan BPS (2017) menyebutkan bahwa angka pengangguran terbuka di Indonesia tahun 2017 mencapai 5,33 persen atau berjumlah 7,01 juta angkatan kerja. Tingginya angka pengangguran terbuka di Indonesia ini, menurut Bank Dunia (2014) secara umum akibat ketidaksesuaian antara penawaran dan permintaan tenaga kerja. Pertama, tidak cukupnya lulusan pendidikan khusus yang dipersyaratkan sejumlah sektor ekonomi (contoh, dalam industri tekstil). Kedua, kurangnya keterampilan lulusan yang ada untuk mendukung industri yang berkembang (sebagai contoh, dalam bidang karet dan plastik). Kebutuhan keterampilan tenaga kerja yang sesuai dengan perkembangan industri ini tidak terpenuhi, karena sebagian besar lembaga pelatihan tenaga kerja justru terkonsentrasi pada bidang-bidang dengan nilai tambah rendah (seperti keterampilan salon kecantikan dan spa, dan keterampilan dasar komputer, dsb). Laporan Bank Dunia ini menegaskan, bahwa kualitas penawaran tenaga kerja Indonesia yang sebagian besar terdiri dari tenaga kerja kurang terampil dan berpendidikan rendah ini menyebabkan sulitnya mengisi kesempatan kerja yang berkembang, terutama akibat pertumbuhan sektor industri dan jasa modern.

Dengan ketersediaan tenaga kerja yang kebanyakan *unskill labor*, maka permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia adalah bagaimana mendayagunakan mereka agar tidak menjadi beban pembangunan, tetapi sebaliknya menjadi modal pembangunan. Dalam menjembatani proses peralihan dalam transformasi ketenagakerjaan, maka keberadaan sektor informal dalam perekonomian negara berkembang menjadi penting, terutama dalam kontribusinya menyediakan kesempatan kerja alternatif dengan tidak menuntut keterampilan dan tingkat pendidikan yang tinggi. Kondisi inilah yang memaksa lebih dari 50 persen pekerja di Indonesia bertahan bekerja pada sektor informal yang berkembang menjadi lapangan kerja alternatif di banyak negara berkembang (Sethuraman, 1976; Prihanto, (2007). Sektor Informal ini telah berperan menjadi katup pengaman dalam proses transformasi ketenagakerjaan dengan menampung banyak tenaga kerja yang memiliki keahlian

keterampilan rendah, serta lulusan berbagai jenjang pendidikan yang tidak dapat bersaing mendapatkan pekerjaan di sektor formal.

Tumbuhnya peluang kerja sektor informal dalam pasar kerja di Indonesia, selain akibat terbatasnya penciptaan dan perluasan kesempatan kerja pada sektor formal, juga karena adanya faktor utama yang menjadi karakteristik sektor informal dalam menarik para pencari kerja untuk memanfaatkan peluang kerja dan peluang berusaha di sektor informal. Menurut Noeraini, (2015); dan Prihanto (2007) berkembangnya kesempatan kerja sektor informal, karena kemudahan untuk memasukinya seperti tidak membutuhkan persyaratan pendidikan dan keterampilan bagi pekerjanya, sehingga mereka yang berpendidikan rendah dan tidak mampu untuk memasuki pasar kerja formal, akan bertahan bekerja pada sektor informal. Hal ini juga ditegaskan oleh Sethuraman (1976) dan Pitoyo (2007), yang menyatakan, bahwa sektor informal ini berkembang karena adanya strategi kebutuhan bertahan hidup dari masyarakat kecil, atau mereka yang miskin, korban pengusuran, atau kelompok masyarakat lain yang tidak mempunyai akses luas kepada sumber daya ekonomi.

Menilik latar belakang di atas penelitian ini ingin memberikan kontribusi terhadap fenomena transformasi struktural di Indonesia, dengan cara memberikan gambaran lebih realistis dampak transformasi struktural terhadap peluang kerja sektor informal dalam perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1. Untuk menganalisis proses transformasi struktural dan perkembangan peluang kerja sektor informal di Indonesia. 2. Untuk menganalisis dampak transformasi struktural terhadap peluang kerja sektor informal di Indonesia

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan adalah data sekunder runtut waktu dari tahun 2000-2018. Sumber data dari BPS berupa data PDB Indonesia menurut lapangan usaha dan berdasarkan harga konstan tahun 2010 dan Data kesempatan kerja menurut provinsi berdasarkan lapangan usaha dan status pekerjaan hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) Indonesia. Untuk mendapatkan gambaran proses transformasi struktural di Indonesia digunakan analisis tabulasi. Sedangkan untuk menganalisis pengaruh transformasi struktural terhadap kesempatan kerja sektor informal di Indonesia digunakan regresi linear berganda. Persamaan regresi linier berganda tersebut diatas selanjutnya ditransformasikan secara operasional dalam bentuk model berikut :

$$\begin{aligned} PKINFORMAL = & a + b_1SEKPERT + b_2SEKINDUS + b_3SEKJASA + b_4PEKPERT \\ & + b_5PEKINDUS + b_6PEKJASA + b_7PDDKOTA + b_8UPAHPERT \\ & + b_9UPAHINDUS + \hat{a} \end{aligned}$$

Keterangan:

PKINFORMAL	: variabel peluang kerja kerja sektor informal
a	: konstanta
b1,.....b11	: koefisien regresi dari variabel independen
SEKPERT	: variabel PDB sektor Pertanian
SEKINDUS	: variabel PDB sektor Industri
SEKJASA	: variabel PDB sektor Jasa
PEKPERT	: variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian
PEKINDUS	: variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri
PEKJASA	: variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa
PDDKOTA	: variabel Penduduk perkotaan

UPAHPERT : variabel rata-rata upah di sektor Pertanian

UPAHINDUS : variabel rata-rata upah di sektor Industri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Transformasi Struktural di Indonesia.

Dalam laporan OECD (2018) pertumbuhan ekonomi Indonesia melambat yang disebabkan lemahnya kondisi ekonomi global dan turunnya harga ekspor komoditas. Pada periode tahun 2000-2018 pertumbuhan ekonomi Indonesia rata-rata meningkat 4,9 persen pertahun. Angka ini masih lebih baik dari pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya tumbuh mencapai 3,9 persen (Kementrian PPN/Bappenas, 2018). Walaupun mengalami perlambatan, namun pertumbuhan ekonomi Indonesia diproyeksikan masih solid di kisaran 5 persen per tahun. Menurut laporan OECD (2018) pertumbuhan ekonomi Indonesia masih sehat karena adanya dorongan sisi konsumsi masyarakat akibat peningkatan pendapatan, dan belakangan ini juga didorong oleh investasi infrastruktur yang masif dan memang sangat dibutuhkan, serta semakin pulihnya perdagangan global yang telah mendorong sisi ekspor.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada periode tahun 2000-2018, salah satunya ditopang oleh sektor industri pengolahan yang mempunyai kontribusi terhadap PDB sebesar 21,9 persen pada tahun 2018. Berdasarkan laporan Kementrian PPN/Bappenas (2018), basis sektor industri bertumpu pada subsektor tekstil dan pakaian jadi, pengolahan tembakau, dan furnitur yang masih mampu tumbuh dengan angka pertumbuhan tertinggi, yaitu masing-masing 18,98 persen, 16,10 persen, dan 12,89 persen.

Selain Industri, sektor perdagangan juga mempunyai kontribusi terbesar kedua terhadap PDB, yaitu dengan angka 16,9 persen pada tahun 2018. Dengan tingkat pertumbuhan rata-rata yang lebih tinggi atau 5,5 persen dibandingkan sektor industri, sektor perdagangan mempunyai potensi yang cukup besar untuk masa mendatang. Dalam laporan OECD (2018), faktor utama penunjang tumbuhnya sektor perdagangan adalah adanya investasi infrastruktur yang cukup masif, baik di pulau Jawa maupun di luar pulau Jawa. Disamping itu pertumbuhan sektor perdagangan terdorong akibat pertumbuhan sub sektor pariwisata di Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat hampir tiga kali lipat dalam sepuluh tahun ini, dengan laju yang makin cepat rata-rata pertumbuhannya mencapai hampir 14 persen per tahun.

Tabel 1. Kontribusi Dan Perkembangan Sektor Ekonomi Indonesia berdasarkan harga konstan 2010, tahun 2000 – 2018 (Persen)

No.	Lapangan Usaha	2000	2018	Pertumbuhan Rata-rata
1	Pertanian	17,1	13,1	3,4
2	Pertambangan	16,7	8,0	0,9
3	Industri Pengolahan	24,3	21,9	4,3
4	Listrik	0,9	1,1	6,1
5	Bangunan	8,2	10,6	6,3
6	Perdagangan	15,3	16,9	5,5
7	Pengangkutan	3,7	9,7	10,5
8	Jasa Keuangan	7,1	9,0	6,2
9	Jasa – Jasa Lain	9,4	9,7	5,1
		100	100	
	PDB (Milyar Rp)	4011950,5	10004201,7	4,9

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Selain menciptakan pertumbuhan ekonomi, tujuan pembangunan ekonomi dalam periode jangka panjang, juga mendorong terjadinya perubahan yang mendasar dalam struktur ekonomi, dari ekonomi tradisional dimana sektor pertanian sebagai sektor utama akan mengarah ke ekonomi modern yang di dominasi oleh sektor-sektor non primer (Tambunan, 2003). Struktur ekonomi itu sendiri dapat tergambar dari besarnya peranan masing-masing sektor ekonomi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) secara nasional. Pertumbuhan ekonomi suatu wilayah akan mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan peranan setiap sektor ekonomi yang berakibat pada perubahan struktur ekonomi wilayah tersebut. Struktur perekonomian yang terjadi umumnya bergerak dari sektor pertanian menuju sektor industri selanjutnya ke sektor jasa. Menurut Todaro dan Smith, (2006) proses terjadinya perubahan struktur ekonomi ditandai dengan mulai menurunnya kontribusi sektor primer (pertanian), selanjutnya diikuti dengan meningkatnya kontribusi sektor sekunder (industri), dan sektor tersier (jasa) dalam struktur pembentukan PDB.

Hasil penelitian yang menggunakan harga konstan 2010, menunjukkan bahwa pada tahun 2000 peran sektor pertanian, industri dan jasa tidak berbeda jauh. Sektor Industri sedikit lebih tinggi perannya dalam struktur PDB yaitu 33,7 persen dibandingkan sektor yang lain, dibandingkan sektor jasa (33,5 persen) dan sektor pertanian (32,7 persen). Dengan demikian pola struktur produksi dalam PDB Indonesia pada tahun 2000 adalah Industri–Jasa–Pertanian (I-J-P). Peran sektor industri yang tinggi pada tahun 2000 antara lain karena kebijakan industrialisasi yang diterapkan sejak tahun 1982 dengan melaksanakan program Revitalisasi, Konsolidasi dan Restrukturisasi industri, menyebabkan struktur industri Indonesia didominasi oleh industri kecil dan industri padat tenaga kerja dengan jumlah mencapai 99,2 persen (Departemen Perindustrian. 2008).

Pola struktur produksi dalam PDB Indonesia selanjutnya berubah selama periode 2005-2018, dimana peran sektor industri mulai menurun dan digantikan peran sektor jasa. Struktur produksi dalam PDB Indonesia selanjutnya mengalami perubahan yaitu Jasa- Industri – Pertanian (J-I-P). Rata-rata kontribusi sektor jasa, industri dan pertanian masing-masing 39,7 persen; 34,0 persen; dan 26,3 persen. Meningkatnya peran sektor Jasa dalam periode tahun 2005-2018, disebabkan adanya pertumbuhan rata-rata yang cukup tinggi dari sektor Penganggkutan dan sektor Jasa keuangan yang tumbuh dengan angka 10,5 persen dan 6,2 persen. Sesuai dengan teori Lewis, maka dapat dikatakan bahwa perekonomian Indonesia telah terjadi perubahan struktur produksi (PDB), sehingga terlihat kontribusi sektor industri telah digeser dan digantikan kontribusi sektor Jasa yang semakin dominan dalam PDB Indonesia (Todaro dan Smith, 2006)

Tabel 2. Perkembangan Kontribusi Sektor Ekonomi Indonesia berdasarkan harga konstan 2010, tahun 2000 – 2018 (Persen)

Tahun	Sektor			Pola
	Pertanian (P)	Industri (I)	Jasa (J)	
2000	32,7	33,7	33,5	I-J-P
2005	28,6	34,9	36,5	J-I-P
2010	25,7	33,6	40,7	J-I-P
2015	22,3	33,5	44,2	J-I-P
2018	22,2	34,3	43,4	J-I-P
Rata-Rata	26,3	34,0	39,7	J-I-P
Perkembangan Rata-Rata	-2,0	0,1	1,4	

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Proses Transformasi Ketenagakerjaan di Indonesia.

Kontribusi sektor pertanian dalam pembentukan PDB Indonesia antara tahun 2000 dan 2018, mengalami penurunan dari 17,1 persen menjadi 13,1 persen. Penurunan kontribusi sektor pertanian pada perekonomian menjadikan sektor pertanian tidak lagi dominan dalam struktur perekonomian Indonesia. Namun demikian dari sisi ketenagakerjaan, keberadaan sektor pertanian walaupun mengalami penurunan peranannya dalam menyerap angkatan kerja, masih merupakan peluang kerja utama bagi angkatan kerja Indonesia. Dalam periode tahun 2000 dan 2018, kontribusi sektor pertanian dalam memberikan peluang kerja menurun dari 45,3 persen menjadi 29,7 persen, dengan angka penurunan rata-rata -0,4 persen per tahun. Sedangkan sektor Perdagangan dan sektor Jasa Jasa Lain menjadi peluang kerja yang kedua dan ketiga dalam menyerap angkatan kerja pada tahun 2018, yaitu masing masing 23,3 persen dan 16,9 persen.

Keberadaan sektor pertanian yang masih menjadi peluang kerja utama di Indonesia, menurut dalam Ikhsan (2011) menunjukkan kecenderungan bahwa proses transformasi ketenagakerjaan di Indonesia tidak berjalan dengan perubahan sisi produksi dan cenderung lebih lambat dibandingkan dengan (pola normal) yang terjadi di negara lain. Terhambatnya proses transformasi ketenagakerjaan ini disebabkan pada waktu krisis keuangan yang lalu sektor pertanian harus menampung kembali kelebihan angkatan kerja baru dan pekerja di sektor industri yang kehilangan pekerjaannya akibat pemutusan hubungan kerja (ILO, 2017). Disamping itu laporan OECD (2018), masih rendahnya pendidikan dan keterampilan angkatan kerja di Indonesia ini menjadi hambatan angkatan kerja Indonesia masuk dalam pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan keterampilan tinggi dan penguasaan teknologi canggih dalam era digitalisasi ini.

Tabel 3. Perkembangan Angkatan Kerja Yang Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan, tahun 2000 – 2018 (Persen)

No.	Lapangan Usaha	2000	2018	Perkembangan Rata-rata
1	Pertanian	45,3	29,7	-0,4
2	Pertambangan	0,5	1,1	6,4
3	Industri Pengolahan	13,0	14,1	2,3
4	Listrik	0,1	0,3	9,7
5	Bangunan	3,9	6,7	4,8
6	Perdagangan	20,6	23,3	2,5
7	Pengangkutan	5,1	4,8	1,5
8	Jasa Keuangan	1,0	3,1	8,2
9	Jasa – Jasa Lain	10,7	16,9	4,4
		100	100	
	Angkatan Kerja Yang Bekerja	89837730	127067835	1,8

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Di lihat dari sisi peluang kerja terlihat, bahwa dalam periode 2000-2010 sektor pertanian di Indonesia menampung lebih dari 40 persen jumlah angkatan kerja yang bekerja, diikuti dengan sektor Jasa dan sektor Industri (Pola P-J-I). Keadaan selanjutnya mengalami perubahan dalam periode 2010-2018, dimana peran sektor Pertanian dalam menyerap angkatan kerja berkurang dan digantikan oleh sektor Jasa, bahkan pada tahun 2018 peran

sektor jasa dalam menyerap angkatan kerja meningkat menjadi hampir 50 persen (Pola J-P-I). Hasil penelitian ini menjadi menarik, sebab perubahan penyerapan angkatan kerja terjadi dari sektor Pertanian ke sektor Jasa, sedangkan sektor Industri belum banyak berperan dalam menyerap angkatan kerja. Menurut laporan OECD (2018), kondisi kegagalan transformasi ketenagakerjaan seperti ini banyak terjadi di negara berkembang, dimana perubahan pada permintaan tenaga kerja tidak sejalan dengan perubahan yang terjadi pada komposisi produksi dan teknologi yang digunakan.

Tabel 4. Perkembangan Kontribusi Sektor Ekonomi Indonesia Dalam Menyerap Angkatan Kerja, tahun 2000 – 2018 (Persen)

Tahun	Sektor			Pola
	Pertanian (P)	Industri (I)	Jasa (J)	
2000	45,8	16,9	37,3	P-J-I
2005	44,9	17,1	38,05	P-J-I
2010	41,0	16,96	42,2	J-P-I
2015	34,4	20,2	45,4	J-P-I
2018	30,8	21,1	48,1	J-P-I
Rata-Rata	39,4	18,4	42,2	J-P-I
Perkembangan Rata-Rata	-2,1	1,2	1,3	

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Peluang Kerja Sektor Informal di Indonesia.

Hasil penelitian selama periode tahun 2000-2018, menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar angkatan kerja di Indonesia bekerja di sektor informal (63,9 persen), dan hanya 36,1 persen angkatan kerja bekerja di sektor Formal. Walaupun mempunyai kecenderungan yang terus menurun (rata-rata -0,6 persen per tahun), namun sektor informal masih sanggup memberikan pendapatan bagi sebagian besar angkatan kerja di Indonesia. Tingginya angkatan kerja yang bekerja di sektor informal membuktikan peran sektor ini sebagai katup pengaman ketenagakerjaan di banyak negara berkembang (Nazara, 2010). Namun di sisi yang lain, maraknya pekerjaan di sektor informal justru akan menimbulkan hambatan bagi negara berkembang untuk mengatasi kemiskinan, sebab pekerjaan informal umumnya merupakan pekerjaan dengan mutu rendah, produktivitas rendah, sehingga memberikan upah lebih rendah, kesempatan pelatihan lebih sedikit, dan kondisi/syarat kerja lebih buruk (OECD, 2018).

Dari analisis pasar tenaga kerja, pertumbuhan sektor informal diakibatkan terbatasnya peluang kerja sektor formal dalam menyediakan pekerjaan di Indonesia. Sektor formal menjadi terbatas dalam menyerap angkatan kerja, disebabkan adanya dampak krisis ekonomi dunia dan terjadinya de-industrialisasi di Indonesia (ILO, 2017). Pada sisi lain, tingginya migrasi tenaga kerja dari desa ke kota akibat kebijakan pembangunan yang lebih menitik beratkan pada pembangunan kota atau urban-bias, yang tidak diimbangi dengan pendidikan dan keahlian angkatan kerja yang memadai (Ikhsan (2011). Sektor informal yang tidak terlalu mensyaratkan pendidikan dan keahlian tertentu pada pekerjaannya merupakan alternatif utama bagi angkatan kerja baru maupaun migran dari desa, baik sebagai pekerjaan tetap maupun sebagai transit sebelum mendapatkan pekerjaan di sektor formal (Pitoyo, 2007; Prihanto, 2007).

Tabel 5. Kontribusi Sektor Formal dan Sektor Informal Dalam Menyerap Angkatan Kerja Indonesia, tahun 2000 – 2018

Tahun	Sektor		Angkara Kerja (Orang)
	Formal (%)	Informal (%)	
2000	35,1	64,9	89.837.730
2005	30,2	69,8	94.948.118
2010	31,4	68,6	107.405.572
2015	42,1	57,9	120.846.821
2018	41,8	58,2	127.067.835
Rata-Rata (%)	36,1	63,9	
Perkembangan Rata-Rata (%)	0,9	-0,6	1,8

Sumber : BPS berbagai terbitan, diolah

Pengaruh Transformasi Struktural terhadap Peluang Kerja Sektor Informal di Indonesia

Estimasi Model Regresi Linier Berganda

Model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh transformasi struktural terhadap peluang kerja sektor informal di Indonesia, adalah model regresi linier berganda. Transformasi struktural atau pergeseran struktur ekonomi sebagai variabel bebas, diwakili oleh serangkaian variabel : PDB sektor Pertanian (SEKPERT), PDB sektor Industri (SEKINDUS), PDB sektor Jasa (SEKJASA); Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian (PEKPERT); Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri (PEKINDUS); Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa (PEKJASA); ; Penduduk perkotaan (PDDKOTA); Upah rata-rata di sektor Pertanian (UPAHPERT); Upah rata-rata sektor Industri (UPAHINDUS): terhadap Peluang Kerja Sektor Informal (PKINFORMAL).

Perhitungan regresi linier berganda diperoleh angka estimasi koefisien determinasi (*R-squared*) sebesar 0,987, artinya 98,7 persen perubahan Peluang Kerja Sektor Informal dapat dijelaskan oleh variabel bebas PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian ; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; Upah rata-rata di sektor Pertanian; Upah rata-rata sektor Industri, sedangkan sisanya sebesar 1,7 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Uji hipotesis secara keseluruhan menggunakan uji F-statistik, pada tingkat signifikansi 95 persen dapat disimpulkan bahwa variabel bebas PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian ; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; Upah rata-rata di sektor Pertanian; Upah rata-rata sektor Industri, secara signifikan berpengaruh terhadap Peluang Kerja Sektor Informal

Namun dari uji t-statistik tingkat keyakinan 95 persen, diperoleh hasil, bahwa variabel bebas PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; dan Upah rata-rata di sektor Pertanian; secara signifikan berpengaruh terhadap Peluang Kerja Sektor Informal. Sedangkan variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian dan Upah rata-rata sektor Industri, tidak berpengaruh signifikan terhadap Peluang kerja sektor informal.

Tabel 6. Hasil Estimasi Pengaruh Transformasi Struktural Terhadap Peluang Kerja Sektor Informal Di Indonesia

No	Variabel	Coef.	Std.Error	t–statistik	Prob.
1	(Constant)	-1398,001	415,659	-3,363	0,008
2	SEKPERT	15,508	3,990	3,886	0,004
3	SEKINDUS	15,823	4,320	3,662	0,005
4	SEKJASA	13,909	3,936	3,534	0,006
5	PEKPERT	-0,471	0,474	-0,993	0,347
6	PEKINDUS	-2,089	0,664	-3,146	0,012
7	PEKJASA	-0,798	0,337	-2,368	0,042
8	PDDKOTA	0,976	0,394	2,479	0,035
9	UPAHPERT	0,000	0,000	2,394	0,040
10	UPAHINDUS	-0,002	0,002	-0,854	0,415
	R	0,994 ^a			
	R Square	0,987			
	Adjusted R Square	0,974			
	F – statistik	77,061			
	Prob (F – statistik)	0,000 ^a			
	Durbin – Watson	2,659			

Sumber: Hasil Olah data.

Keterangan :

SEKPERT : PDB sektor Pertanian, **SEKINDUS** : PDB sektor Industri; **SEKJASA** : PDB sektor Jasa; **PEKPERT** : Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian; **PEKINDUS** : Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; **PEKJASA** ; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; **PDDKOTA** : Penduduk perkotaan; **UPAHPERT** : Upah rata-rata di sektor Pertanian; **UPAHINDUS** : Upah rata-rata sektor Industri.

Pembahasan Hasil Estimasi Pengaruh Transformasi Struktural terhadap Peluang Kerja Sektor Informal.

1. Kontanta

Besarnya nilai kontanta regresi adalah -1398,001; yang mempunyai makna apabila variabel bebas PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian ; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; Upah rata-rata di sektor Pertanian; Upah rata-rata sektor Industri bernilai konstan, maka Peluang kerja sektor informal berkurang 1398,001 persen.

2. PDB sektor Pertanian

Variabel PDB sektor Pertanian mempunyai koefisien nilai sebesar 15,508 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,004; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel PDB sektor Pertanian terhadap Peluang kerja sektor informal adalah positif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi PDB sektor Pertanian sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan naik 15,508 persen.

3. PDB sektor Industri

Nilai koefisien variabel PDB sektor Industri sebesar 15,823 dan tingkat probabilitasnya sebesar 0,005 dimana nilainya $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel variabel PDB sektor Industri terhadap Peluang kerja sektor informal adalah positif dan

signifikan. Situasi ini mengindikasikan, bahwa jika ada PDB sektor Industri sebanyak 1 persen, dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan naik sebesar 15,823 persen.

4. PDB sektor Jasa

Variabel PDB sektor Jasa mempunyai koefisien nilai sebesar 13,909 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,006; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel PDB sektor Jasa terhadap Peluang kerja sektor informal adalah positif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi PDB sektor Jasa sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan naik 13,909 persen.

5. Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri

Variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri mempunyai koefisien nilai sebesar -2,089 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,012; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri terhadap Peluang kerja sektor informal adalah negatif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi kenaikan Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan turun sebesar 2,089 persen.

6. Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa

Variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor jasa mempunyai koefisien nilai sebesar -0,798 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,042; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa terhadap Peluang kerja sektor informal adalah negatif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi kenaikan Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan turun sebesar 0,798 persen.

7. Penduduk perkotaan

Variabel Penduduk perkotaan mempunyai koefisien nilai sebesar 0,976 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,035; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel Penduduk perkotaan terhadap Peluang kerja sektor informal adalah positif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi kenaikan Penduduk perkotaan sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal akan naik sebesar 0,976 persen.

8. Upah rata-rata di sektor Pertanian

Variabel Upah rata-rata di sektor Pertanian mempunyai koefisien nilai sebesar 0,000 dengan tingkat probabilitas adalah sebesar 0,040; sehingga dapat dikatakan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan hubungan antara variabel Upah rata-rata di sektor Pertanian terhadap Peluang kerja sektor informal adalah positif dan signifikan. Hasil ini memberikan informasi, jika terjadi kenaikan Upah rata-rata di sektor Pertanian sebesar 1 persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka Peluang kerja sektor informal tidak akan berubah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Trasformasi struktur produksi dalam PDB Indonesia terjadi selama periode tahun 2000-2018. Pada tahun 2000 peran sektor industri lebih besar dibandingkan sektor jasa dan sektor pertanian (pola I-J-P), namun pada periode 2005-2018, peran sektor jasa meningkat sehingga terjadi pergeseran pola struktur produksi menjadi J-I-P. Di bidang ketenagakerjaan, justru terjadi sebaliknya, dimana pada periode 2000-2010 sektor pertanian

di Indonesia paling dominan menampung jumlah angkatan kerja untuk bekerja, diikuti dengan sektor Jasa dan sektor Industri (Pola P-J-I). Selanjutnya pola penyerapan angkatan kerja ini mengalami perubahan dalam periode 2010-2018, dimana peran sektor Pertanian dalam menyerap angkatan kerja berkurang dan digantikan oleh sektor Jasa (Pola J-P-I). Dalam periode 2010-2018 sektor informal masih dominan dalam memberikan peluang kerja, yaitu sebesar 63,9 persen. Hasil estimasi regresi menunjukkan secara bersama-sama PDB sektor Pertanian, PDB sektor Industri, PDB sektor Jasa; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Pertanian; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Industri; Angkatan Kerja yang bekerja di sektor Jasa; Penduduk perkotaan; Upah rata-rata di sektor Pertanian; Upah rata-rata sektor Industri, secara signifikan berpengaruh terhadap Peluang Kerja Sektor Informal

Berdasarkan hasil penelitian, maka direkomendasikan agar pemerintah mendorong tumbuhnya sektor industri yang berbasis industri kecil dan menengah serta industri padat karya, sehingga keseimbangan antara transformasi struktur ekonomi dengan transformasi ketenagakerjaan dapat selaras. Oleh karena itu upaya peningkatan kualitas angkatan kerja mendesak dilakukan dengan meningkatkan pendidikan dan pelatihan angkatan kerja, guna meningkatkan keterampilan dan produktivitas tenaga kerja. Keberadaan sektor informal telah membantu mengatasi masalah ketenagakerjaan, maka kebijakan pembinaan yang terarah pada sektor informal semakin dibutuhkan dengan fokus pada upaya pembinaan sumber daya manusia dan pembinaan usaha sektor informal itu sendiri. Upaya pembinaan sumber daya manusia dilakukan dengan kebijakan-kebijakan yang bertujuan meningkatkan kualitas, produktivitas, etos kerja, dan kemampuan manajerial usaha sektor informal. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa, proses transformasi struktural secara signifikan berpengaruh terhadap Peluang Kerja Sektor Informal. maka perlu kebijakan pembangunan ekonomi yang berorientasi pada upaya mendorong pertumbuhan sektor ekonomi secara seimbang antara sektor formal dan sektor informal.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Emma R.; 2016. *Analysis Of Trends And Challenges In The Indonesian Labor Market*. ADB Paper On Indonesia No. 16. Asian Development Bank, Metro Manila, Philippines
- Asian Development Bank and BPS-Statistics Indonesia. 2011. *The informal sector and informal employment in Indonesia*. Country report 2010. Asian Development Bank, Metro Manila, Philippines
- Borjas, George J ; (1999). *“Labor Economics”*. Irwin McGraw-Hill. 2nd Edition.
- Cuevas, Sining; Christian Mina; Marissa Barcenas; and Aleli Rosario, 2009. *Informal Employment in Indonesia*. ADB Economics Working Paper Series No. 156. Asian Development Bank, Metro Manila, Philippines
- Departemen Perindustrian. 2008. *Laporan Pengembangan Sektor Industri Tahun 2008*. Departemen Perindustrian, Jakarta.
- Ehrenberg, Ronald G. ; Robert S Smith. 2004. *“Modern Labor Economics; Theory and Public Policy”*. Scott, Foresman and Company; Boston.
- Hakim, Arif Rahman, Dkk. 2017. *Perubahan Struktur Ekonomi Dan Kesempatan Kerja Di Indonesia (Analisa Input Output)*. Makalah dalam “Konferensi Nasional Penelitian Matematika dan Pembelajarannya II (KNPMP II) 58 Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 18 Maret 2017
- Ikhsan, Mohamad, 2011. *Transformasi Ketenagakerjaan dan Keluar dari Perangkap Kemiskinan*, Makalah dalam seminar nasional FEUI, Indonesia Tanpa

- Kemiskinan: Pemberantasan Kemiskinan dan Peningkatan Kesejahteraan, 31 Mei 2011. Depok.
- Kementerian PPN/Bappenas.2018.Perkembangan Ekonomi Dunia Dan Indonesia, triwulan I tahun 2018. Edisi Vol 2, No 1, Mei 2018. Bappenas, Jakarta.
- Kementerian PPN/Bappenas.2019.Perkembangan Ekonomi Dunia Dan Indonesia, triwulan I tahun 2019. Edisi Vol 3, No 1, Mei 2019. Bappenas, Jakarta.
- Kuncoco, Mudrajad. 2012. *Ekonomi Pembangunan : Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nazara, Suahasil, 2010. *Ekonomi Informal di Indonesia: Ukuran, Komposisi dan Evolusi*. Kantor Perburuhan Internasional, Jakarta.
- Noeraini, AA, 2015. Ekonomi Informal Di Indonesia, Suatu Tinjauan Pustaka. *Journal & Proceeding FEB UNSOED Vol 5, No 1 (2015)*.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). 2016, OECD Economic Surveys: Indonesia 2016, OECD Publishing, Paris, http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-idn-2016-en.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). 2018, OECD Economic Surveys: Indonesia 2018, OECD Publishing, Paris, http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-idn-2018-en.
- Organisasi Perburuhan Internasional (ILO), 2017. Laporan Ketenagakerjaan Indonesia 2017: Memanfaatkan Teknologi untuk Pertumbuhan dan Penciptaan Lapangan Kerja. Organisasi Perburuhan Internasional, Kantor Jakarta; ILO.
- Pitoyo, AJ, 2007. Dinamika Sektor Informal Di Indonesia, Prospek, Perkembangannya dan Kedudukannya dalam Sistem Ekonomi Makro, *Jurnal Populasi 18 (2) 2007*, 129 – 146. <https://jurnal.ugm.ac.id/populasi/article/view/12081>.
- Prihanto, Purwaka Hari; Adi Bhakti, 2017. Profile of informal sector workers and factors affecting informal sector employment in Jambi Province. *Journal of Perspectives on Financing and Regional Development Vol 5 No 2 (2017)*. 63 – 70. <https://online-journal.unja.ac.id/JES/article/view/4417>.
- Romli, MS; Hutagaol, M P; Priyarsono, D S, 2016. Transformasi Struktural: Faktor-Faktor dan Pengaruhnya Terhadap Disparitas Pendapatan di Madura. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan, Vol 5 No 1 Edisi Juli 2016*. 25-44. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jekp/article/view/22309>.
- Tambunan, Tulus T.H. 2003. Perekonomian Indonesia: beberapa isu penting. Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Todaro, Michael P dan Smith, Stephen C. 2006. *Pembangunan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Yunisvita, 2011. Transformasi Struktur Ketenagakerjaan Dan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Volume 9, No. 2*. 90-99. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jep/article/view/5004>

**PENGARUH PERTUMBUHAN EKONOMI, JUMLAH PENDUDUK
DAN PENGELUARAN PEMERINTAH TERHADAP KEMISKINAN
KOTA JAMBI**

Faradilla Herlin¹⁾, Asrini²⁾, Ratih Rosita³⁾

^{1,2,3)}Universitas Muhammadiyah Jambi

Korespondensi email: faradilla-herlin@yahoo.com

Abstract

This research is entitled "Effect Of Economic Growth, Amount Of Population And Government Expenditures On Poverty In Jambi CiTY" The purpose of this research is as follows: (1) To analyze and to know Growth of Economic Development, Population, Government Expenditure and Poverty in Town Jambi Year 2000-2015. (2) To analyze the Influence of Economic Growth, Population, and Government Expenditure on Poverty in Jambi City 2000-2015. Based on the results of the research that (1) The average economic growth in the city of Jambi from 2000-2015 amounted to 5.77 percent per year. The average population in the city of Jambi from 2000-2015 amounted to 2.68 percent per year. The average Jambi city government spending from 2000-2015 is 11.72 percent. The average poverty rate in Kota Jambi in 2000-2015 is 10.02 percent. (2) Economic growth has a negative and significant effect on poverty in Jambi City, it means that if economic growth increases then poverty will decrease as well. The number of residents positively and significantly affect the poverty in Jambi City, this means that if the population increases then poverty also increases. Government expenditure has no significant effect on poverty in Jambi City, it means that if viewed from regression coefficient if government expenditure increase then poverty will decrease.

Keywords : Economic Growth, Total Population, Government Expenditure and Poverty

Abstrak

Penelitian ini berjudul tentang “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Penduduk Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Kemiskinan Di Kota Jambi” Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk menganalisis dan mengetahui Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Penduduk, Pengeluaran Pemerintah dan Kemiskinan di Kota Jambi Tahun 2000-2015. (2) Untuk menganalisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Penduduk, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Kemiskinan di Kota Jambi tahun 2000-2015. Berdasarkan hasil penelitian bahwa (1) Rata-rata pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 5,77 persen pertahun. Rata-rata jumlah penduduk di Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 2,68 persen pertahun. Rata-rata pengeluaran pemerintah Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 11,72 persen. Rata-rata kemiskinan di Kota Jambi tahun 2000-2015 adalah sebesar 10,02 persen. (2) Pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi, hal ini berarti apabila pertumbuhan ekonomi meningkat maka kemiskinan akan menurun juga. Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi, hal ini berarti bahwa jika jumlah penduduk meningkat maka kemiskinan juga meningkat. Pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi, hal

ini berarti jika dilihat dari koefisien regresi apabila pengeluaran pemerintah meningkat maka kemiskinan akan menurun.

Kata Kunci : *Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Penduduk, Pengeluaran Pemerintah dan Kemiskinan*

PENDAHULUAN

Salah satu persoalan di negara sedang berkembang adalah kemiskinan. Kemiskinan merupakan masalah penting bagi semua negara yang ada di dunia, khususnya di Indonesia yang merupakan Negara Sedang Berkembang (NSB). Sejak negara ini merdeka, kemiskinan menjadi masalah yang serius di Indonesia. Masalah kemiskinan yang begitu kompleks berkaitan dengan banyak aspek, yaitu aspek sosial, budaya, ekonomi, dan aspek lainnya. Kemiskinan yang terjadi di dalam suatu negara harus diperhatikan sebagai masalah yang serius. Karena kemiskinan membuat banyak masyarakat mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan. Salah satu sebab kemiskinan karna kurangnya pendapatan dan aset (*lack of income and assets*) untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakayan, perumahan dan tingkat kesehatan dan pendidikan yang dapat diterima (Work Bank, 2004).

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator dari dampak kebijaksanaan pembangunan yang dilaksanakan khususnya dalam bidang ekonomi. Pertumbuhan ekonomi akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu, karena pada dasarnya aktivitas perekonomian adalah proses pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan merupakan indikator penting untuk melihat keberhasilan pembangunan satu negara. Pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan mempunyai keterkaitan yang erat, pertumbuhan ekonomi seringkali dijadikan tolak ukur kinerja perekonomian suatu wilayah, akan tetapi belum pasti tingginya pertumbuhan ekonomi menunjukkan tingginya tingkat kesejahteraan rakyatnya.

Jumlah penduduk dalam pembangunan ekonomi suatu daerah merupakan permasalahan mendasar. Karena pertumbuhan penduduk yang tidak terkendali mengakibatkan tidak tercapainya tujuan pembangunan ekonomi yaitu kesejahteraan rakyat serta menekan angka kemiskinan. Di kalangan para pakar pembangunan telah ada consensus bahwa laju pertumbuhan penduduk yang tinggi tidak berdampak buruk terhadap supply bahan pangan, namun juga semakin membuat kendala bagi pengembangan tabungan, cadangan devisa, dan sumber daya manusia. Dalam proses dan kegiatan pembangunan penduduk merupakan faktor yang sangat dominan pada kemiskinan, karena bukan saja berperan sebagai pelaksana tetapi juga menjadi sasaran pembangunan itu sendiri. Oleh sebab itu, untuk menunjukkan keberhasilan pembangunan, permasalahan penduduk hendaknya diarahkan pada upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Pengeluaran pemerintah melalui belanja langsung untuk perbaikan sektor pendidikan, kesehatan dan lingkungan hidup yang baik akan mampu meningkatkan kualitas produktivitas masyarakat sehingga mampu bekerja secara optimal dan menghasilkan tingkat upah yang cukup untuk kebutuhan hidup. Sedangkan belanja tidak langsung melalui peningkatan infrastruktur yang merupakan sarana fisik pendukung akan mampu menunjang kelancaran mobilitas kerja masyarakat. Sehingga perekonomian berjalan dengan baik yang selanjutnya akan menurunkan jumlah penduduk miskin dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dari beberapa faktor tersebut, maka penulis memilih tiga faktor yang di duga memperkuat mempengaruhi kemiskinan yaitu faktor pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah. Dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik

untuk menulis skripsi yang berjudul : “Pengaruh pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk, pengeluaran pemerintah, dan kemiskinan di Kota Jambi”.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut : Bagaimana perkembangan, Pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk, pengeluaran pemerintah, dan kemiskinan di Kota Jambi tahun 2000-2015, dan Bagaimana pengaruh pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk, pengeluaran pemerintah, dan kemiskinan di Kota Jambi Tahun 2000-2015.

METODE

Jenis dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa rangkaian masa (*time series*) selama periode waktu 2000 hingga 2015. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisa informasi kuantitatif, yaitu estimasi model regresi dengan penggunaan data time series yang ada di Kota Jambi dari tahun 2000 hingga 2015, serta untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis. Data bersumber dari berbagai institusi pemerintah terutama Badan Pusat Statistik (BPS) dan Perpustakaan Daerah.

Uji hipotesis

Uji F (F-test)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh Pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat pengangguran. Besarnya F diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$F\text{-Hitung} = \frac{R^2 / K - 1}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana :

- R^2 = Koefisien Penentuan Data
- k = Derajat Keabsahan
- n = Jumlah Sampel

Uji t (t-test) S

Uji t ini digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh masing-masing variabel secara varisial atau individual. Besarnya nilai t hitung diperoleh dengan rumus sebagai berikut;

$$t \text{ hitung} = \frac{\beta_i}{S\beta_i}$$

Dimana :

- t hitung = Nilai t hitung
- β_i = Koefisien regresi
- $S\beta_i$ = Standar devisi koefisien regresi

Koefesien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien ini nilainya antara nol (0) sampai dengan satu (1). Semakin besar nilai koefisien tersebut maka variabel-variabel bebas lebih mampu menjelaskan variasi variabel terikatnya. Untuk menghitung besarnya determinan (R^2) dapat digunakan rumus sebagai berikut (Gujarati, 2003):

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = 1 - \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana:

- R^2 = koefisien determinasi
ESS = Jumlah kuadrat residual
TSS = Total jumlah kuadrat residual
n = Jumlah observasi
K = Jumlah parameter (termasuk intersep)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh pertumbuhan ekonomi dan jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah terhadap kemiskinan di Kota Jambi Tahun 2000-2015

Pada bagian ini akan dipresentasikan pengaruh pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah terhadap kemiskinan di Kota Jambi Tahun 2000-2015. Dengan menggunakan persamaan regresi berganda dan menggunakan program spss 19. Sebagai variabel independen (bebas) adalah pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah sedangkan variabel dependent adalah kemiskinan. Dari persamaan regresi linear berganda diperoleh hasil estimasi sebagai berikut :

**Tabel 1. Persamaan Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9756,481	2137,405		-4,565	,000
	PE	-2938,459	1504,875	-,365	-1,953	,055
	JP	,344	,064	1,655	5,370	,000
	PP	-3,681E-8	,000	-,445	-1,647	,125

a. Dependent Variable: KM

Dari hasil koefisien regresi maka model regresi dapat disederhanakan sebagai berikut:

$$Y = -9756,481 - 2938,459PE + 0,344JP - 0,00000003681$$

1. Nilai konstanta (α) sebesar -9756,481 hal ini berarti bahwa jika pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah adalah konstan atau nol atau tidak berubah maka kemiskinan di Kota Jambi sebanyak -9756,481
2. Koefisien pertumbuhan ekonomi sebesar -2938,459, hal ini berarti setiap peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 1 persen maka akan menurunkan kemiskinan sebanyak -2938,459 jiwa dengan asumsi jumlah penduduk, pengeluaran pemerintah dan kemiskinan dalam keadaan relatif atau tidak berubah.
3. Koefisien jumlah penduduk sebesar 0,344 hal ini berarti setiap peningkatan jumlah penduduk 1 jiwa maka akan meningkatkan kemiskinan di Kota Jambi sebanyak 0,344 jiwa dengan asumsi pertumbuhan ekonomi, pengeluaran pemerintah dan kemiskinan dalam keadaan relatif tetap atau tidak berubah
4. Koefisien pengeluaran pemerintah sebesar -0,00000003681, hal ini berarti setiap peningkatan pengeluaran pemerintah 1 rupiah maka akan menurunkan kemiskinan di Kota Jambi sebanyak -0,00000003681 jiwa dengan anggapan pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan kemiskinan relatif tetap atau tidak berubah,

Koefesien determinasi (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil regresi dapat dilihat dari nilai R^2 sebesar 0,905 artinya 90,5 persen kemiskinan di Kota Jambi dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah, sedangkan sisanya sebesar 9,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji F

Hasil regresi menunjukkan nilai F hitung sebesar 38,317 dengan tingkat kepercayaan 95%, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,13 hasil regresi menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima artinya secara bersama-sama pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi Tahun 2000-2015.

Uji t

Untuk mengetahui variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel terikat, uji t dilakukan dengan membandingkan nilai uji t hitung dengan t tabel.

1. Pertumbuhan ekonomi

Hasil regresi menunjukkan nilai t hitung untuk variabel pertumbuhan ekonomi adalah sebesar -1,953 dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh t tabel sebesar 1,739 hasil regresi menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dalam kasus ini (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yang artinya pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh negatif terhadap kemiskinan di Kota Jambi, Menurut Suparmoko (2004), menyatakan bahwa hubungan antara kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi menunjukkan hubungan negatif. Sebaliknya hubungan pertumbuhan ekonomi dan tingkat kesenjangan ekonomi adalah hubungan positif. Pertumbuhan ekonomi tanpa diikuti dengan pemerataan pendapatan tidak akan mampu mengurangi jumlah penduduk miskin, untuk itu perlu ada peningkatan pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan pemerataan pendapatan sehingga dapat mensejahterakan masyarakat. hal ini di perkuat juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2009) yaitu menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi mempunyai pengaruh negatif terhadap kemiskinan di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah

2. Jumlah penduduk

Hasil regresi menunjukkan nilai t hitung untuk variabel jumlah penduduk adalah sebesar 5,370 dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh t tabel sebesar 1,739 hasil regresi menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dalam kasus ini (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yang artinya jumlah penduduk memiliki pengaruh positif terhadap kemiskinan di Kota Jambi, Hubungan antara jumlah penduduk dengan tingkat kemiskinan dapat berpengaruh positif dan juga berpengaruh negatif. Dihubungkan dengan aspek kualitasnya, pertumbuhan penduduk yang berakibat positif apabila pertumbuhan dapat mendorong pembangunan ekonomi, artinya kenaikan jumlah penduduk yang mengakibatkan bertambahnya tenaga kerja yang mampu mendorong sektor produksi untuk meningkatkan kegiatan ekonomi hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2009) yaitu menyatakan bahwa jumlah penduduk mempunyai pengaruh positif terhadap kemiskinan di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah

3. Pengeluaran pemerintah

Hasil regresi menunjukkan nilai t hitung untuk variabel pengeluaran pemerintah adalah sebesar -1,647 dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh t tabel sebesar 1,739 hasil

regresi menunjukkan t hitung $<$ t tabel maka dalam kasus ini (H_0) diterima dan (H_a) ditolak yang artinya pengeluaran pemerintah tidak memiliki pengaruh terhadap kemiskinan di Kota Jambi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yani (2008) yang menyatakan bahwa pengeluaran pemerintah tidak memiliki pengaruh terhadap pengurangan kemiskinan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rata-rata pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 5,77 persen pertahun. Rata-rata jumlah penduduk di Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 2,68 persen pertahun. Rata-rata pengeluaran pemerintah Kota Jambi dari tahun 2000-2015 adalah sebesar 11,72 persen. Rata-rata kemiskinan di Kota Jambi tahun 2000-2015 adalah sebesar 10,02 persen.

Pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi dilihat dari t hitung sebesar $-1,953 >$ t tabel sebesar 1,739. Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi dilihat dari t hitung sebesar $5,370 >$ t tabel sebesar 1,739. Pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kemiskinan di Kota Jambi dilihat dari t hitung sebesar $-1,647 <$ t tabel sebesar 1,73.

Saran

Dari hasil penelitian walaupun pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif terhadap kemiskinan di Kota Jambi akan tetapi pemerintah haruslah memikirkan tidak hanya menekan akan pentingnya pertumbuhan ekonomi saja, akan tetapi pemerintah juga harus mempertimbangkan tentang pemerataan pendapatan dan distribusi pendapatannya. Diperlukan juga upaya dari berbagai pihak untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat terutama penduduk miskin, salah satu yang dapat dilakukan dengan memberikan beasiswa pada siswa kurang mampu untuk menempuh pendidikan setelah menyelesaikan wajib belajar sembilan tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincoln.(2000). *Ekonomi Pembangunan*. YKPN: Yogyakarta.
- Amir, Amri. (2007). *Perekonomian Indonesia (Dalam Perspektif Makro)*. Penerbit Biografika: Bogor.
- Anonim, (2013). *Jambi Dalam Angka*. BPS: Propinsi Jambi.
- Arsyad, Lincoln. (2000). *Ekonomi Pembangunan*. YKPN: Yogyakarta.
- Budiono. (1992). *Teori Pertumbuhan Ekonomi Edisi 1*. BPFU Universitas Gajah Mada: Yogyakarta.
- Gunawan, Sumodiningrat, (2003), *Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Indonesia Agenda Kini dan Ke Depan*: Jakarta Bappes.
- Heru, Nugroho, (2001). *Negara Pasar dan Keadilan Sosial*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Indra, Maipita, (2013), *Mengukur Kemiskinan Dan Distribusi Pendapatan*, UUP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Jhingan, M.L. (2003). *Ekonomi pembangunan dan Perencanaan*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. (2000). *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*. AMP YKPN: Yogyakarta

- Mangkoebroto, Guriton, (2011), *Ekonomi Publik, EDISI KETIGA*. Cetakan Keempat. Cetakan BPFE: Yogyakarta.
- Musgrave, R.A. and P.B. Musgrave. (1993). *Keuangan Negara, Dalam Teori dan Praktek, Edisi Kelima, Cetakan Kedua, Ahli Bahasa al fonsus sarait*. Erlangga: Jakarta.
- Selo, Sumarjan, (1980), *Kemiskinan Struktural Dan Pembangunan*. Yayasan Ilmu-ilmu Sosial: Jakarta.
- Suparmoko, M. (1996). *Keuangan Negara dalam Teori dan Praktek, Cetakan Keenam*. BPFE UGM: Yogyakarta.
- Suparmoko, M. (2004). *Ekonomi Lingkungan*. BPFE: Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. (2006), *Ekonomi Pembangunan. Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sukirno, Sadono. (2008). *Mikro Ekonomi. Teori Pengantar. Edisi Ketiga*. PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Tjokroamidjojo, Bintarao, (1995), *Perencanaan Pembangunan*. PT. Midas Surya Grafindo: Jakarta.
- Todaro, MP, (2003), *Ekonomi Pembangunan, di Daerah Dunia Ketiga*. Ghalia Indonesia Jakarta Keenam. BPFE UGM: Yogyakarta.
- Todaro, MP, (2006), *Ekonomi Pembangunan. Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan*, PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Yudhoyono, S. B. Dan Harniati. (2004). *Pengurangan Kemsikinan di Indonesia, Mengapa Tidak Cukup dengan Memacu Pertumbuhan Ekonomi*. Brighten Press: Bogor.

MODEL KEWIRAUSAHAAN SOSIAL ISLAM PADA KOMUNITAS PENGUSAHA MUSLIM DI KOTA JAMBI

Sigit Indrawijaya¹⁾, Nurida Isnaeini²⁾

¹⁾Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

²⁾Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : sigit.indrawijaya@yahoo.com

Abstract

This study aims to develop a model of Islamic social entrepreneurship in the Muslim entrepreneur community in the city of Jambi. The sample in this study amounted to 50 people. This type of research is Sequential Exploratory research, the method of analysis uses a range of scores using Microsoft Excel 2017, and SWOT analysis. The results of this study become a model that can be applied to strengthen the capacity of the Muslim entrepreneur community in the city of Jambi. The Islamic social entrepreneurship model will be a guide for Muslim entrepreneurs in the city of Jambi to be able to further develop. This model aims to accommodate the development of Muslim entrepreneurs who are members of the community in Jambi City. Data analysis shows that there is a strong desire from season entrepreneurs to unite in an organization. Socialization by implementing the Islamic Social Entrepreneurship model will be able to strengthen Muslim entrepreneurs to join the Muslim entrepreneur community, especially in the city of Jambi.

Keywords: Islamic Social Entrepreneurship, Muslim Entrepreneur Community

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menyusun model kewirausahaan sosial islam pada komunitas pengusaha muslim di Kota Jambi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *Sequential Exploratory research*, Metode analisis menggunakan rentang skor dengan menggunakan *Microsoft Excell 2017*, dan SWOT analisis. Hasil dari penelitian ini menjadi suatu model yang dapat diterapkan untuk penguatan kapasitas komunitas pengusaha muslim di Kota Jambi. Model kewirausahaan sosial islam akan menjadi salah satu panduan bagi pengusaha muslim di Kota Jambi untuk dapat semakin berkembang. Model ini bertujuan mengakomodir pengembangan pengusaha muslim yang tergabung dalam komunitas di Kota Jambi. Analisis data menunjukkan adanya keinginan kuat pengusaha musim untuk dapat bersatu dalam suatu wadah organisasi. Sosialisasi dengan mengimplementasikan model Kewirausahaan sosial islam akan dapat memperkuat pengusaha muslim untuk turut bergabung dalam komunitas pengusaha muslim khususnya di Kota Jambi.

Kata Kunci : Kewirausahaan Sosial Islam, Komunitas Pengusaha Muslim

PENDAHULUAN

Berdasarkan kondisi ekonomi saat ini, kegiatan wirausaha sosial sangat penting untuk mengurangi masalah sosial terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Di antara langkah-langkah awal yang direkomendasikan oleh pemerintah Indonesia adalah upaya

kolaborasi antara lembaga-lembaga berpotensi tinggi dari berbagai lembaga pemerintah dan swasta. Lembaga-lembaga ini perlu mengadopsi konsep kewirausahaan sosial ke dalam dunia kewirausahaan terutama di bidang penelitian secara keseluruhan untuk membantu pengusaha mengembangkan berbagai produk dan layanan dengan harga dan kualitas rendah (Saefuddin,2012).

Kewirausahaan sosial telah menjadi fenomena baru di negara Malaysia untuk mengurangi masalah sosial dan memberantas komunitas kemiskinan. Menurut angka-angka dari pengusaha perusahaan terkenal, menyatakan bahwa sudah saatnya bagi pengusaha untuk menerapkan kewirausahaan sosial Islam dalam praktik konsep bisnis jihad saat ini melalui kewirausahaan sosial dan kewirausahaan bisnis. Pengusaha adalah di antara individu dan kelompok yang sering dibahas dalam Al Qur'an, terutama dalam konteks bisnis. Pengusaha sosial adalah pengusaha yang memiliki aktivitas kewirausahaan dalam bisnis dan telah berhasil tidak mendapatkan keuntungan sebagai hasil dari kegiatan (Adib dan Muin,2014).

Kewirausahaan sosial menjadi fenomena sangat menarik saat ini karena perbedaan-perbedaannya dengan wirausaha tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan, serta signifikansinya terhadap kehidupan masyarakat. Perhatian kewirausahaan sosial secara global mendapatkan momentumnya ketika Muhammad Yunus mendapatkan hadiah Nobel perdamaian tahun 2006 karena Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Gairah kewirausahaan sosial di Indonesia mulai tumbuh ditandai dengan maraknya seminar/lokakarya tentang kewirausahaan sosial, berdirinya pusat studi kewirausahaan sosial di beberapa kampus, hadirnya organisasi yang peduli dengan pengembangan kewirausahaan sosial seperti Asoka Indonesia, dan terbentuknya Asosiasi Kewirausahaan Indonesia (AKSI) pada tanggal 16 Nopember 2009. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa banyak pihak yang meyakini bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di Indonesia. (Utomo, 2014).

Kewirausahaan sosial Islam adalah salah satu kegiatan muamalat yang menjadi kewajiban (*fardu kifayah*) bagi masyarakat. Implementasi kewirausahaan sosial Islam sangat penting karena menumbuhkan hubungan positif antara manusia dan penciptanya (Allah S.W.T) (*hablum-minallah*), manusia dan manusia (*hablum-minannas*), dan manusia dan alam. Studi tentang kewirausahaan sosial sosial melayani maqasid syariah dalam melestarikan agama, kehidupan, intelek, garis keturunan dan milik hal-hal yang merugikan atau merugikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mendorong wirausaha sosial Muslim yang berhasil melaksanakan aktivitas wirausaha sosial di kalangan umat Islam untuk mencari kesenangan dan berkah dari Allah SWT di dunia dan akhirat ini, untuk memenuhi kebutuhan tujuan dan visi sosial masyarakat, kesadaran iman (iman) dan kesalehan (taqwa) tinggi dalam diri mereka sendiri, membantu menyelesaikan masalah sosial masyarakat, menjadi agen perubahan untuk ekonomi sosial, membantu pemuda mendapatkan keterampilan kewirausahaan sosial, meningkatkan kerjasama jaringan dengan praktisi bisnis sosial, memantau kinerja kaum muda, dan untuk memahami tujuan dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat

Menurut catatan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), jumlah pengusaha di Indonesia meningkat dari yang sebelumnya hanya sebesar 1,67% menjadi 3,10% dari total jumlah pendudukan Indonesia yang saat ini sebanyak 225 juta jiwa. Rasio wirausaha kita berdasarkan data BPS, jumlah wirausaha BPS meningkat 3,10 persen. Sebelumnya 1,67 persen dari 225 juta penduduk.jumlah pengusaha di Indonesia jauh lebih

sedikit dibandingkan dengan negara tetangga. Misalnya, jumlah pengusaha di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan pengusaha di Malaysia yang jumlahnya sebesar 6% dari total penduduknya. Rasio wirausaha di bawah negara tetangga kita. Singapura 7 persen, Malaysia 6 persen, Thailand 5 persen. Sedangkan untuk perkembangan Kota Jambi dapat dilihat dari Tabel berikut :

Tabel 1. Capaian Pertumbuhan UMKM Kota Jambi 2016-2017

No	Perkembangan UMKM	Satuan	2016	2017	Pertumbuhan
1	Jumlah Usaha Mikro	Unit	85.684	87.669	2,31
2	Jumlah Usaha Kecil	Unit	11.169	12.674	13,47
3	Jumlah Usaha Menengah	Unit	1.252	555	(56,67)
4	Jumlah Tenaga Kerja Terserap	Org	173.442	175.765	1,3
5	Jumlah UKM	Unit	98.105	100.898	2,8

Sumber : Laporan Tahun Dinas Koperasi dan UKM, 2018

Peran serta pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) menyiapkan kredit usaha rakyat (KUR) dengan bunga rendah sebesar 9%. Di tahun 2017, tidak menutup kemungkinan bahwa bunga KUR akan turun dan stabil. KUR merupakan salah satu strategi pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengusaha di Indonesia. Tidak ada cara lain untuk menciptakan pemerataan ekonomi, harus memberdayakan dan memperkuat lembaga koperasi, UKM secara khusus. Jumlah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia akan menurun dengan adanya peningkatan jumlah pengusaha. Apabila kewirausahaan kuat, maka akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang adil, di mana adanya kesenjangan ekonomi akan terus tergerus.

Melihat adanya sinergisitas dari Pemerintah terhadap wirausaha baik yang sudah lama maupun pemula menjadi sebuah harapan yang baik untuk pertumbuhan wirausaha di Kota Jambi. Adapun untuk rasio capaian kewirausahaan dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2. Capaian Rasio Kewirausahaan

No	Tahun	UMKM	Jumlah Penduduk	Rasio (%)
1	2016	98.105	3.458.926	2,8
2	2017	100.898	3.458.926	2,9

Sumber : Laporan Tahun Dinas Koperasi dan UKM, 2018

Entrepreneur di Indonesia semakin bertumbuh. Komunitas pengusaha pun sekarang mulai banyak terbentuk bagi pengusaha dari segala usia, termasuk pengusaha muda. Ini dia, beberapa komunitas pengusaha di Indonesia yang memiliki perwakilan di Kota Jambi, diantaranya : Komunitas Tangan Di Atas (TDA), Komunitas 'Yuk Bisnis', Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI), Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), Serikat Saudagar Nusantara (SSN), Jambi Berdaya, dan berbagai komunitas lainnya.

Dari perkembangan jumlah pengusaha muslim saat ini di Kota Jambi yang semakin meningkat, dapat menjadi salah satu faktor pendorong untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini melihat bahwa Pengusaha muslim dapat menjadi seorang *sociopreneur* maupun *enterpreneur* di masyarakat, menyangkut pembangunan ekonomi ditujukan untuk memberdayakan manusia (*people empowerment*) agar dapat mengembangkan potensi, baik secara individual (SDM) maupun potensi lokal daerahnya

(SDA). Dalam jangka panjangnya, melalui pelaku-pelaku *entrepreneur* muslim inilah kemajuan Islam bisa tercapai karena kontribusi nyata umat muslim kepada masyarakat. Perkembangan kemajuan pengusaha muslim diikuti dengan berbagai permasalahan terkait muamalah antara sinergisitas pengusaha muslim dengan pengusaha lainnya, pengusaha muslim dengan pemerintah sebagai regulator, pengusaha muslim dengan akademisi untuk kemajuan penelitian dan pengembangan dan pengusaha muslim dengan konsumen. Sinergisitas positif juga dibutuhkan dengan donatur, investor, maupun lembaga atau personal yang menyalurkan dananya untuk kepentingan umat (*public*).

Sementara peran pemerintah lebih kepada kebijakan, tentunya kebijakan yang mendukung. Kebijakan pemerintah seharusnya ditujukan untuk mengurangi hambatan-hambatan birokrasi yang dapat menyulitkan pengusaha muslim dalam menjalankan perannya. Sebuah solusi riil untuk membantu meringankan beban orang-orang yang kurang mampu dapat diselesaikan salah satunya dengan mempraktekan *sociopreneur*. Bukan semata mengandalkan lembaga pemerintahan atas nama departemen kesejahteraan sosial. Masyarakat bergerak sendiri secara mandiri melalui pendampingan dan pemantauan. Akan menghasilkan efek ganda, yakni kesejahteraan orang lain meningkat dan menjadi nilai kewirausahaan untuk mendapat *profit*.

Dalam pengamatan awal di Kota Jambi selama beberapa tahun terakhir, menjumpai para pengangguran, pengemis, gelandangan dan anak jalanan di perempatan jalan tidak begitu sulit, semuanya masih tergolong dalam fakir dan miskin. Sebagaimana disebutkan dalam ayat suci Al Qur'an, surat Ar Rum ayat 38, "*Maka berikanlah kepada kerabat yang terdekat akan haknya, demikian (pula) kepada fakir miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridhaan Allah; dan mereka itulah orang-orang beruntung*". Sudah jelas termaktub dalam ayat tersebut bahwa menjadi kewajiban setiap muslim dan pengusaha muslim khususnya untuk membantu yang lemah. Di Kota Jambi contoh sukses *sociopreneur* sudah terbukti, ini dilihat dari model lembaga amil dan zakat seperti Rumah Insan Madani dan Rumah Zakat Opsezi. Kedua lembaga tersebut merupakan contoh lembaga yang awalnya merupakan inisiatif beberapa orang untuk mengadakan donasi dan relawan untuk mengurus masalah zakat, infak dan *shodaqoh*. Tapi dalam perkembangannya sangat pesat. Bisa menyerap banyak tenaga kerja. Klinik kesehatan gratis dan sekolah gratis adalah program yang sangat di rasakan hasilnya oleh masyarakat. Selain keuntungan secara financial yang didapat juga memiliki manfaat untuk kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat.

Kewirausahaan sosial merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi masalah sosial berupa pengangguran, kemiskinan, dan kerusakan lingkungan. Santoso (2008) menyebutkan bahwa "*community empowerment is a process of interaction networks in order to improve the capacity of community, to support sustainable development, and development of quality of life of the community*".

Pengembangan ekonomi lokal sebaiknya tidak dipandang sebagai sesuatu yang eksklusif, tetapi sebagaibagian integral dari pembangunan daerah. Berikut ini dikemukakan arah tujuan dan cakupan inisiatif pengembangan ekonomi lokal menurut Dendy, *et.al* (2004): (1) Mendorong ekonomi lokal untuk tumbuh dan menciptakantambahan lapangan kerja, (2) Mendayagunakan sumber daya lokal yang tersedia secara lebih baik, (3) Menciptakan ruang dan peluang untuk penyelarasan supply dan permintaan, (4) Serta mengembangkan peluang-peluang baru bagi bisnis.

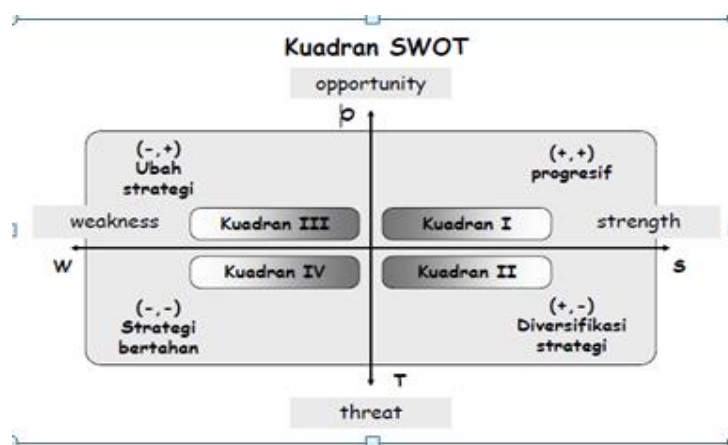
Sebagai perbandingan berikut ini dikutip definisi pengembangan ekonomi lokal menurut Bank Dunia (2004) dalam Dendy, *et.al* (2004), yakni: "...suatuproses di mana sektor publik,

bisnis dan non pemerintah bekerja sama menciptakan kondisi-kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.”

Tujuan Penelitian yaitu sebagai berikut : 1) Mengetahui profil Pengusaha muslim di Kota Jambi; 2) Merumuskan model Kewirausahaan Sosial Islam pada komunitas Pengusaha di Kota Jambi

METODE

Terdapat tiga metode yang digunakan, yakni : (1) Pertanyaan terstruktur (kuesioner) (2) pengumpulan data sekunder dan (3) *Fokus Group Discussion* (4) Analisis SWOT. Analisis SWOT melalui pendekatan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif melalui matrik. Analisis SWOT, merupakan suatu metode yang menunjukkan kinerja usaha dengan menentukan kombinasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal, yaitu kekuatan (*stregth*), dan kelemahan (*weakness*). Dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threaths*). Untuk SWOT dengan pendekatan kuantitatif menggunakan tiga langkah perhitungan (Rangkuti., 2006), langkah pertama adalah memberi skor dari masing-masing faktor internal dan eksterna; dan memberi bobot atas faktor-faktor internal dan eksternal tersebut dengan berururur berdasarkan tingkan kepentingan. Langkah kedua melakukan pengurangan pada faktor internal yaitu jumlah total *strength* dikurangi jumlah total *weakness* ($d = S - W$), kemudian melakukan pengurangan pada faktor eksternal yaitu jumlah total *Opportunity* dikurangi jumlah total *treath* ($e = O - T$), perolehan angka ($d = x$) selanjutnya menjadi titik sumbu X, selanjutnya perolehan angka ($e = y$) menjadi titik sumbu y, langkah ketiga mencari titik sumbu (X,Y) pada kuadran SWOT sebagai berikut :



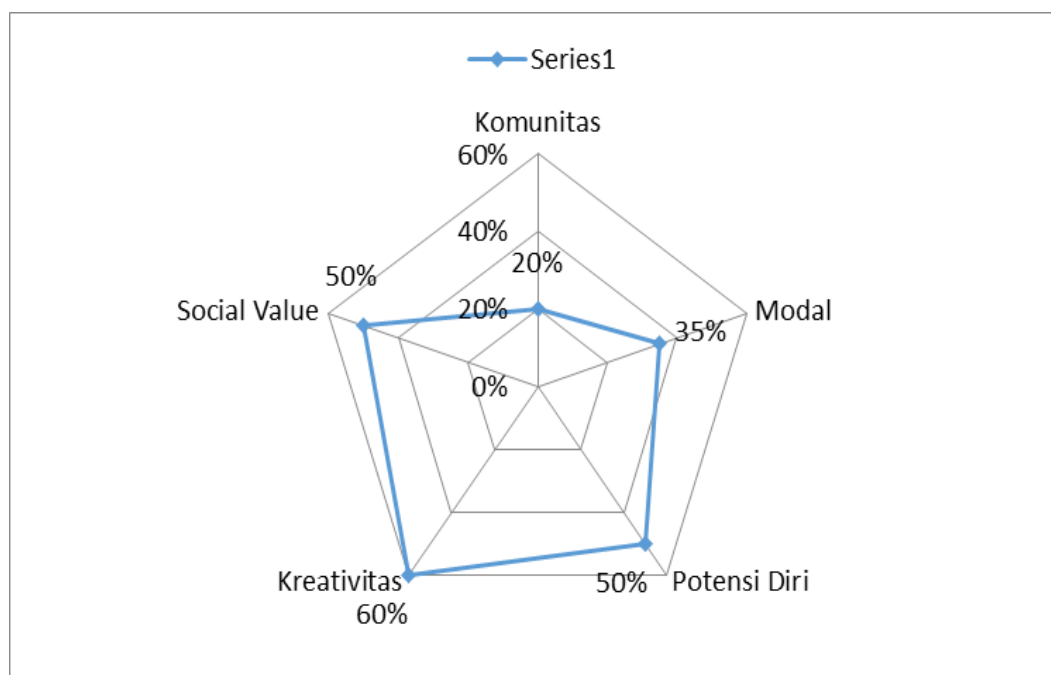
Gambar 1. Kuadran SWOT

Untuk SWOT dengan pendekatan kualitatif menggunakan Faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*). Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun kemudian hasilnya dimasukkan kedalam model kualitatif yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan. Matrik faktor strategi internal (IFAS) dan eksternal (EFAS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Jawaban Responden

Model Kewirausahaan sosial islam dibangun dengan melihat beberapa dimensi pembentuknya, hal ini berdasarkan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini. Secara umum perhitungan dimensi pembentuk model kewirausahaan sosial islam dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. Diagram Hitung I Kewirausahaan Sosial Islam di Kota Jambi 2019

Berdasarkan gambar 2 Model Kewirausahaan Sosial islam berdasarkan dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Social value, Komunitas, Modal, Potensi diri, dan kreativitas maka terlihat faktor komunitas masih yang terendah dengan skor 20%, sedangkan faktor kreativitas merupakan skor yang paling tinggi yaitu 60%. Melihat dari diagram hitung ini dapat dikatakan pengusaha muslim di Kota Jambi masih belum mengatakan komunitas yang ada saat ini penting dan sudah berjalan sesuai dengan yang ditujukan untuk memajukan pengusaha muslim di Jambi. Kurangnya sosialisasi terhadap pengusaha muslim di Kota Jambi sehingga mereka merasa kurang penting mempelajari *entrepreneurship* syariah dalam menjalankan roda usahanya, sehingga amar makruf nahi mungkar dalam bidang ekonomi syariah belum tercapai secara maksimal kecuali oleh mereka yang mau bergabung dalam komunitas.

Analisis SWOT

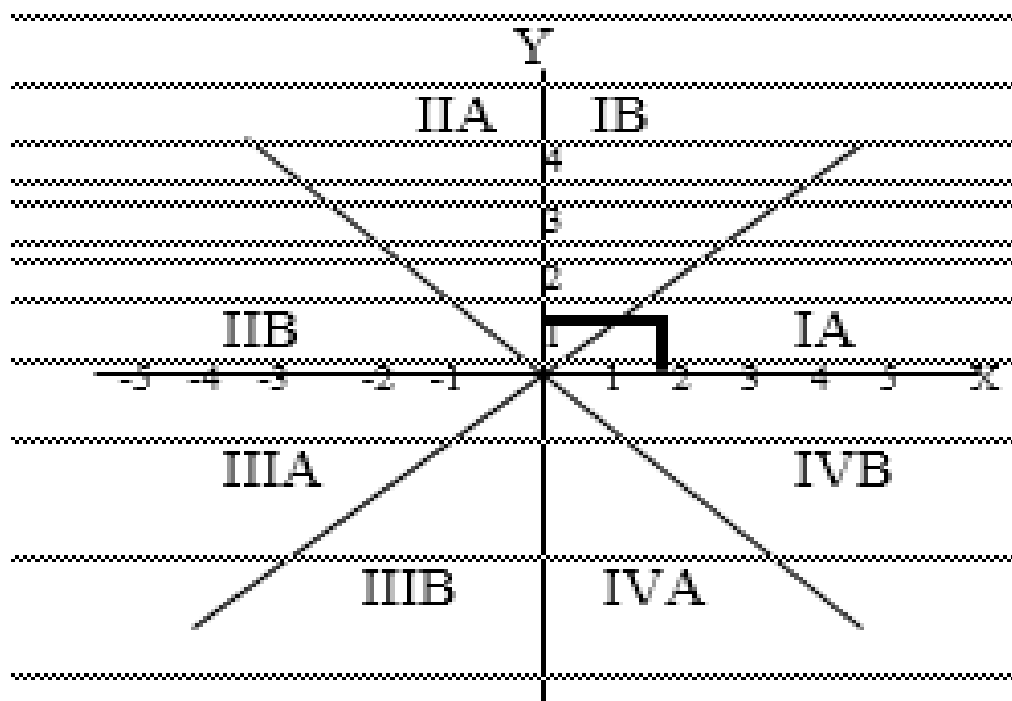
Setelah memasukan data kedalam matrik Internal Factors Analisis Summary (IFAS) dan External Factors Analisis Summary (EFAS) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing point. Dari matrik IFAS dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$
$$X = 3,45 - 1,78 = 1,67$$

Sedangkan untuk matrik EFAS dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$
$$Y = 3,25 - 2,07 = 1,15$$

Berdasarkan matrik IFAS dan EFAS tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan posisi sumbu Y yang dimana menentukan posisi dikuadran SWOT, yaitu $X = 1,67$ dan $Y = 1,15$:



Gambar 3. Hasil Pilihan Strategi

Berdasarkan gambar yang tertuang dalam grafik di atas, hasil terletak pada kuadran I, artinya strategi yang diberikan adalah agresif, sangat dimungkinkan untuk terus memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dikarenakan terletak pada kuadran IA maka berarti pertumbuhan peran yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan cepat (*rapid growth*).

Matrik Analisis SWOT

Internal	Stenght (S) 1. Mindset Bisnis 2. Manajemen Kewajiban Muslim Inovasi	Weakness (W) 1. Pemahaman Fiqh Jual/beli 2. Kemampuan menguasai teknologi 3. Kemampuan bekerjasama 4. Standar produk
Eksternal	Strategi ST Menularkan pemahaman kewirausahaan islam kepada pengusaha muslim lainnya. Membangun sinergisitas dengan pengusaha lain untuk membuat program yang mengarah pada kreativitas dan inovasi sesuai syariah	Strategi WT Mengurangi biaya biaya untuk efisiensi Mendirikan Lembaga Sertifikasi Produk (LSPRO) untuk mengaudit mutu produk, sehingga produk memiliki standar mutu. Adakan workshop rutin untuk pemahaman fiqh jual beli
Threat (T) 1. Kondisi Ekonomi 2. Persaingan Bisnis 3. Kualitas	Strategi SO Memperkuat hubungan antar sesama pengusaha muslim . Memanfaatkan bantuan pemerintah dalam mengembangkan bisnis dan jaringan pengusaha muslim.	Strategi WO .Melakukan pendataan dan verifikasi pengusaha muslim untuk diajak bergabung dalam komunitas.
Opportunity (O) 1. Semakin tumbuh anggota komunitas pengusaha muslim 2. Bantuan pemerintah 3. Bantuan modal Kerjasama dalam hal pemasaran		

Gambar 4. Matrik Analisis SWOT

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Implementasi kewirausahaan sosial islam secara umum berjalan dengan cukup baik, terutama untuk yang sudah bergabung dalam komunitas, hal ini terlihat dari di laksanakannya program untuk meningkatkan pemahaman kewirausahaan islam berupa pemahaman akan ilmu syari, manajemen usaha yang baik, pengamalan filantropi Islam dan inovasi terkini dalam mengembangkan bisnis..

Saran

Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat di Kota Jambi untuk keberadaan komunitas pengusaha muslim menjadikannya lambat berkembang dan maju. Sosialisasi dengan mengimplementasikan model Kewirausahaan sosial islam akan dapat memperkuat pengusaha muslim untuk turut bergabung dalam komunitas pengusaha muslim khususnya di Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur`anul Karim, Terjemahan Depag
 Akhmad Nur Zaroni, 2007. "Bisnis dalam Perspektif Islam", Jurnal Ekonomi, Mazahib Vol. IV, No. 2, 2007), 5

- Ancok, Jamaluddin & Nashori. Fuat 1995. Psikologi Islami. Yogyakarta Pustaka Pelajar
- Antoni. 2014. Muslim Entrepreneurship: Membangun Muslim Peneers Characteristics Dengan Pendekatan Knowledge Based Economy. El-Hikam: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman. Volume VII, Nomor 2, Juli – Desember 2014
- Biro Pusat Statistik (2017). *Statistik Indonesia 2017*.
- Casson Mark, Entrepreneurship. Jakarta Rajawali Pers 2012
- E. Shaw, (2011) *Toward A Theory of Entrepreneurship : The Significance and Meaning of Performance and the Emotion Management of Entrepreneurs* A Thesis submitted for the Degree of Doctor of Philosophy By Elizabeth Shaw Brunel School of Business and Management Brunel Unive. Brunel University.
- Fitria Anis, 2017. Social Entrepreneurship Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. Jurnal Iqtisad. Vol 4, No 1 (2017). DOI: <http://dx.doi.org/10.31942/iq.v4i1.2002>
- Fiqih Santoso (2008). *Concept and Method for Community Empowerment Indonesia*.<http://appreciativeorganization.wordpress.com/2007/08/08>, didownload 8 April 2018
- J. Almarri, J. Meewella, T. Mainela, ***Social Entrepreneurship and Islamic Philanthropy***. International conference on Excellence in Business. Shariah United Arab Emirates (2012)
- Johnson, S. (2000), “*Literature review on social entrepreneurship*”, available at: www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Lit._Review_SE_November_2000.rtf (accessed February 20, 2011).
- Laverack Glenn, Davison Munodawafa, Surinder Aggrawal, Mirai Chatterjee, 2009. Community Empowerment with Case Studies from the South-East Asia Region. This paper was prepared as a working document for discussion at the 7th Global Conference on Health Promotion, "Promoting Health and Development: Closing the Implementation Gap", Nairobi, Kenya, 26-30 October 2009.
- Mohd Adib Abd Muin, Shuhairimi Abdullah, Muhammad Fakhirin Che Majid, (2014). Pengurusan Keusahawanan Sosial Islam: Model Amalan Usahawan Berjaya Dalam Amalan Nilai-Nilai Murni. Prosiding: Seminar Penyelidikan Kebangsaan 2014
- Muhamad Rudi Yoko Efendi. 2017. Analisis Nilai-Nilai Kewirausahaan Dalam Program Pembelajaran Al-Islam Di SMA Muhammadiyah 9 Surabaya Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam/Vol. 6, No. 2, 2017
- Nurfaqih. Muhammad Isnain & Fahmi. Rizqi Anfanni. 2018. Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam. Working Paper Keuangan Publik Islam No. 8 Seri 1 Tahun 2018
- Parwez Sazzad, 2017, Community-based entrepreneurship: evidences from a retail case study. Journal of Innovation and Entrepreneurship (2017) 6:14 DOI 10.1186/s13731-017-0074-z
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia dan kewirausahaan sosial. Prosiding Seminas Competitive Advantage , 1
- Robinson, J.A., Mair, J. and Hockerts, K., (Eds) (2009), *International Perspectives of Social Entrepreneurship*, Palgrave, London.
- Saifuddin Abdullah. (2012, 6 Ogos). “Keusahawanan Sosial Basmi Kemiskinan”. Akhbar Sinar Harian.
- Sekaran, U. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons. Inc. 2003.

- Sekaran. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Santosa, S. (2007). Peran *Socio Entrepreneurship* dalam Pembangunan. In Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia yang Inovatif, Inventif dan Kompetitif. Malang.
- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*) sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan perekonomian. Jurnal Universitas Pembangunan Jaya, 2, 2–23.
- Suherman Eman. 2010. Desain Pembelajaran Kewirausahaan. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Yuliana Rita, 2010. Model Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Pengembang Ekonomi Lokal Melalui Sistem Kemitraan Bisnis Islam Berbasis *Mompreneur*. *Pamator*, Volume 3, Nomor 2, Oktober 2010
- Yusanto, Muhammad Ismail & Widjajakusuma, Muhammad Karebet, Menggagas Bisnis Islami, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 33

ANALISIS DETERMINAN EKSPOR MINYAK MENTAH INDONESIA

Rahma Nurjanah¹⁾, Adi Bhakti²⁾

^{1,2)}Prodi Ekonomi Pembangunan FEB Universitas Jambi
Korespondensi email : rahmanurjanah@ymail.com

Abstract

The purpose of this study is to Analyze the development of exchange rates, labor in the mining sector, and economic growth and the volume of Indonesia's crude oil exports abroad from 1995 to 2017. To analyze the effect of the exchange rate, labor in the mining sector, and economic growth on the volume of Indonesia's crude oil exports to go abroad during 1995 to 2017 The development of Indonesia's crude oil export volume, exchange rate, labor in the mining sector and the condition of Indonesia's economic growth during the period 1995 to 2017 fluctuated or fluctuated, with the volume of crude oil exports growing at an average of -1,59% and the exchange rate of 14.17%, economic growth of 4.48% and labor of the mining sector by 4.80%. Regression results show that of the three determinants that affect crude oil exports, namely the exchange rate, economic growth and labor in the mining sector all have a significant negative effect on Indonesia's crude oil export volume.

Keywords: Crude oil exports, Exchange rates, Economic growth, Labor in the mining sector

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk Menganalisis perkembangan Kurs, tenaga kerja sektor pertambangan, dan pertumbuhan ekonomi serta Volume ekspor minyak mentah Indonesia ke luar negeri selama tahun 1995 sampai 2017 Untuk menganalisis pengaruh Kurs, tenaga kerja sektor pertambangan, dan pertumbuhan ekonomi terhadap Volume ekspor minyak mentah Indonesia ke luar negeri selama tahun 1995 sampai 2017 Perkembangan volume ekspor minyak mentah indonesia,kurs,tenaga kerja sektor pertambangan dan kondisi pertumbuhan ekonomi indonesia selama periode tahun 1995 sampai 2017 mengalami fluktuasi atau naik turun, dengan volume ekspor minyak mentah rata-rata pertumbuhannya sebesar -1,59% dan kurs sebesar 14,17% , pertumbuhan ekonomi 4,48% dan tenaga kerja sektor pertambangan sebesar 4,80%. Hasil regresi menunjukkan dari ketiga determinan yang mempengaruhi ekspor minyak mentah yakni kurs,pertumbuhan ekonomi dan tenaga kerja sektor pertambangan semuanya berpengaruh negatif signifikan terhadap volume ekspor minyak mentah indonesia.

Kata Kunci : Ekspor minyak mentah,Kurs,Pertumbuhan ekonomi,Tenaga kerja sektor pertambangan

PENDAHULUAN

Minyak mentah berkontribusi cukup besar terhadap total nilai ekspor migas Indonesia, yakni dimana pada tahun 2013 minyak mentah memiliki kontribusi sebesar 31,27 persen dari total ekspor migas Indonesia. Kemudian pada tahun 2014 minyak mentah memiliki kontribusi sebesar 30,7 persen, diikuti oleh tahun 2015 dimana minyak mentah memiliki kontribusi sebesar 34,8 persen dari total nilai ekspor migas Indonesia. Karena kontribusi yang besar tersebut upaya untuk meningkatkan ekspor minyak mentah Indonesia ke luar negeri harus

terus diupayakan dan karena itu perlu diidentifikasi apa saja faktor yang dapat meningkatkan ekspor minyak mentah Indonesia ke luar negeri, secara teoritis nilai tukar rupiah terhadap dollar (kurs) merupakan salah satu faktor utama karena perubahan nilai tukar akan berdampak pada harga minyak Indonesia baik secara jangka pendek dan jangka panjang. Selain nilai tukar faktor lainnya adalah tenaga kerja yang bekerja di sektor pertambangan, walaupun secara umum pertambangan jenisnya bukan saja minyak mentah tapi banyak komoditas tambang lain seperti batubara dan lain lain, untuk meningkatkan produksi membutuhkan input yang salah satunya adalah tenaga kerja begitu juga dengan komoditas minyak mentah namun dengan keterbatasan data khusus tenaga kerja di sektor minyak maka digunakan tenaga kerja sektor pertambangan, kemudian indikator lainnya adalah kemampuan produksi minyak mentah dalam negeri apabila produksi minyak mentah meningkat diharapkan dapat meningkatkan ekspor minyak mentah ke luar negeri, indikator makro ekonomi lainnya adalah pertumbuhan ekonomi dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik akan berdampak terhadap kemampuan ekspor yang semakin baik. Selain itu kondisi harga minyak bensin dalam negeri juga sangat menentukan volume ekspor minyak mentah, jika harga di dalam negeri terlalu rendah dibandingkan harga luar negeri maka produksi minyak dalam negeri lebih cenderung digunakan untuk meningkatkan ekspor dibanding jika dijual didalam negeri. Hal tersebut yang melatarbelakangi untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis determinan ekspor minyak mentah Indonesia” Perdagangan internasional adalah salah satu bentuk kegiatan ekonomi memperdagangkan output barang-barang dan jasa, yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk dari negara lain. Perdagangan dapat menimbulkan keuntungan bagi masing-masing negara yang terlibat perdagangan karena perdagangan itu akan mendorong spesialisasi produksi pada barang atau output tertentu yang mengandung keunggulan komparatif sehingga negara yang bersangkutan dapat memusatkan sumber dayanya pada sektor itu dan mengekspor sebagian outputnya untuk memperoleh keuntungan output lain yang keunggulannya ia kuasai.

Salah satu teori perdagangan internasional adalah teori keunggulan komparatif. Prinsip teori ini bahwa suatu negara dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatan riilnya melalui spesialisasi produksi komoditi yang memiliki produktivitas tinggi. Negara-negara akan memprioritaskan untuk memproduksi komoditi yang paling produktif. Prinsip keunggulan komparatif menunjukkan bahwa spesialisasi akan menguntungkan semua negara meskipun ada negara yang secara mutlak lebih efisien dalam memproduksi semua barang dibandingkan negara lainnya. Jika negara-negara itu mau melakukan spesialisasi komoditas barang dimana mereka mendapat keunggulan komparatif (atau efisiensi lebih tinggi), maka perdagangan antar negara akan menguntungkan bagi semuanya. Oleh sebab itu mengingat kondisi produktif di setiap negara berbeda, negara-negara tersebut sangat menyadari bahwa akan lebih menguntungkan jika melakukan spesialisasi dalam produksi suatu jenis barang tertentu.

Dalam teori modern yang membahas perdagangan internasional dikenal teori Heckscher-Ohlin (H-O). Teori ini sering disebut dengan teori proporsi dan intensitas faktor produksi (*proportion and intensity of production factor*). Teori H-O hanya berlaku jika terpenuhi asumsinya yakni untuk dua negara, dua produk dan dua faktor produksi untuk menjelaskan perdagangan antar dua negara yang berdagang. Namun, ini hanya sekedar penyederhanaan yang dalam prakteknya dapat dipergunakan untuk lebih daripada dua negara, dua produk, dan dua faktor produksi. Dan karakteristik dari antara satu negara dengan negara lain adalah berbeda dalam faktor produksi (misalnya satu negara padat modal dan negara lain padat tenaga kerja) dan juga berbeda tingkat pendapatannya, misalnya negara maju berdagang

dengan negara berkembang (Tan, 2014). Ekspor adalah kegiatan ekonomi menjual atau memperdagangkan barang kepada penduduk negara lain ditambah dengan jasa-jasa yang diselenggarakan kepada penduduk negara tersebut berupa pengangkutan kapal, permodalan, dan lain-lain. Bagi banyak negara, terutama Indonesia ekspor mempunyai fungsi atau peranan yang sangat penting yakni sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi dan penggerak perekonomian nasional dikarenakan ekspor sebagai sumber penghasil devisa bagi negara. Devisa merupakan masuknya uang asing ke negara kita, yang dapat digunakan untuk membayar pembelian atas impor barang dan jasa dari luar negeri.

METODE

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Kemudian untuk menganalisis pengaruh Kurs, Tenaga kerja sektor pertambangan, Produksi minyak dalam negeri, Harga bensin dalam negeri dan pertumbuhan ekonomi terhadap Volume ekspor minyak mentah Indonesia di gunakan persamaan fungsi sebagai berikut :

$$Q_x = f (\text{Kurs, tenaga kerja sektor pertambangan, Pertumbuhan ekonomi}) \dots\dots\dots(3.2.)$$

Dari persamaan tersebut di turunkan menjadi persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil *Ordinary least square* (OLS) sebagai berikut :

$$X_m = \beta_0 + \beta_1 K + \beta_2 T_k + \beta_5 PE + \epsilon \dots\dots(3.3)$$

X_m = Volume ekspor minyak mentah

K = Kurs

T_k = Tenaga kerja sektor pertambangan

PE = Pertumbuhan ekonomi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis Deskriptif

Perkembangan ekspor minyak mentah indonesia

Untuk mengetahui perkembangan ekspor minyak mentah indonesia selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Perkembangan Ekspor Minyak Mentah Indonesia

Tahun	Volume ekspor minyak mentah (ribu ton)	Pertumbuhan (%)
1995	53000	
1996	38255	-27.82
1997	38977	1.88
1998	36914	-5.29
1999	35902	-2.74
2000	29226	-18.59
2001	32617	11.60
2002	29054	-10.92
2003	26518	-8.72
2004	23468	-11.50

2005	21488	-8.43
2006	23606	9.85
2007	22970	-2.69
2008	19488	-15.15
2009	17967	-7.80
2010	18137	0.94
2011	17881	-1.41
2012	14973	-16.26
2013	13017	-13.06
2014	12400	-4.73
2015	1554	-87.46
2016	2313	48.84
2017	5422	134.41
	Rata-rata	-1.59

Sumber : ADB (Data diolah)

Berdasarkan dari hasil dari data diatas menunjukkan perkembangan volume ekspor minyak mentah indonesia selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 mengalami fluktuasi atau naik turun namun dari tahun ke tahun kecenderungannya mengalami penurunan, pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2017 dengan tingkat pertumbuhannya 134,4% sementara tingkat pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2015 yakni -87,46%, situasi global harga minyak mentah dunia dan krisis yang menimpa salah satu Negara pengekspor minyak mentah terbesar yakni Venezuela juga sangat mempengaruhi fluktuasi volume ekspor minyak mentah indonesia pada tahun tersebut.

Perkembangan Tenaga kerja indonesia di sektor pertambangan

Untuk mengetahui perkembangan tenaga kerja indonesia di sektor pertambangan selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 5.2. Berikut ini:

Tabel 2. Perkembangan tenaga kerja indonesia di sektor pertambangan

Tahun	TK (ribu jiwa)	Pertumbuhan (%)
1995	643	
1996	774	20.37
1997	875	13.04
1998	675	-22.85
1999	726	7.55
2000	523	-27.96
2001	484	-7.45
2002	632	30.57
2003	733	15.98
2004	1035	41.20
2005	904	-12.65
2006	924	2.21
2007	995	7.68

2008	1071	7.63
2009	1155	7.84
2010	1255	8.65
2011	1465	16.73
2012	1601	9.28
2013	1426	-10.93
2014	1436	0.70
2015	1320	-8.07
2016	1476	11.81
2017	1392	-5.69
Rata-rata		4.80

Sumber : ADB (Data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 5.2. tersebut diatas terlihat bahwa selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 perkembangan tenaga kerja indonesia di sektor pertambangan mengalami fluktuasi dengan rata-rata pertumbuhannya 4,8 %, pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2004 yakni 41,2% dan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2000 yakni -27,96%. Situasi eksternal dan internal dalam sektor pertambangan sangat mempengaruhi permintaan dan penawaran tenaga kerja di sektor ini, peningkatan ekspor migas dan kebutuhan dalam negeri dan ketersediaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan sektor pertambangan.

Perkembangan Kurs Rupiah terhadap dollar amerika serikat

Untuk mengetahui Perkembangan Kurs Rupiah terhadap dollar amerika serikat selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 3. Berikut ini:

Tabel 3. Perkembangan Kurs Rupiah terhadap dollar amerika serikat

Tahun	Kurs Indo (Rp)	Pertumbuhan (%)
1995	2249	
1996	2342	4.13
1997	2909	24.21
1998	10014	244.24
1999	7855	-21.55
2000	8422	7.21
2001	10261	21.83
2002	9311	-9.25
2003	8577	-7.88
2004	8939	4.22
2005	9705	8.56
2006	9159	-5.62
2007	9141	-0.19
2008	9699	6.10
2009	10390	7.12
2010	9090	-12.51
2011	8770	-3.52
2012	9387	7.03

2013	10461	11.44
2014	11865	13.42
2015	13389	12.84
2016	13308	-0.60
2017	13381	0.54
Rata-rata		14.17

Sumber : ADB (Data diolah)

Dari tabel diatas terlihat bahwa selama periode tahun 1995 sampai 2017 nilai tukar rupiah terhadap dolar amerika serikat cenderung mengalami depresiasi atau terjadi kenaikan harga dolar amerika serikat tiap tahunnya dengan rata-rata pertumbuhannya selama periode tersebut adalah 14,17% , depresiasi tertinggi terjadi pada tahun 1998 yakni 244,4% karena pada tahun ini krisis ekonomi melanda Asia termasuk indonesia yang mengalami krisis moneter dan terjadinya peralihan kepemimpinan nasional dari orde baru ke orde reformasi, sementara peningkatan nilai rupiah atau apresiasi tertinggi terjadi satu tahun sesudah krisis moneter 1998 yakni pada tahun 1999 terjadi penurunan dolar sebesar -21,5%.

Pertumbuhan ekonomi indonesia

Untuk mmengetahui keadaan pertumbuhan ekonomi indonesia selama periode tahun 1995 sampai 2017 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Pertumbuhan ekonomi indonesia berdasarkan harga konstan

Tahun	Pertumbuhan ekonomi (%)
1995	8.2
1996	7.8
1997	4.7
1998	-13.1
1999	0.8
2000	4.9
2001	3.6
2002	4.5
2003	4.8
2004	5
2005	5.7
2006	5.5
2007	6.3
2008	6
2009	4.6
2010	6.1
2011	6.2
2012	6
2013	5.6
2014	5
2015	4.9
2016	5

2017	5.1
Rata-rata	4.48

Sumber : ADB

Dari tabel diatas terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi indonesia selama periode tahun 1995 sampai tahun 2017 mengalami fluktuasi atau naik turun dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi sebesar 4,48%, selama periode tersebut pertumbuhan ekonomi tertinggi terjadi pada tahun 1995 yakni 8,2% dan pertumbuhan ekonomi terendah terjadi saat krisis ekonomi tahun 1998 yakni -13,1%.

Pengaruh tenaga kerja sekktor pertambangan, Kurs dan Pertumbuhan ekonomi terhadap ekspor minyak mentah Indonesia

Hasil Regresi

Hasil output regresi dapat dilihat pada tabel 5 Berikut ini :

Tabel 5. Hasil regresi tenaga kerja sekktor pertambangan, Kurs dan Pertumbuhan ekonomi terhadap ekspor minyak mentah Indonesia

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	67108.39	2470.221	27.16695	0.0000
KURS	-2.814931	0.274727	-10.24630	0.0000
PERTEKONOMI	-637.5186	182.1154	-3.500629	0.0024
TENAGAKERJA	-15.10595	2.463542	-6.131802	0.0000
R-squared	0.947501	Mean dependent var	23267.26	

Sumber : Eviews

Sebelum menginterpretasikan hasilnya dilakukan pengujian asumsi klasik hasilnya tidak ada masalah

Interpretasi hasil regresi

Berdasarkan hasil output regresi diperoleh model regresi bergandanya sebagai berikut :

$$X_m = 67108,39 - 2.81K - 15.10Tk - 637.5PE + \epsilon \dots (5.1.)$$

Persamaan tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta 67108.39
 Jika kurs, pertumbuhan ekonomi dan tenaga kerja sektor pertambahan pada posisi nol maka nilai volume ekspor minyak mentah sebesar 67108,39 ribu ton
2. Koefisien regresi Kurs
 Jika Terjadi depresiasi atau kenaikan dolar sebesar 1 rupiah maka akan menurunkan volume ekspor minyak mentah sebesar 2,81 ribu ton.
3. Koefisien regresi Tenaga kerja sektor pertambangan
 Jika terjadi kenaikan atau peningkatan jumlah tenaga kerja di sektor pertambangan sebesar satu ribu jiwa maka volume ekspor minyak mentah akan turun sebesar 15,1 ribu ton.
4. Koefisien regresi Pertumbuhan ekonomi
 Jika ekonomi tumbuh sebesar 1 % maka volume ekspor minyak mentah akan turun sebesar 637,5 ribu ton.

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut : 1) Perkembangan volume ekspor minyak mentah indonesia,kurs,tenaga kerja sektor pertambangan dan kondisi pertumbuhan ekonomi indonesia selama periode tahun 1995 sampai 2017 mengalami fluktuasi atau naik turun, dengan volume ekspor minyak mentah rata-rata pertumbuhannya sebesar -1,59% dan kurs sebesar 14,17% , pertumbuhan ekonomi 4,48% dan tenaga kerja sektor pertambangan sebesar 4,80%; 2) Hasil regresi menunjukkan dari ketiga determinan yang mempengaruhi ekspor minyak mentah yakni kurs,pertumbuhan ekonomi dan tenaga kerja sektor pertambangan semuanya berpengaruh negatif signifikan terhadap volume ekspor minyak mentah indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank. *Key Indicators For Asia and Pasific 2016*. Asian Development Bank Statistics. 2016
- Asian Development Bank. *Key Indicators For Asia and Pasific 2013*. Asian Development Bank Statistics. 2013
- Dornbusch, Rudiger, Stanley Fischer, Richard Startz. *Macroeconomics*. 9th Edition. McGraww-Hill.2004
- Gujarati, Damodar N. *Basic Econometrics*. 4th Edition. McGraw-Hill. 2004 International Financial Statistics. CD-ROM. IMF. 2008
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gujarati, Damodar N, 2003, *Basic Econometrics..* Fourth edition, International Edition. MC Grow Hill.
- Haryadi,2007 .*Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan*. Biografika
- Mankiw, George N. *Macroeconomics*. 5th Edition. McGraw-Hill.2001
- Mustika (2009) “Analisis Pengaruh Perubahan Harga Minyak Mentah Dunia Terhadap Ekspor Minyak Mentah Indonesia Periode 1995-2007” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Mustika; Haryadi; Siti Hodijah, 2015 “Pengaruh Ekspor dan Impor Minyak Bumi Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia” Tesis Magister ilmu Ekonomi Universitas Jambi.
- Salvatore, Dominic. *International Economics*. Prentice-Hall.2007
- Sims, Christoper. *Macroeconomics and Reality. Econometrica*. 1980
- <http://muslehgeo.blogspot.co.id/2013/06/teori-teori-ketenagakerjaan.html>

***THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL JUSTICE AND KNOWLEDGE
SHARING ON EMPLOYEES' PERFORMANCE IN PT. PLN (PERSERO)
WS2JB BENGKULU AREA***

Robby Hendrawan¹⁾, Praningrum²⁾, Gerry Suryosukmono³⁾

^{1,2,3)}Management, Faculty of Economic and Business, University of Bengkulu, Indonesia
Korespondensi email : robyhndrwn97@gmail.com

Abstract

The aim of this study is to examines whether organizational justice and knowledge sharing significantly affect employee performance at PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area. Sixty eight employees of PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area and 68 respondents were obtained using a sensus method. Data were analysed using a multiple linear regression technique. SPSS 16.0 is used to analyzed the data. Based on the analysis, the results obtained that; (1) organizational justice influencing employees' performance in PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area (2) knowledge sharing influencing employees' performance in PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area (3) organizational justice and knowledge sharing influencing employees' performance in PT. PLN (Persero) WS2JB Bengkulu Area.

Keywords : Performance, Knowledge Sharing, Organizational Justice.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Terdapat 68 karyawan pada PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu dan 68 responden didapatkan dengan menggunakan metode sensus. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda. SPSS 16.0 digunakan untuk menganalisis data tersebut. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa; (1) keadilan organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu (2) berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu (3) keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Kata Kunci : Berbagi Pengetahuan, Keadilan Organisasi, Kinerja.

PENDAHULUAN

Perusahaan listrik negara (PLN) atau lebih dikenal dengan nama PT. PLN (Persero) adalah sebuah BUMN (badan usaha milik negara) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. PT. PLN (Persero) sebagai penyedia layanan penyaluran listrik ke seluruh lapisan masyarakat hingga ke seluruh penjuru negara juga membutuhkan peran penting sumber daya manusia yang mencukupi untuk dapat menjalankan pekerjaan. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan bagian penting dari pencapaian tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut PT. PLN (Persero) diharuskan memberikan pelayanan yang terbaik dengan dukungan dari kinerja karyawan yang maksimal. PT. PLN (Persero) WS2JB

Area Bengkulu merupakan cabang atau bagian dari PT. PLN (Persero) WS2JB (wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu) yang berpusat di Palembang.

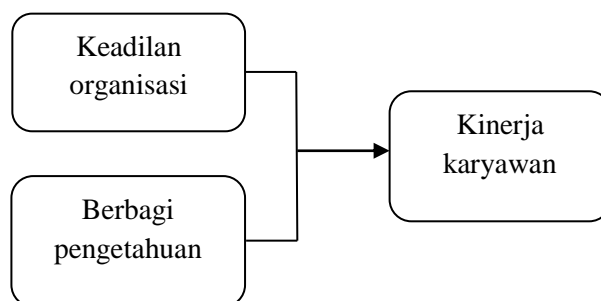
Pada wawancara pendahulu (14 maret 2019) terhadap karyawan dibagian MSDM didapatkan bahwa keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan masih belum terlaksana dengan baik. Hal ini disebabkan kurangnya adaptasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap budaya keadilan yang ada di dalam organisasi dan kurangnya adaptasi karyawan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang baru mereka temui. Iqbal et al. (2017) Berpendapat bahwa keadilan merupakan sesuatu hal yang diinginkan bagi setiap individu untuk mencapai suatu kinerja yang baik, tanpa keadilan mengharapkan karyawan untuk bekerja dengan baik terlalu sulit. Keadilan organisasi memiliki berbagai dimensi dan masing-masing dari dimensi memberikan dampak yang berbeda terhadap kinerja karyawan. Shabrina dan Silvianita (2015) menyatakan bahwa dengan berbagi pengetahuan setiap karyawan akan memiliki kualitas yang lebih baik dalam pengetahuan dan dapat meningkatkan kinerja mereka.

Berdasarkan fakta empiris tersebut penelitian ini ingin mengetahui pengaruh keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Selain mengkonfirmasi pengaruh keadilan organisasi terhadap kinerja karyawan serta pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja karyawan, penelitian ini juga menganalisis apakah keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara bersama-sama mempengaruhi kinerja karyawan.

Menurut Iqbal et al. (2017) Keadilan merupakan sesuatu hal yang diinginkan bagi setiap individu untuk mencapai suatu kinerja yang baik, tanpa keadilan mengharapkan karyawan untuk bekerja dengan baik terlalu sulit. Kalay (2016) menunjukkan keadilan organisasi berpengaruh terhadap kinerja, dengan keadilan distributif yang memiliki pengaruh yang paling besar. Keadilan organisasi menurut (Neihoof & Moorman, 1993) memiliki beberapa aspek diantaranya, keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional. Maka hipotesis 1 adalah, H1: Terdapat pengaruh keadilan organisasi terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Chalifa dan Nugrohoseno (2014) berbagi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Semakin besar sikap berbagi pengetahuan seorang individu akan membuat kinerja karyawan lebih mudah dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan. Menurut Omar et al. (2016) perilaku karyawan terhadap sikap berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Aspek dalam berbagi pengetahuan menurut (Hoof & De Ridder, 2004) diantaranya adalah knowledge donating dan knowledge collecting. Maka hipotesis 2 adalah, H2: Terdapat pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Shan et al. (2015) dalam penelitian yang dilakukannya menunjukkan hasil bahwa keadilan organisasi berpengaruh terhadap kinerja. Rehman et al. (2015) menemukan bahwa berbagi pengetahuan berkontribusi terhadap kinerja menunjukkan bahwa perlu adanya penekanan dari pemimpin dalam menyelaraskannya. Penelitian sebelumnya belum menguji pengaruh keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menduga bahwa pengaruh keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan. Keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi kinerja karyawan dengan aspek pada kinerja karyawan sebagai berikut, kualitas kerja, kuantitas kerja, pengetahuan, penyesuaian pekerjaan, keandalan, hubungan kerja dan keselamatan kerja (kristanto, 2015). Dari hasil penelitian yang terdahulu yang telah dilakukan maka hipotesis yang diajukan adalah, H3: Terdapat pengaruh keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan

secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.



Gambar 1. Rerangka Analisis.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan didapatkan dari hasil pengisian penyebaran kuesioner secara langsung yang diberikan kepada responden.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu dengan sampel berjumlah 68 orang karyawan. Dengan jumlah sampel laki – laki sebesar 78% dan perempuan sebesar 22%. Dari segi usia sampel, didominasi pada usia 18-30 tahun sebesar 47%, selanjutnya 31-40 tahun sebesar 26,4%, 41-50 tahun sebesar 17,6% dan >50 tahun sebesar 9%.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya kuesioner. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas konstruk. Item – item pertanyaan secara empiris dianalisis oleh koefisien validitas yang disebut corrected item atau total correlation atau koefisien korelasi item koreksi (r hitung) (Ghozali, 2011). Setiap item pertanyaan dikatakan valid dan dapat diterima jika r hitung > r tabel ($n-2$, $\alpha = 0,05$, r tabel = 0,2012).

Hasil uji validitas variabel kinerja karyawan menunjukkan bahwa koefisien korelasi dari variabel kinerja karyawan secara keseluruhan lebih besar dari r tabel dengan nilai validitas terkecil adalah 0,327. Artinya, seluruh item pernyataan pada variabel kinerja karyawan dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel keadilan organisasi menunjukkan bahwa koefisien korelasi dari variabel keadilan organisasi secara keseluruhan lebih besar dari r tabel dengan nilai terkecil adalah 0,521. Artinya, seluruh item pernyataan pada variabel keadilan organisasi dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel berbagi pengetahuan menunjukkan bahwa koefisien korelasi dari variabel berbagi pengetahuan secara keseluruhan lebih besar dari r tabel dengan nilai terkecil adalah 0,576. Artinya, seluruh item pernyataan pada variabel berbagi pengetahuan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran realibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan nilai Cronbach's alpha > 0,6 (Sugiyono, 2010).

Berdasarkan nilai reliabilitas dari variabel keadilan organisasi sebesar 0,901, berbagi pengetahuan sebesar 0,867 dan kinerja karyawan sebesar 0,877 memiliki nilai reliabilitas lebih dari Cronbach's alpha > 0,6. Artinya, semua variabel pada penelitian dapat diterima atau reliable, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan organisasi, berbagi pengetahuan dan kinerja karyawan memiliki nilai reliabilitas yang layak untuk digunakan dalam penelitian.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini hasil regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan terhadap variabel terikat kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Pada penelitian ini untuk dapat mengetahui pengaruh positif atau negatif variabel bebas dan penelitian ini menggunakan standardized coefficient.

Tabel 1 . Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.669	7.380		5.511	.000
	X1	.265	.128	.262	2.065	.043
	X2	.598	.228	.333	2.619	.011

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, maka data yang diperoleh dari hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 0,262 X_1 + 0,333 X_2$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

a = Nilai konstan

β = Koefisien regresi

X1 = Keadilan Organisasi

X2 = Berbagi Pengetahuan

- H1: Koefisien regresi variabel keadilan organisasi (X1) adalah sebesar 0,265, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keadilan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, artinya semakin tinggi sikap keadilan organisasi, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.
- H2: Koefisien regresi variabel berbagi pengetahuan (X2) sebesar 0,598, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu, dapat diartikan semakin besar rasa untuk berbagi pengetahuan, maka akan semakin besar tingkat kinerja karyawan itu sendiri.

Tabel 2. Hasil Regresi ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	985.099	2	492.549	12.454	.000 ^a
Residual	2570.710	65	39.549		
Total	3555.809	67			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 16.0, 2019

Pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) dilakukan uji hipotesis koefisien regresi secara simultan yaitu menguji kebenaran pengaruh dari variabel keadilan organisasi (X1) dan berbagi pengetahuan (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kinerja karyawan (Y). Dari hasil perhitungan Fhitung (keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan) dengan nilai 12,454 yang lebih besar dari Ftabel 3,14, begitu juga dengan tingkat probabilitas 0,000 lebih kecil dari probabilitas $\alpha 0,05$, hal ini menunjukkan hipotesis awal (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima berarti:

H3: Keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Pembahasan

Pembahasan ini merupakan penjabaran dari hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 68 karyawan serta menjawab hipotesis dan tujuan dari penelitian ini mengenai variabel keadilan organisasi, berbagi pengetahuan dan kinerja karyawan.

Pengaruh Keadilan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, apabila nilai (sig) lebih kecil dari nilai probabilitas ($\alpha=0.05$) dan nilai (sig) pada variabel keadilan organisasi 0,043. Nilai (sig) variabel keadilan organisasi lebih kecil dari nilai probabilitas atau $0,043 < 0,05$, dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau $2,065 > 1,670$ dan nilai standardized coefficients sebesar 0.262. Artinya keadilan organisasi

memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Tanggapan responden pada variabel keadilan organisasi menunjukkan hasil rata-rata sebesar 3,92 yang termasuk dalam kategori tinggi, dengan nilai rata-rata masing-masing dimensi sebagai berikut: nilai rata-rata keadilan distributif sebesar 4,00, nilai rata-rata keadilan prosedural 3,83 dan nilai rata-rata keadilan interaksional 3,93, ketiga dimensi dari hasil tanggapan responden tersebut masuk kedalam kategori tinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh Kalay (2016) yang menyatakan bahwa keadilan organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan, diantara ketiga jenis keadilan (keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional) keadilan distributif memiliki dampak yang paling besar dalam mempengaruhi kinerja karyawan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi sikap keadilan organisasi maka akan semakin tinggi kinerja karyawan, terutama pada aspek keadilan prosedural yang harus ditingkatkan oleh perusahaan. Keadilan organisasi dengan ketiga aspek yang dimiliki (keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional), mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dalam penelitian ini keadilan distributif memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kinerja karyawan dibandingkan keadilan prosedural ataupun keadilan interaksional. Keadilan organisasi yang baik dalam penerapannya akan meningkatkan kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Pengaruh Berbagi Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, apabila nilai (sig) lebih kecil dari nilai probabilitas ($\alpha=0.05$) dan nilai (sig) pada variabel berbagi pengetahuan 0,011. Nilai (sig) variabel berbagi pengetahuan lebih kecil dari nilai probabilitas atau $0,011 < 0,05$ dengan nilai lebih besar dari nilai t tabel atau $2,619 > 1,670$ dan nilai standardized coefficients sebesar 0,333. Artinya berbagi pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Tanggapan responden pada variabel berbagi pengetahuan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,06, dengan nilai rata-rata masing-masing dimensi sebagai berikut: dimensi knowledge donating sebesar 4,12 dan dimensi knowledge collecting sebesar 4,00, kedua dimensi tersebut termasuk kedalam kategori yang tinggi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Aulia (2017) yang menyatakan bahwa berbagi pengetahuan mempermudah karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan, mampu mengatasi masalah pekerjaan dan pekerjaan dapat dilakukan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan yang pernah dilakukan terdahulu menyatakan bahwa berbagi pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu, semakin tinggi rasa berbagi pengetahuan maka akan semakin tinggi juga tingkat kinerja karyawan, terutama pada aspek knowledge collecting yang harus terus ditingkatkan oleh para karyawan. Dalam penelitian ini dari kedua aspek berbagi pengetahuan, aspek knowledge donating yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja karyawan, dibandingkan dengan knowledge collecting. Sikap karyawan yang memberikan pengetahuannya tentang pekerjaan kepada rekan kerjanya memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja karyawan PT. PLN (persero) WS2JB Area Bengkulu.

Pengaruh Keadilan Organisasi dan Berbagi Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, apabila nilai (sig) lebih kecil daripada nilai probabilitas alpha (0,05) dan nilai (sig) sebesar 0,000. Nilai variabel keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan lebih kecil dari nilai probabilitas atau $0,000 < 0,05$ dengan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel atau $12,545 > 3,14$. Artinya, keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

Iqbal et al. (2017) Berpendapat bahwa keadilan merupakan sesuatu hal yang diinginkan bagi setiap individu untuk mencapai suatu kinerja yang baik, tanpa keadilan mengharapakan karyawan untuk bekerja dengan baik terlalu sulit. Shabrina dan Silvianita (2015) menyatakan bahwa dengan berbagi pengetahuan setiap karyawan akan memiliki kualitas yang lebih baik dalam pengetahuan dan dapat meningkatkan kinerja mereka.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa, keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu. Penerapan keadilan organisasi yang baik dan sikap akan berbagi pengetahuan terhadap rekan kerja memiliki pengaruh yang kuat dalam meningkatkan kinerja karyawan. Semakin tinggi sikap keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan maka akan semakin tinggi kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Keadilan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu dengan rata-rata aspek keadilan distributif pada kategori yang tertinggi. Semakin tinggi sikap keadilan organisasi maka akan semakin tinggi kinerja karyawan. Berbagi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu dengan rata-rata aspek knowledge donating pada kategori yang tertinggi. Semakin tinggi sikap berbagi pengetahuan maka akan semakin tinggi kinerja karyawan.

Keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu dengan rata-rata variabel berbagi pengetahuan pada kategori yang tertinggi. Semakin tinggi sikap keadilan organisasi dan berbagi pengetahuan maka akan semakin tinggi kinerja karyawan.

Saran

PT. PLN (Persero) WS2JB Area Bengkulu, baik pimpinan maupun karyawan agar dapat selalu memberikan pengarahan dan pembinaan tentang keadilan organisasi yang diterapkan agar memiliki pemahaman tentang keadilan organisasi dan terus melakukan kegiatan berbagi pengetahuan, agar dapat meningkatkan kinerjanya.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lainnya, hal ini dikarenakan masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan dalam penelitian ini yang masih memiliki kaitan dengan peningkatan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. A. (2017). Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Kinerja Karyawan di Telkom Corporate University Center. *e-Proceeding of Management*, Vol. 4 No. 3.
- Chalifa, N., & Nugrohoseno, D. (2014). Pengaruh Berbagi Pengetahuan terhadap Kinerja Karyawan melalui Kerja Tim. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No. 3.
- Ghozali, I., 2011., Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi keempat. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hooff, B. V. D., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge Sharing In Context: The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate and CMC Use on Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 8 No. 6, pp. 117-130.
- Iqbal, M. Z., Rehan, M., Fatima, A & Nawab, S. (2017). The Impact of Organizational Justice on Employee Performance in Public Sector Organization of Pakistan. *International Journal of Economics & Management Sciences*, Vol. 6.
- Kalay, F. (2016). The Impact of Organizational Justice on Employee Performance: A Survey in Turkey and Turkish Context. *International Journal of Human Resource Studies*, Vol. 6 No. 1.
- Kristanto, H. (2015). Keadilan Organisasional, Komitmen Organisasional dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 17 No. 1, pp. 86–98.
- Niehoff, B. P., & Moorman, R. H., (1993). Justice as A Mediator of The Relationship Between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*, Vol. 36. No. 3, pp. 527-556.
- Omar, M. K., et al. (2016). Social Media Usage, Perceived Team-Efficacy and Knowledge Sharing Behaviour among Employees of on Oil and Gas Organisation in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37.
- Rehman, W. U., et al. (2015). Knowledge Sharing, Knowledge Management Strategy and Performance: A Knowledge Based View. *Pakistan Economic and Social Review*, Vol. 53 No. 2, pp. 177-202.
- Shabrina, V., & Silvianita, A. (2015). Factor Analysis on Knowledge Sharing at Telkom Economic and Business School (TEBS) Telkom University Bandung. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 169, pp. 198-206.
- Shan, S., et al. (2015). Impact of Organizational Justice on Job Performance in Libraries: Mediating Role of Leader-Member Exchange Relationship. *Library Management*, Vol. 36, pp. 70-85.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

ANALISIS PENGARUH *LEADERSHIP* DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP *JOB SATISFACTION* DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI

Rohman Wilian¹⁾, Fitri Chairunnisa²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
korespondensi email : Rohman_willian@unja.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the description of leadership, career development and job satisfaction in improving employee performance, analyzing the influence of leadership and career development on job satisfaction and to find out which variables between leadership influence and development most influential on job satisfaction in improving employee performance at hospitals Raden Mattaher Jambi. The sample of this research is the staff of Raden Mattaher Jambi Hospital. Collecting data in this study by means of structured interviews with questionnaires, observations, documentation, documentation studies. This research uses a combined research method (mixed method), which is a combination of qualitative and quantitative research methods. The type of combination research used is Sequential Exploratory Design, namely in the initial stages of the study using qualitative methods and the next stage using quantitative methods. Data analysis method with multiple linear regression analysis tools. The results of the study are overall the average leadership variable, career development and job satisfaction are included in both categories, Simultaneously leadership and career development have a positive and significant effect on job satisfaction, likewise parisally the leadership and career development variables also have a significant effect on job satisfaction The more dominant variable influencing job satisfaction is the leadership variable.

Keywords : Leadership, Career Development, Job Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kepemimpinan, pengembangan karir dan kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai, menganalisis pengaruh kepemimpinan dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja dan untuk mengetahui variabel manakah antara pengaruh kepemimpinan dengan pengembangan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi. Sampel penelitian adalah pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara terstruktur dengan kuesioner, observasi, dokumentasi, studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (mixed method), yaitu kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun tipe penelitian kombinasi yang digunakan adalah Sequential Exploratory Design, yaitu pada tahap awal penelitian menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis data dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah secara keseluruhan rata-rata variabel leadership, pengembangan karir dan job satisfaction termasuk dalam kategori baik, Secara simultan leadership dan pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap job satisfaction, demikian juga secara parisal variable leadership dan pengembangan karir juga

berpengaruh signifikan terhadap job satisfaction, Variable yang lebih dominan mempengaruhi job satisfaction adalah variable leadership.

Kata Kunci : *Leadership*, Pengembangan Karir, *Job Satisfaction*

PENDAHULUAN

Organisasi akan mendapatkan keberhasilan dan kompetitif adalah organisasi yang mampu memperlakukan anggotanya dengan baik. Organisasi yang unggul adalah organisasi yang memiliki para anggota yang memiliki komitmen terhadap organisasi. Kehadiran anggota organisasi atau perusahaan dengan senang hari datang ke tempat kerja dengan moral kuat, dan produktivitas yang lebih tinggi. Organisasi membutuhkan orang yang bersemangat, manajemen partisipatif, dan tim kerja yang terarah, dan terpadu di tempat kerja. Organisasi memaksimalkan potensi pegawai tergantung pada sisi manajemen yang lunak, bagaimana individu diperlakukan, diberi inspirasi dan tantangan untuk menghasilkan kinerja terbaik mereka, serta bimbingan oleh pimpinan untuk menjadikan performa pegawai yang luar biasa (Nelson, 2007).

Kepuasan kerja diartikan sebagai sikap umum seseorang terhadap pekerjaannya atau dapat juga diartikan sebagai perbedaan antara jumlah imbalan/penghargaan yang diterima oleh karyawan dan jumlah seharusnya mereka dapatkan (Robbins, 2003). Menurut Locke (1976) kepuasan kerja adalah suatu keadaan emosional positif dan menyenangkan yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja. Kepuasan kerja adalah perasaan yang dimiliki oleh karyawan tentang kondisi tempat kerja mereka saat ini. Kepemimpinan merupakan kemampuan dari manajemen puncak untuk membangun, mempraktekkan serta memimpin suatu visi jangka panjang bagi perusahaan. Martoyo (2000), mendefinisikan kepemimpinan adalah keseluruhan aktifitas dalam rangka mempengaruhi orang-orang agar mau bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan yang memang diinginkan bersama untuk mempengaruhi kemauan orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Pemimpin adalah orang yang berada di garda terdepan dalam kemajuan organisasi. Sebaliknya pegawai sebagai pihak operasional harus mampu menerima perubahan sebagai upaya peningkatan kinerja. Di samping kepemimpinan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja adalah pengembangan karir pegawai.

Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan banyak menggunakan variable-variabel lain seperti stres dan iklim organisasi sebagai dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan. Dalam penelitiannya, Soetjipto (2008) menemukan bahwa terdapat sepuluh dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja seorang karyawan, yaitu keamanan, kesempatan untuk maju, perusahaan (manajemen), upah, aspek intrinsik dan pekerjaan, supervisi, aspek sosial dan pekerjaan, komunikasi, kondisi kerja dan benefit. Luthans (2001) membagi dimensi-dimensi pekerjaan yang memiliki hubungan dengan kepuasan kerja yaitu pekerjaan itu sendiri, imbalan, promosi, supervisi kelompok kerja dan juga kondisi kerja.

Dari survey awal ditemukan bahwa dari jumlah total pegawai sebanyak 922 orang (BPS, 2018) masih banyak karyawan yang mengeluh dengan gaya kepemimpinan yang diterapkan dan proses pengembangan karir yang dilakukan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Berdasarkan permasalahan diatas, studi mengenai gaya kepemimpinan dan pengembangan karir adalah hal yang sangat perlu untuk dilakukan penelitian mendalam untuk memprediksi seberapa besar faktor kepemimpinan dan

pengembangan karir mempengaruhi kepuasan kerja karyawan dan memberikan masukan kepada perusahaan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Rumusan Masalah dari penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana gambaran kepemimpinan, pengembangan karir dan kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi ?; 2) Bagaimana pengaruh kepemimpinan dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi?; 3) Variabel manakah antara pengaruh kepemimpinan dengan pengembangan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi?

Tujuan Penelitian sebagai berikut : 1) Mengetahui gambaran kepemimpinan, pengembangan karir dan kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi; 2) Menganalisis pengaruh kepemimpinan dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi; 3) Untuk mengetahui variabel manakah antara pengaruh kepemimpinan dengan pengembangan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai pada RSUD Raden Mattaher Jambi.

Menurut Pasolong (2008) dan Robbins (2003) kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi kelompok menuju pencapaian sasaran. Yukl (2015), menyatakan bahwa kepemimpinan adalah sebagai proses mempengaruhi, yang mempengaruhi interpretasi mengenai peristiwa-peristiwa bagi para pengikut, pilihan dari sasaran-sasaran bagi kelompok atau birokrasi, pengorganisasian dari aktivitas-aktivitas kerja untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut, motivasi dari para pengikut untuk mencapai sasaran, pemeliharaan hubungan kerjasama dan *teamwork*, serta perolehan dukungan dan kerja sama dari orang-orang yang berada di luar kelompok atau birokrasi.

Karir dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan pekerjaan yang terpisah akan tetapi yang ada hubungannya yang memberikan kelangsungan, kedudukan dan arti dalam riwayat hidup seseorang (Moekijat, 2007). Karir pada dasarnya berarti urutan pekerjaan/jabatan seorang pegawai dalam riwayat pekerjaan dan riwayat hidupnya. Tujuan karir adalah posisi/jabatan di masa depan yang ingin dicapai sebagai bagian dari alur karir oleh seorang pegawai (Nawawi, 2008). Perencanaan karir sangat erat hubungannya dan bahkan sangat dipengaruhi oleh kegiatan pengembangan karir yang dilakukan oleh organisasi non profit. Sehubungan dengan itu pengembangan karir diartikan sebagai proses peningkatan kemampuan seorang pegawai yang dilaksanakan untuk mewujudkan perencanaan karirnya (Nawawi, 2008).

Kepuasan menurut Schermerhorn et al., (2010) adalah sebagai berikut: “*Job satisfaction feels positively or negatively about the various facets the job tasks, the work setting and relationship with co-workers*”. Robbins (2003) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum terhadap pekerjaan seseorang, selisih antara banyaknya ganjaran yang diterima seorang pekerja dan banyaknya yang mereka yakini seharusnya mereka terima. Jadi pegawai yang menikmati pekerjaan akan merasa puas jika hasil kerja keras dan balas jasa dirasa adil dan layak (Fathoni, 2006).

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh pegawai Rumah Sakir Umum Daerah Raden Mattaher Jambi yang berjumlah 1.126 orang. Menurut Sevilla (2007) untuk menentukan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{1.126}{1 + 1.126(0,1)^2} = 92$$

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain dilakukan dengan wawancara terstruktur dan studi dokumentasi. Data sekunder dikumpulkan dari informasi dari buku-buku terbitan BPS, SKPD/ pemerintah, jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian. Data primer melalui kuesioner, wawancara, dan observasi,

Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan tingkat signifikan 5%.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dari variabel tanpa melakukan pengujian. Caranya dengan pengkategorisasian menjadi lima kategori berdasarkan skor rata-rata setiap indikator dan dimensi sebagai berikut :

Tabel 1. Rentang Pengklasifikasian Variabel

Rentang Penilaian	Klasifikasi
92 – 165,6	Sangat Buruk
165,7 – 239,3	Buruk
239,4 - 313	Sedang
313,1 – 386,6	Baik
386,7 – 460	Sangat Baik

Sumber : Data diolah, 2019.

Dalam penelitian ini yang menjadi variable independen adalah *Leadership* (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2), sedangkan yang menjadi varibel dependen adalah *Job Satisfaction* (Y). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Y = *Job Satisfaction*

β = konstanta

X_1 = *Leadership*

X_2 = Pengembangan Karir

e = error

Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden yang paling banyak adalah perempuan dengan jumlah responden sebanyak 54 orang atau sebesar 58,7%, sedangkan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit yaitu berjumlah 38 orang atau sebesar 41,3%. Berdasarkan usia responden paling banyak berusia 20 sampai 30 tahun yaitu sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 32,6%. Selanjutnya responden yang paling sedikit adalah yang berusia dibawah 20 tahun yaitu sebanyak 8 orang dengan persentase hanya sebesar 8,7%. Berdasarkan masa kerja bahwa responden dengan masa kerja terbanyak adalah 11 sampai 20 tahun yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 26,1%. Sedangkan responden yang paling sedikit adalah masa kerja kurang dari 5 tahun yaitu sebanyak 16 orang atau 17,4%.

Deskripsi Variabel Penelitian

Leadership (X1)

Hasil tanggapan responden terhadap 9 indikator leadership dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata persepsi responden terhadap pernyataan dari indikator-indikator leadership memiliki rata-rata 382,3 termasuk dalam kategori baik. Diantara pernyataan tersebut yang memperoleh total skor tertinggi adalah pernyataan “menghargai pendapat bawahan” dengan total skor 402 termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan yang memperoleh skor terendah yaitu pernyataan “Pimpinan mampu mengarahkan pegawai” dengan total skor 361 termasuk dalam kategori baik.

Pengembangan Karir (X2)

Variabel pengembangan karir terdiri dari 10 indikator. Nilai rata-rata dari masing-masing indikator ini disajikan dalam tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata persepsi responden terhadap pernyataan dari indikator-indikator pengembangan karir memiliki rata-rata 383,7 termasuk dalam kategori baik. Diantara pernyataan tersebut yang memperoleh total skor tertinggi adalah pernyataan “Penyesuaian terhadap perubahan “ dengan total skor 400 termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan yang memperoleh skor terendah yaitu pernyataan “Pengembangan karir sesuai kebutuhan organisasi” dengan total skor 362 termasuk dalam kategori baik.

Job Satisfaction (Y)

Variabel job satisfaction terdiri dari 11 indikator. Nilai rata-rata dari masing-masing indikator ini disajikan dalam tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata persepsi responden terhadap pernyataan dari indikator-indikator job satisfaction memiliki rata-rata 380 termasuk dalam kategori baik. Diantara pernyataan tersebut yang memperoleh total skor tertinggi adalah pernyataan “Kerjasama antar pegawai” dengan total skor 400 termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan yang memperoleh skor terendah yaitu pernyataan “Komunikasi dua arah” dan “Cara pengambilan keputusan “ dengan total skor 362 termasuk dalam kategori baik.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Keseluruhan indikator leadership yang terdiri dari atas 9 pernyataan, pengembangan karir yang terdiri dari 10 pernyataan dan job satisfaction yang terdiri dari 11 pernyataan

dinyatakan valid karena nilai *corrected item-total correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,217. selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa variabel leadership yang terdiri dari 9 pernyataan, pengembangan karir yang terdiri dari 10 pernyataan, dan job satisfaction yang terdiri dari 11 pernyataan lebih besar dari *cronbach alpha* > 0.60. hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut :

**Tabel. 2. Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.462	.551		4.457	.000
	Leadership	.443	.173	.231	2.443	.004
	Pengembangan karir	.312	.087	.346	3.245	.003

a. Dependent Variable: job satisfaction

Sumber : Pengolahan Data, 2019

Dari perhitungan dapat dijelaskan bahwan nilai konstanta (a) = 2,462 berarti jika semua variabel independent (pembelajaran leadership dan pengembangan karir) dianggap sama Dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 17, maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi linear yang terbentuk adalah :

$$Y = 2,462 + 0,443 X_1 + 0,312 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Variabel Job Satisfaction

a : Konstanta

b₁, b₂, b₃ : Koefisien Regresi Berganda

X₁ : Variabel leadership

X₂ : Variabel pengembangan karir

e : Error term

Dari perhitungan dapat dijelaskan bahwan nilai konstanta (a) = 2,462 berarti jika semua variabel independent (pembelajaran leadership dan pengembangan karir) dianggap sama dengan nol (0) maka nilai variabel dependent (job satisfaction) sebesar 2,462.

Variable leadership (X₁) = 0,443, bertanda positif terhadap job satisfaction dengan koefisien regresi sebesar 0,443 menunjukkan bahwa variabel leadership berpengaruh terhadap job satisfaction, artinya setiap bertambahnya variabel leadership sebesar 1 satuan maka variabel job satisfaction (Y) akan meningkat 0,443.

Variable pengembangan karir (X_2) = 0,312, bertanda positif terhadap job satisfaction dengan koefisien regresi sebesar 0,312 menunjukkan bahwa variabel pengembangan karir berpengaruh terhadap job satisfaction, artinya setiap bertambahnya variabel pengembangan karir sebesar 1 satuan maka variabel job satisfaction (Y) akan meningkat 0,312.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2016). Berikut merupakan hasil uji F yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Analisis Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.943	2	.955	6.048	.003 ^a
	Residual	12.585	78	.148		
	Total	14.539	80			

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6.048 dengan p-value sebesar 0,003 dan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($6.048 > 3,11$). Dengan demikian H_1 diterima dari hasil tersebut dapat dinyatakan secara simultan leadership dan pengembangan karir berpengaruh terhadap job satisfaction pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent (leadership dan pengembangan karir) secara individual terhadap variabel dependent (job satisfaction). Nilai signifikan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai signifikan yang dihasilkan uji t $P < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Leadership (X_1) terhadap job satisfaction (Y), Pada tabel 4 diperoleh hasil nilai t_{hitung} leadership sebesar 2.443 dengan signifikan 0,004. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap job satisfaction dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.443 > 1,664$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas ($0.004 < 0,05$) H_a diterima.

Pengembangan karir (X_2) terhadap job satisfaction (Y), pada tabel 5.12 diperoleh hasil nilai t_{hitung} Pengembangan karir sebesar 3.245 dengan signifikan 0,003. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa Pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap job satisfaction dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.245 > 1,664$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas ($0.003 < 0,05$) H_a diterima.

Dari dua variable yang diteliti diketahui bahwa variabel leadership (X_1), merupakan variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi job satisfaction (Y) dengan koefisien regresi (β) sebesar 0,443 sedangkan pengembangan karir (X_2) dengan koefisien regresi (β) sebesar 0,312.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.371	.357	.584

Pada tabel 4. diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar $0,357 = 35,7\%$. Ini berarti variabel independen (leadership dan pengembangan karir) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (job satisfaction) sebesar $35,7\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Variabel leadership terdiri dari 9 indikator rata-rata persepsi responden terhadap pernyataan dari indikator-indikator leadership memiliki rata-rata 382,3 termasuk dalam kategori baik. Jadi, pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi memiliki persepsi bahwa leadership sangat mempengaruhi job satisfaction. Variabel pengembangan karir terdiri dari 10 indikator dengan nilai rata-rata dari masing-masing indikator rata-rata 383,7 termasuk dalam kategori baik. Jadi, pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi memiliki persepsi bahwa pengembangan karir sangat mempengaruhi job satisfaction.

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parameter individual (uji statistik t) pada tabel output terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,004 atau lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel leadership terhadap job satisfaction pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi. Pengujian signifikansi parameter individual (uji statistik t) pada tabel output terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,003 atau lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel pengembangan karir terhadap job satisfaction pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi. Dari dua variabel yang diteliti diketahui bahwa variabel leadership (X_1), merupakan variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi job satisfaction (Y) dengan koefisien regresi (β) sebesar 0,443 sedangkan pengembangan karir (X_2) dengan koefisien regresi (β) sebesar 0,312.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menemukan hasil menerima hipotesis alternative yang menyatakan bahwa *Leadership* (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2) berpengaruh terhadap *Job Satisfaction* (Y) baik secara parsial maupun simultan. Setelah dilakukan pengujian diperoleh hasil bahwa secara simultan leadership dan pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap job satisfaction. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parameter secara keseluruhan (uji statistik f) pada tabel output terlihat bahwa signifikansi parameter adalah 0,003 atau lebih kecil dari nilai α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan leadership dan pengembangan karir secara bersama-sama terhadap job satisfaction Pegawai RSUD Raden Mattaher Jambi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Akhmal A., Laia F., & Sari R. A., (2018) yang menyimpulkan bahwa pengembangan karir berpengaruh terhadap kepuasan kerja, demikian juga hasil penelitian Sicilia G., dan Marzolina (2015) dan Khotimah K., (2014) yang menyimpulkan bahwa kepemimpinan dan pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

Kepuasan kerja mempunyai banyak dimensi, secara umum adalah kepuasan dalam pekerjaan itu sendiri, gaji, pengakuan, hubungan antara supervisor dengan tenaga kerja, dan kesempatan untuk maju. Setiap dimensi menghasilkan perasaan puas secara keseluruhan dengan pekerjaan itu sendiri. Robbins (2003) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mendorong kepuasan kerja pegawai adalah : Kerja yang secara mental menantang, ganjaran yang pantas, kondisi kerja yang mendukung, rekan sekerja yang mendukung, kesesuaian kepribadian dengan pekerjaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari Hasil di atas maka kesimpulan adalah sebagai berikut : 1) Secara keseluruhan rata-rata variabel leadership, pengembangan karir dan job satisfaction termasuk dalam kategori baik; 2) Secara simultan leadership dan pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap job satisfaction, demikian juga secara parsial variable leadership dan pengembangan karir juga berpengaruh signifikan terhadap job satisfaction; 3) Variable yang lebih dominan mempengaruhi job satisfaction adalah variable leadership karena nilai koefisien regresi (β) lebih besar dari nilai koefisien regresi (β) variable pengembangan karir.

Saran

Dari Hasil di atas maka saran adalah sebagai berikut : 1) Diharapkan kepada para pimpinan dan pengambil kebijakan di RSUD Raden Mattaher Jambi untuk memperhatikan kelemahan-kelemahan yang ada antara lain : pimpinan harus mampu mengarahkan pegawai, pengembangan karir harus disesuaikan dengan kebutuhan organisasi, selalu menjalin komunikasi dua arah antara pimpinan dengan bawahan; 2) Pimpinan RSUD Raden Mattaher agar dapat meningkatkan peran kepemimpinan dalam segala aspek pada masing-masing unit kerja agar tercapai job satisfaction bagi pegawai; 3) Diharapkan para peneliti yang akan datang dapat memperluas objek penelitian misalnya rumah sakit swasta dan menambah variable penelitian antara lain : kinerja, motivasi, struktur organisasi, pengembangan organisasi dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmal A., Laia F., & Sari R. A., (2018). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Administrasi* Volume 07, Nomor 01, 2018, 20-24
- BPS Provinsi Jambi. (2018). *Jambi Dalam Angka 2018*. ISSN: 0215.2029 No. Publikasi/Publication Number: 15560.1702.
- Fathoni, Abdurrahmat. (2006). *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Locke, E.A, (1976). *The Nature and Causes of Job Satisfaction*, NewYork: John Wiley and Sons.

- Luthans Fred; 2001, *Corporate Culture and Performance*, The Free Press, New York
- Machirsky, Paul, M 1997, *Psychology Applied to Work*, First Edition, The Doney Press, Chicago.
- Khotimah K., (2014). Pengaruh Kepemimpinan Dan Pengembangan Karir Pada Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2 Nomor 2 April 2014*
- Moekijat (2007). *Perencanaan & Pengembangan Karir Pegawai*. Bandung, CV. Mandar Maju
- Nawawi, Hadari (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*, Gadjah Mada University.
- Nelson, Bob. (2007). *Seribu satu cara untuk menjadikan karyawan bersemangat*. Batam Centre. Karisma Publishing Group.
- Pasolong, Harbani. (2008). *Kepimpinan Birokrasi*, Bandung : CV Alfabeta
- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Organisasi*, Jilid I, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Rivai, Veithzal. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Edisi ke 6, PT. Raja Grafindo Persada, Depok, 16956.
- Soetjipto, Budi W. (2008). *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Amara Book.
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). "Research Methods". Rex Printing Company. QuezonCity
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., Osborn, R. N., dan Uhl-Bien, M. (2010). *Organizational Behavior* 11th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sicilia G., dan Marzolina (2015). Pengaruh Kepemimpinan, Pengembangan Karir Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol VII No 1 Januari 2015*.
- Yukl, Gary. (2015). *Kepemimpinan dalam organisasi (edisi ketujuh)*. (Ati Cahayani, Trans). Jakarta: PT. Indeks.

**KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUASAN (STUDI PADA PASIEN RAWAT INAP RS BAITURRAHIM
PERTAMEDIKA JAMBI)**

Suswita Roza¹⁾, Ade Octavia²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi,
Korespondensi email : susieroza@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of the quality of health services on hospitalized patients at the Hospital Baiturrahim Pertamedika Jambi and explain which variable was the most dominant influence the quality of health care on patient satisfaction. The researcher uses service quality as an independent variable that affects satisfaction as the dependent variable. The variable quality of health services consists of several dimensions, namely benefits, permanence, availability, affordability, comfort, interpersonal relationships, time, continuity and legitimacy and accountability. This study used a sample of respondents as many as 100 people. The analytical method used is quantitative descriptive with multiple regression analysis tools to find out how the influence of the quality of health services (X) in shaping inpatient satisfaction (Y). The results showed that simultaneously there was a positive and significant effect of the quality of health care on patient satisfaction. While partially known that the variable that provides the greatest influence on patient satisfaction is the comfort variable. While the continuity variable is the variable that has the lowest effect on patient satisfaction.

Keywords : *Quality of Service, Satisfaction*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap pasien rawat inap pada Rumah sakit Baiturrahim Pertamedika Jambi serta menjelaskan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. Peneliti menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan sebagai variabel terikat. Variabel kualitas pelayanan kesehatan terdiri dari beberapa dimensi yaitu manfaat, ketetapan, ketersediaan, keterjangkauan, kenyamanan, hubungan interpersonal, waktu, kesinambungan serta legitimasi dan akuntabilitas. Penelitian ini menggunakan sampel responden sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kesehatan (X) dalam membentuk kepuasan pasien rawat inap (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. Sedangkan secara parsial diketahui bahwa variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pasien adalah variabel kenyamanan. Sedangkan variabel kesinambungan menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling rendah terhadap kepuasan pasien.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal penting bagi manusia. Oleh karenanya kesehatan harus senantiasa dijaga. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat. Selain itu pula masyarakat akan semakin pandai untuk memilih mana yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. Tumbuh suburnya tempat-tempat pelayanan kesehatan atau klinik serta rumah sakit di berbagai tempat merupakan salah satu bukti bahwa produsen telah merespon keinginan dan kebutuhan masyarakat (Dwiani, 2009).

Rumah Sakit merupakan salah satu bagian integral dari keseluruhan sistem pelayanan kesehatan yang dikembangkan melalui rencana pembangunan kesehatan. Menurut keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.340/MENKES/PER/III/2010, Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat. Sedangkan pengertian rumah sakit menurut Peraturan Menteri kesehatan Republik Indonesia No.1204/Menkes/SK/X/2004 tentang Rumah Sakit dinyatakan bahwa "rumah sakit merupakan sarana pelayanan kesehatan, tempat berkumpulnya orang sakit maupun orang sehat atau dapat menjadi tempat penularan penyakit serta memungkinkan terjadinya pencemaran lingkungan dan gangguan kesehatan.

Dari pengertian diatas Rumah Sakit melakukan beberapa jenis pelayanan diantaranya pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, pelayanan perawatan, pelayanan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan sebagai tempat pendidikan dan atau pelatihan medik dan paramedik, sebagai tempat penelitian dan pengembangan ilmu dan teknologi bidang kesehatan serta untuk menghindari resiko dari gangguan kesehatan sebagaimana yang dimaksud, sehingga perlu adanya penyelenggaraan kesehatan lingkungan rumah sakit sesuai dengan persyaratan kesehatan.

Taraf kehidupan yang membaik membuat masyarakat menjadi kritis terhadap jasa atau layanan kesehatan, mereka mulai menuntut penyediaan layanan kesehatan yang berkualitas. Bahkan bagi kalangan menengah ke atas mereka tidak segan-segan pergi ke luar negeri demi memperoleh layanan kesehatan yang baik, meskipun kemampuan tenaga medis dalam negeri tidak kalah dengan tenaga medis asing dan fakta ini tentu merugikan pemerintah (Dwiani, 2009). Menjadi organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi yang curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi dan semakin canggihnya kualitas hidup salah satu cara adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas. Karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa (Lupiyoadi, 2004).

Pasien yang merasakan kepuasan pelayanan akan menguntungkan pihak rumah sakit yaitu dapat menambah kesetiaan pasien terhadap rumah sakit tersebut, sebaliknya ketidakpuasan yang dialami pasien dapat merusak citra rumah sakit dimata publik khususnya bagi calon pemakai jasa (Wahyudin, 2005). Dalam proses operasionalnya rumah sakit memprioritaskan kepuasan pasien dalam upaya memenuhi tingkat kepentingan dan harapan pasien dengan salah satu cara peningkatan kualitas pelayanan jasa kesehatan kepada pasien sehingga pasien merasa puas terhadap apa yang diberikan pihak Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika.

Kepuasan pelanggan bukan satu-satunya faktor yang dapat menggiring seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk, akan tetapi jika setelah mengkonsumsi suatu produk tersebut

konsumen merasa puas maka hal ini merupakan keuntungan yang besar bagi perusahaan di masa mendatang. Peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa. Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika merupakan salah satu rumah sakit swasta di Kota Jambi yang melayani semua anggota masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan tanpa membedakan suku, ras, agama dan sosial ekonomi.

Rumah sakit ini diresmikan pada tanggal 08 Mei 2013 oleh Gubernur Jambi Bapak Hasan Basri Agus. Pada tanggal 14 November 2014 Rumah Sakit resmi bergabung dengan PT. Pertamedika IHC dan Manajemen serta pengelolaan dijalankan oleh PT. Pertamedika IHC. Dari sudut pelayanan rumah sakit menyediakan pelayanan paripurna (promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif) untuk semua bidang spesifikasi kedokteran. Rumah Sakit Baiturrahim dikelola oleh tenaga profesional melalui training penyamaan persepsi, visi, misi dan perilaku pelayanan PROCAIN. Moto tersebut memperlihatkan tekad pengelola untuk melayani pasien, keluarga pasien dan tamu yang berkunjung sebaik-baiknya sehingga merasa nyaman. Berikut ini adalah data kunjungan rawat inap di RS. Baiturrahim Pertamedika selama beberapa tahun terakhir :

Tabel 1. Jumlah Pasien Rawat Inap RS Baiturrahim Pertamedika Jambi

Tahun	Jumlah Pasien Rawat Inap
2015	766
2016	6.908
2017	7.638
2018	8.388

Sumber : RS. Baiturrahim Pertamedika, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa kunjungan pasien rawat inap di RS. Baiturrahim Pertamedika selama beberapa tahun terakhir semakin meningkat. Hal ini diduga karena pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Kualitas Pelayanan Kesehatan dan pengaruhnya terhadap kepuasan (Studi Pada Pasien Rawat Inap RS. Baiturrahim Pertamedika). Sehingga peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: 1) Apakah kualitas pelayanan kesehatan mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap pada Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika?; 2) Komponen kualitas pelayanan kesehatan (manfaat, ketetapan, keterjangkauan, kenyamanan hubungan interpersonal, waktu, kesinambungan, legitimasi dan akuntabilitas) manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap pada Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika?

METODE

Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah 1) data primer, data primer dalam penelitian ini adalah data terkait dengan kualitas pelayanan kesehatan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pasien yang dikumpulkan melalui survei dengan instrumen berupa kuesioner. Data diambil dari responden yang merupakan pasien rawat inap di Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika Jambi, 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang dilakukan untuk mendapatkan data berupa teori, konsep, serta data tentang objek penelitian dan segala sesuatu yang berhubungan

dengan topik penelitian ini. Sumbernya berasal dari penelitian terdahulu, buku-buku dan jurnal juga dari laporan dan situs resmi Rumah Sakit Baiturrahim.

Metode Pengumpulan Data

Menggunakan wawancara dan kuesioner. Pengukuran tanggapan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala likert yang mempunyai lima kategori yang berkisar “sangat setuju” sampai dengan “sangat tidak setuju”. Lima kategori dalam skala likert dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Pengukuran dengan menggunakan Skala Likert

Kategori	Nilai Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner telah valid atau belum. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka bisa dikatakan pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan telah valid.

Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, p. 115). Dalam penelitian ini yang menjadi unit populasi adalah pasien rawat inap pada RS. Baiturrahim Pertamedika yaitu 8.388 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 118). Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan rumus *slovin* sebanyak 100 responden. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan dari rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan ditolerir sebesar 10%. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *non probability sampling*. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer melalui penyebaran kuesioner kepada pasien rawat inap di RS. Baiturrahim Pertamedika Jambi.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas suatu adalah menggunakan korelasi “*product moment*”. Sedangkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data. Untuk menguji reliabilitas maka digunakan Rumus *Alpha Cronbach* yaitu rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0 misalnya angket (kuisisioner) atau soal uraian (Arikunto, 1998:192). SPSS menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau tidak karena model regresi yang baik memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pembuktian apakah data tersebut

memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun normal probability plot.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel bebas atau dengan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF.

Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,900) maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas atau jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,100 atau VIF lebih dari 10 maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini kegunaan analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien.

Model hubungan tersebut dapat disusun dalam fungsi persamaan berikut ini :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X₁, X₂, X_n, = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂, ..., X_n = 0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan, maka diperoleh data tentang karakteristik responden penelitian yang terdiri dari : jenis kelamin, umur, pekerjaan dan penghasilan. Jika berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa responden didominasi oleh Pria dengan persentase sebesar 53%, jika berdasarkan umur responden didominasi oleh kelompok umur 21-30 tahun yaitu sebesar 26%, jika berdasarkan pekerjaan responden didominasi oleh kelompok wiraswasta yaitu sebesar 32% dan jika berdasarkan penghasilan responden didominasi oleh orang dengan kelompok penghasilan Rp 2.000.001- Rp 3.000.000 yaitu sebesar 31%.

Deskripsi Hasil

Tanggapan Responden

Untuk memperoleh gambaran mengenai variabel kualitas pelayanan jasa kesehatan yang terdiri dari dimensi manfaat, ketetapan, ketersediaan, keterjangkauan, kenyamanan, hubungan interpersonal, waktu, kesinambungan, legitimasi dan akuntabilitas maka dapat diterangkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat baik terhadap variabel kualitas pelayanan kesehatan secara keseluruhan yaitu sebesar 4,33. Dimana variabel yang mendapatkan penilaian tertinggi dari responden adalah variabel manfaat.

Selanjutnya tanggapan responden terhadap kepuasan pasien terlihat bahwa kepuasan pasien yang terdiri dari tiga indikator memiliki nilai rata-rata sebesar 4,27. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan pasien berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa responden merespon sangat baik terhadap karakteristik produk, mutu pelayanan serta harga/biaya.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan bahwa taraf signifikansi 5% . r tabel didapatkan dari $df = n - 2$ yaitu $df = 100 - 2 = 98$ maka r tabel penelitian ini terletak pada kolom nomor 98 yaitu sebesar 0.1966. r hitung $>$ r tabel = valid. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti adalah reliabel karena terlihat dari nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60.

Uji Normalitas

Dengan melihat garis diagonal pada penyebaran dua titik pada sumbu diagonal dan grafik. Jika penyebaran disekitar dan mengikuti garis diagonal hal itu menunjukkan bahwa pola berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah ada korelasi linier antara variabel independen. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana multikolinearitas terjadi jika nilai VIF lebih dari 10. Berikut ini adalah hasil ujinya yaitu hasil perhitungan nilai VIF pada full model menunjukkan bahwa tidak ada nilai VIF $>$ 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model pengamatan regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yg homokedastisitas, tidak heterokedastisitas.

Hasil uji menunjukkan bahwa grafik scatterplots menunjukkan titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi adanya heterokedastisitas, sehingga model regresi ini layak untuk memprediksi pengaruh kualitas layanan kesehatan terhadap kepuasan pasien.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengolahan data melalui program SPSS diperoleh persamaan regresi berikut :

$$Y = 11,692 - 0,279 X1 + 0,386 X2 - 0,149 X3 + 0,256 X4 + 0,598 X5 - 0,473 X6 + 0,143 X7 - 0,483 X8 + 0,140 X9$$

Persamaan regresi diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) = 11,692 artinya, apabila variabel *manfaat* (X1), *ketetapan* (X2), *ketersediaan* (X3), *keterjangkauan* (X4), *kenyamanan* (X5), *hubungan interpersonal* (X6), *waktu* (X7), *kesinambungan* (X8) & *legit. & akuntab* (X9) nilainya adalah 0 (nol) atau variabel-variabel tersebut diabaikan, maka tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh adalah sebesar 11,692.

2. Koefisien regresi variabel *manfaat* (X_1) adalah -0,279 berarah *negative*, artinya setiap peningkatan pada variabel manfaat sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,279 poin.
3. Koefisien regresi variabel *ketetapan* (X_2) adalah 0,386 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel ketetapan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,386 poin.
4. Koefisien regresi variabel *ketersediaan* (X_3) adalah -0,149 berarah *negative*, artinya setiap peningkatan pada variabel ketersediaan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,149 poin.
5. Koefisien regresi variabel *keterjangkauan* (X_4) adalah 0,256 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel keterjangkauan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,256 poin.
6. Koefisien regresi variabel *kenyamanan* adalah 0,598 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel nyaman sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,598 poin.
7. Koefisien regresi variabel *hubungan interpersonal* adalah -0,473 berarah *negatif*, artinya setiap peningkatan pada variabel hubungan interpersonal sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,473 poin.
8. Koefisien regresi variabel *waktu* adalah 0,143 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel waktu sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,143 poin.
9. Koefisien regresi variabel *kesinambungan* adalah -0,483 berarah *negatif*, artinya setiap peningkatan pada variabel kesinambungan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,483 poin.
10. Koefisien regresi variabel *legit. & akuntab* adalah 0,140 berarah *positif*, artinya setiap peningkatan pada variabel legit. & akuntab sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,140 poin.;;;

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan atau simultan. Berikut merupakan hasil uji F yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji-F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.883	9	3.876	2.200	.029 ^a
	Residual	158.557	90	1.762		
	Total	193.440	99			

a. Predictors: (Constant), legit. & akuntab, kenyamanan, ketersediaan, manfaat, keterjangkauan, hub. interpersonal, kesinambungan, waktu, ketetapan

b. Dependent Variable: kepuasan pasien

Sumber : olah data, 2019

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari α 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap kepuasan pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini yaitu kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien terbukti.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas yang terdiri dari manfaat, ketetapan, ketersediaan, keterjangkauan, kenyamanan, hubungan interpersonal, waktu, kesinambungan serta legitimasi dan akuntabilitas secara parsial atau individual terhadap kepuasan pasien. Dalam pengujian secara parsial ini digunakan taraf signifikansi 5% dimana jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y. Sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Tabel 4. Hasil Uji-t

Model		Unstandardized		Standardized		Sig.
		Coefficients	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	7.312	1.316		5.558	.000
	Manfaat	-.228	.203	-.175	-1.125	.263
	Ketetapan	.477	.231	.464	2.068	.041
	Ketersediaan	-.219	.163	-.209	-1.343	.183
	Keterjangkauan	.211	.142	.214	1.488	.140
	Kenyamanan	.439	.147	.364	2.996	.004
	Hub. Interpersonal	-.374	.194	-.343	-1.928	.057
	Waktu	.074	.181	.073	.409	.684
	Kesinambungan	-.446	.191	-.398	-2.331	.022
	Legit. & Akuntab	.203	.150	.231	1.359	.177

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber : olah data, 2019

Berikut ini adalah hasil uji t nya :

1. Variabel manfaat memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel manfaat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
2. Variabel ketetapan memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel ketersediaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
3. Variabel ketersediaan memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel keterjangkauan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
4. Variabel keterjangkauan memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ hal ini berarti variabel keterjangkauan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
5. Variabel kenyamanan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
6. Variabel hubungan interpersonal memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel hubungan interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

7. Variabel waktu memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu hal ini berarti bahwa variabel waktu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
8. Variabel kesinambungan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel kesinambungan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
9. Variabel legitimasi dan akuntabilitas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel legitimasi dan akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Pembahasan

Secara umum dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh RS Baiturrahim kepada pasien rawat inapnya sangat baik, hal ini tergambar dari tanggapan responden terhadap semua variabel yang ada dalam kualitas pelayanan kesehatan. Dimana dari sembilan variabel yg ada hanya 1 variabel yang berada pada kategori “baik” sedangkan 8 variabel lainnya berada pada kategori “sangat baik” dan jika di rata-ratakan kesemua dari variabel kualitas pelayanan kesehatan tersebut berada pada kategori “sangat baik”.

Selanjutnya jika melihat tanggapan responden terhadap variabel kepuasan maka dapat dijelaskan bahwa kepuasan pasien yang terdiri dari tiga indikator memiliki rata-rata sebesar 4,27. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan pasien juga berada pada kategori “sangat baik”. Dengan demikian menunjukkan bahwa responden merespon sangat baik terhadap karakteristik produk, mutu pelayanan serta harga/biaya yang diberikan oleh Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika Jambi.

Berdasarkan analisis data pada regresi linear berganda dan uji hipotesis maka diketahui bahwa : 1) Secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan kesehatan yang terdiri dari variabel manfaat, ketetapan, ketersediaan, keterjangkauan, kenyamanan, hubungan interpersonal, waktu, kesinambungan serta legitimasi dan akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Baiturrahim Pertamedika Jambi. Hal ini membuktikan hipotesis penelitian dan sejalan dengan penelitian terdahulu; 2) Secara parsial diketahui bahwa terdapat lima variabel yang terdiri dari ketetapan, keterjangkauan, kenyamanan, waktu serta legitimasi dan akuntabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap. Sedangkan empat variabel lainnya memiliki arah negatif. Selain itu juga diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan kesehatan yang paling memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pasien rawat inap adalah variabel kenyamanan.

Terkait dengan variabel kenyamanan yang mendominasi kepuasan

Pasien hal ini dikarenakan karena tenaga medis yang selalu menjaga dan memperhatikan penyakit/kondisi pasien, sehingga pasien merasa nyaman berobat di Rumah Sakit Baiturrahim. Hal lain yang juga mendukung kenyamanan pasien adalah karena tenaga medis yang berpengalaman dan mempunyai pengetahuan dalam penanganan pasien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan : 1) Secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Baiturrahim Pertamedika Jambi; 2) Secara parsial diketahui bahwa variabel kenyamanan memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Baiturrahim Pertamedika Jambi

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan terkait penelitian ini adalah : 1) Pihak Rumah Sakit hendaknya selalu memperhatikan dengan baik hal-hal yang terkait dengan variabel variabel yang mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap termasuk variabel yang sudah mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari pasien tersebut; 2) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melibatkan variabel-variabel lain yang mungkin juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed Revisi VI. Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, Azrul. (1994). *Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Yayasan Penerbitan Ikatan Dokter Indonesia. Jakarta.
- Budiastuti. (2002). *Kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit*. Trans Info Media. Jakarta.
- Dwi Ani, Kartikasari. (2009). *Jurnal Manajemen Pemasaran “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Anak dan Bersalin Prima Husada Waru Sidoarjo*. UPN Veteran. Surabaya.
- Fandy Tjiptono.(2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono.(2004). *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayu Media.
- Haryanti. (2000). *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Kotler, P. dan Keller, K. Lane (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- M. Iqbal. (2010). *Jurnal Manajemen Pemasaran “Analisa kepuasan pasien rawat inap terhadap jasa pelayanan pukesmas perawatan putri ayu Broni (Studi Kasus :Pasien Rawat Inap di Pukesmas Perawatan Putri Ayu Broni)*. Jambi.
- Rambat Lupiyoadi. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Pratek*. PT Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiarto. (2002).*Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah *Manajemen Usahawan Indonesia*. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husuein. (2005). *Metode Penelitian*. Salemba Empat. Jakarta.
- <https://mitrothemaks.wordpress.com/2015/04/30/kualitas-pelayanan-kesehatan/>

**EXPERIENTIAL MARKETING DALAM MEMBENTUK MINAT BELI ULANG
KONSUMEN WANITA DI KOTA JAMBI
(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE)**

Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari¹⁾, Fitri Widiastuti²⁾, Istiqomah Malinda³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

Korespondensi email : sylvia_unja@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Experiential Marketing on the repurchase intention of consumers of Shopee Application Users in Jambi City. The researcher uses Experiential Marketing as an independent variable that influences repurchase interest as a dependent variable. Experiential Marketing variables consist of Sense Experience, Feel Experience, Think Experience, Act Experience, and Relate Experience. This research uses explanatory research type. The sample studied was 100 respondents using the accidental sampling method. The research hypothesis testing was carried out using multiple regression analysis to find out how the effect of Experiential Marketing (X) selling in forming Consumer Repurchase Interest (Y). Based on the results of the study, it was concluded that the five variables related to experiential marketing basically had the potential to encourage female consumers in the city of Jambi to repurchase through the shopee application. However, of the five variables, only the Act variable had a significant effect on the repurchase intention of female consumers in the City of Jambi to repurchase through the Shopee Application. Increased repurchase interest can be done by application developers by improving various features and characteristics related to the sense, feel, think, and relate that consumers feel.

Keywords : *Experiential Marketing, Consumer Repurchase Interest, Shopee*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Experiential Marketing terhadap minat beli ulang konsumen Wanita Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Jambi. Peneliti menggunakan Experiential Marketing sebagai variabel bebas yang mempengaruhi minat beli ulang sebagai variabel terikat. Variabel Experiential Marketing terdiri dari Sense Experience, Feel Experience, Think Experience, Act Experience, dan Relate Experience. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode Accidental sampling. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh Experiential Marketing (X) jual dalam membentuk Minat Beli Ulang Konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa kelima variabel yang terkait experiential marketing pada dasarnya berpotensi mendorong konsumen wanita di Kota Jambi untuk melakukan beli ulang melalui aplikasi shopee. Namun demikian, dari kelima variabel tersebut, hanya variabel Act yang berpengaruh nyata terhadap minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi untuk melakukan beli ulang melalui Aplikasi Shopee. Peningkatan minat beli ulang dapat dilakukan oleh pengembang aplikasi dengan cara memperbaiki berbagai fitur dan karakteristik yang berhubungan dengan sense, feel, think, dan relate yang dirasakan konsumen.

Kata Kunci : *Experiential Marketing, Minat Beli Ulang, Shopee*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sudah merambah ke segala sisi kehidupan manusia membuat banyak orang yang memanfaatkannya untuk hal-hal yang berbaur ekonomi. Teknologi dan kecanggihan internet saat ini benar-benar membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Seperti para inovator yang memanfaatkannya sebagai sarana penjualan segala kebutuhan manusia.

Hal ini memicu lahirnya e-commerce atau perdagangan elektronik yang diciptakan untuk transaksi bisnis dengan memanfaatkan internet dan penggunaan web. Kita semakin dimudahkan dalam melakukan transaksi karena tidak lagi membutuhkan tenaga dan waktu yang lama untuk mencari barang yang kita butuhkan. Karena esensi dari e-commerce adalah memungkinkan proses jual beli tidak terhalang oleh jarak dan waktu.

Berbagai keuntungan diberikan berkat kehadiran e-commerce, beberapa di antaranya menghemat Waktu dan Biaya Perjalanan karena transaksi konvensional membutuhkan banyak waktu dan biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai toko fisik. Namun berkat kehadiran e-commerce, kita bisa mengunjungi toko secara online dengan beberapa kali klik saja.

Keuntungan yang kedua adalah mencari produk jadi lebih cepat karena melalui e-commerce, kita dapat memanfaatkan kotak pencarian untuk mempersempit pencarian produk dan mencari beragam produk berdasarkan kategori-kategori yang tersedia. Keuntungan yang ketiga yaitu e-commerce buka sepanjang waktu dengan e-commerce, kita bisa mencari berbagai kebutuhan kapan saja, karenanya berjalan selama 24 jam dan dalam rentang waktu 7 hari. Jika sebelumnya kita sulit menemukan toko fisik yang buka di malam hari atau pagi-pagi buta, lain halnya dengan e-commerce. Keuntungan yang keempat adalah perbandingan belanja jadi lebih mudKeuntungan yang terakhir adalah biaya lebih rendah belanja online melalui e-commerce tidak jarang menawarkan harga yang lebih rendah karena banyaknya diskon-diskon yang diberikan. Secara umum kita mengenal dua jenis e-commerce, yaitu B2C dan C2C. B2C (business to consumer) merupakan kegiatan jual beli online yang antara produsen dengan konsumen akhir. Contoh dari B2C meliputi Lazada dan Bhinneka. Sedangkan C2C (consumer to consumer) merupakan model bisnis online yang transaksinya dilakukan antar konsumen. Jadi, kedua pihak tidak bertemu langsung tetapi melalui platform pihak ketiga. Contoh dari C2C meliputi Tokopedia dan Bukalapak. (Berinovasi.com. 2017)

Hasil riset Snapcart mengenai perilaku belanja e-commerce di Indonesia menunjukkan Shopee merupakan e-commerce paling populer dan paling sering digunakan oleh konsumen. Riset Snapcart ini dilakukan dengan metode survei daring melalui aplikasi pada Januari 2018 dengan melibatkan 6.123 responden. (Bisnis.comJakarta 2018)

Shopee adalah aplikasi Marketplace online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research (penelitian penjelaslitan yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2012). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Pengamatan menggunakan cakupan waktu bersifat cross section/one shoot, yang berarti informasi atau data yang diperoleh adalah hasil pengumpulan data yang dilakukan pada satu waktu tertentu (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita pengguna aplikasi Shopee di Kota Jambi, dimana jumlahnya tidak diketahui. Menurut Malhotra (2009) Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili populasi.

Ukuran atau jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Slovin, Umar (2008) dengan rumus:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = % toleransi kesalahan sampling

$$n = \frac{11.328}{1 + (11.328 \cdot 10\%^2)} = \frac{11.328}{114,28} = 99,12$$

Berdasarkan rumus penentuan jumlah sampel dari Slovin di atas didapat jumlah sampelnya (n) sebanyak 99,12 di bulatkan menjadi 100 dengan nilai $e = 10\%$. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik accidental sampling, objek penelitian tersebut (Ali, Hapzi dan Limakrisna, 2013). Dengan kata lain sampel. diambil/dipilih karena ada ditempat dan waktu yang tepat. Adapun kriteria konsumen yang menjadi responden dalam penelitian adalah teknik penentuan secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila diundang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data konsumen yang minimal satu kali melakukan pembelian satu kali melalui aplikasi shopee.

Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka yang diperoleh dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

Sumber Data

Berdasarkan sumber dari mana data diperoleh, maka data penelitian yang diambil adalah sebagai berikut: 1) Data primer, didapatkan langsung dari sampel penelitian yaitu konsumen yang melakukan pembelian minimal 1 kali dengan menggunakan aplikasi Shopee; 2) Data sekunder, dalam penelitian ini diperoleh dari Internet.

Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Analisis Regresi

Validitas suatu adalah menggunakan korelasi “product moment”. Sedangkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data. Untuk menguji reliabilitas maka digunakan Rumus Alpha Cronbach yaitu rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0 misalnya angket (kuisisioner) atau soal

uraian (Arikunto, 1998:192). SPSS menggunakan uji statistik Cronbach Alpha, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6. Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana, yang pengerjaannya dibantu dengan perangkat lunak SPSS.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh experiential marketing (X) dalam membentuk Minat beli ulang konsumen wanita (Y)

$$\text{Model persamaan Regesi Berganda: } Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X₁, X₂, X_n, = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂.....X_n = 0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa berdasarkan tanggapan responden/konsumen wanita pengguna aplikasi shppee di Kota Jambi terhadap item-item pernyataan pada variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅, kelima variabel penelitian berada pada kelas interval mendorong/dipertimbangkan. Sedangkan diantara kelima sub variabel tersebut, sub variabel X₄ (act) memperlihatkan determinasi terhadap minat beli ulang konsumen wanita di kota Jambi. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa Experiential marketing yang terdiri dari sense, feel, Think, Act, Relate merupakan faktor yang mampu mendorong minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi.

Experiential marketing yang dirasakan oleh konsumen wanita di kota jambi mampu mendorong minat beli ulang mereka terhadap produk produk yang ditawarkan melalui aplikasi shopee. Hal ini mengindikasikan bahwa Aplikasi Shopee secara langsung sudah memenuhi apa yang menjadi kebutuhan para konsumen wanita di Kota Jambi.

Sense yang diperlihatkan pada Aplikasi Shopee adalah kemudahan dalam penggunaannya, fitur yang menarik, bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen serta desain yang unik dan menarik. Aplikasi Shopee juga menyediakan kemudahan fasilitas kontak antara konsumen dengan pemilik toko sehingga membuat konsumen merasa aman karena bisa berkomunikasi langsung dengan pemilik toko untuk pembelian produk ataupun untuk berbagai informasi yang dibutuhkan.

Feel atau perasaan senang yang dirasakan oleh konsumen pada saat melihat dan menggunakan aplikasi Shopee mendorong minat beli ulang konsumen. Dengan kata lain, perasaan konsumen terhadap pelayanan dari aplikasi Shopee menumbuhkan minat beli ulang konsumen wanita di kota Jambi.

Think dalam hal ini adalah image positif yang diciptakan oleh Aplikasi shopee, serta tingkat keunikan desain yang mampu memberikan penilaian baik di benak konsumen atas kemudahan dan kecepatan layanannya, demikian juga halnya dengan kelengkapan fasilitas layanan pada aplikasi Shopee mampu mendorong minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi.

Act, dalam Aplikasinya Shopee mampu menunjukkan gaya hidup yang sesuai dengan harapan konsumen, aplikasi ini juga dinilai menarik oleh konsumen karena keunikan belanja yang ditawarkan mendorong konsumen ingin berbagi pengalaman kepada orang-orang terdekat, sehingga membuat variabel Act ini memiliki nilai pendorong tertinggi dalam penelitian ini.

Relate merupakan tipe pengalaman yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen dan menggabungkan seluruh aspek Sense, Feel, Think dan Act serta menitikberatkan pada persepsi positif di mata konsumen. Keandalan Aplikasi Shopee dalam merespon konsumen, kualitas interaksi, kemampuan dalam menunjukkan kelas sosial konsumen, dan kemampuan dalam menciptakan prestige konsumen mendorong menjadi salah satu faktor yang membentuk Minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi.

Experiential Marketing Dalam Membentuk Minat beli Ulang Konsumen Wanita di Kota Jambi (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee)

Pengujian hipotesis penelitian tentang peran experiential marketing dalam membentuk minat beli ulang konsumen dilakukan dengan menggunakan salah satu perangkat uji statistik yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda terhadap variabel-variabel experiential marketing dan minat beli ulang konsumen memperlihatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,332 atau 33,2 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa hanya sekitar 33,2 persen variasi minat beli ulang konsumen wanita dapat dijelaskan melalui variasi nilai variabel experiential marketing sedangkan 66,8 % lainnya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam model regresi ini. Hasil analisis SPSS versi 23 yang menunjukkan koefisien deter Tabel 1.

Tabel 1. Koefisien Determinasi Model Regresi Berganda

Model	R	R ²	Adj R ²	Std. Error
1	.605 ^a	.366	.332	2.017

Selanjutnya, analisis varians dilakukan terhadap model regresi berganda yang dirumuskan. Hasil analisis varians tersaji pada Tabel 5.6. Hasil analisis varians memperlihatkan bahwa model regresi berganda yang menjelaskan hubungan antara experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen wanita berpengaruh nyata (Sig.: 0,000). Dengan kata lain, bagaimana experiential marketing mempengaruhi minat beli ulang konsumen wanita dapat dijelaskan melalui model ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Varians Model Regresi Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	MS	F	Sig.
Regression	220.917	5	44.183	10.860	.00
Residual	382.443	94	4.069		
Total	603.360	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X5, Total_X1, Total_X3, Total_X2, Total_X4

Pengaruh tiap-tiap variabel experiential marketing terhadap minat beli ulang diketahui dengan cara melakukan uji t-student terhadap tiap-tiap koefisien regresi berganda. Hasil

olahan SPSS memperlihatkan bahwa dari lima variabel experiential marketing, hanya variabel X4 (Act) yang berpengaruh dalam membentuk minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi. Hasil analisis dengan bantuan SPSS tersaji pada Tabel 3 . Berdasarkan Tabel 3, persamaan regresi berganda yang dibentuk adalah

$$Y = 4,442 + 0,19 X_1 + 0,137 X_2 - 0,142 X_3 + 0,465 X_4 + 0,062 X_5$$

Experiential marketing baru bisa dirasakan oleh konsumen setelah berlangsungnya proses transaksi pada aplikasi Shopee. Variabel pertama yang dirasakan oleh konsumen adalah Sense yang dirasakan melalui panca indera seperti penglihatan pada saat menggunakan aplikasi Shopee. Penilaian konsumen terletak pada penilaian atas keindahan desain, fitur yang menarik, kemudahan penggunaan aplikasi, aplikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta jaminan kontak antara konsumen dengan pemilik toko. Menurut jawaban responden untuk keindahan desain aplikasi shopee menarik, begitu juga dengan tampilan fitur yang beragam membuat aplikasi ini semakin dinilai menarik oleh konsumen. Aplikasi Shopee juga dinilai menggunakan bahasa yang mudah dipahami melalui petunjuk dan simbol yang terdapat pada aplikasi sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja. Ketersediaan jaminan dari Aplikasi Shopee untuk menjembatani komunikasi antara konsumen dalam hal ini sebagai calon pembeli dengan toko-toko yang tergabung dalam aplikasi shopee menjadi alasan kuat bagi konsumen untuk menumbuhkan minat beli ulang melalui penggunaan aplikasi Shopee.

Feel adalah Variabel kedua dalam Experiential marketing yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Feel Marketing tertuju pada perasaan dan emosi konsumen dengan tujuan mempengaruhi pengalaman melalui suasana hati dan yang lembut sampai emosi yang kuat terhadap kesenangan dan kebanggaan (Bern.H.Smith). Perasaan senang dan nyaman yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan aplikasi shopee, serta perasaan senang terhadap pelayanan dari aplikasi shopee membuat konsumen memiliki minat beli ulang di masa depan.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
Constant	4.442	2.050		2.166	.033
Total_X1	.191	.115	.180	1.660	.100
Total_X2	.137	.145	.109	.943	.348
Total_X3	-.142	.138	-.115	-1.027	.307
Total_X4	.465	.133	.478	3.493	.001
Total_X5	.062	.108	.066	.573	.568

Think adalah variabel ketiga di dalam Experiential marketing yang tertuju pada intelektualitas yang bertujuan menciptakan suatu kesadaran (cognitif). Pengalaman sebagai problem solving yang mengikutsertakan konsumen di dalamnya (Bernd.H. Smith). Kemampuan menciptakan image positif setiap kali aplikasi shopee digunakan oleh konsumen menjadi salah satu faktor pendorong minat beli ulang konsumen. Desain yang unik, mudah dan cepat pada saat digunakan serta kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh aplikasi shopee mendorong minat beli ulang konsumen.

Act marketing tertuju untuk mempengaruhi pengalaman jasmaniah, gaya hidup dan interaksi (Bernd.H. Smith). Konsumen menilai bahwa Aplikasi Shopee mampu mewakili harapan untuk memenuhi gaya hidup mereka. Menariknya konsep yang ditawarkan oleh aplikasi shopee serta fasilitas keunikan yang ditawarkan oleh aplikasi ini mampu mendorong minat beli ulang yang kuat pada konsumen sehingga mereka dengan sukarela ingin merekomendasikan kepada orang-orang terdekat untuk menggunakan aplikasi shopee sebagai pilihan berbelanja on line yang baik.

Relate marketing berisikan aspek-aspek dari keempat hal di atas yaitu sense, feel, think dan act). Aplikasi Shopee dinilai handal dalam merespon konsumen karena dianggap memiliki intensitas kualitas yang tinggi kepada konsumen. Ketika menggunakan aplikasi ini konsumen merasa bahwa kelas sosialnya terwakili sehingga mampu meningkatkan prestise konsumen. Semua alasan inilah yang mendorong minat beli ulang konsumen terhadap toko-toko yang ada pada aplikasi Shopee.

Elemen feel mengacu pada bagaimana perusahaan berupaya membuat pelanggan mempunyai emosi positif. Mereka dibuat senang, ceria, gembira, nyaman, dan ber-mood positif. Lalu, think mengacu pada upaya perusahaan memancing dan pelanggan untuk berpikir. Selanjutnya, mereka akan diajak pada sebuah act tertentu. Di sini perusahaan berupaya menciptakan gaya hidup maupun kebiasaan yang baru. Ujungnya, pelanggan akan terdorong untuk melibatkan diri dalam sebuah komunitas, grup-grup maupun kelompok sosial tertentu. Inilah yang dinamakan relate. Elemen relate mengacu pada komunitas. Semua kelima elemen dari experiential marketing mengacu pada dua tujuan utama, yaitu: menciptakan kekuatan merek dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa kelima variabel yang terkait experiential marketing pada dasarnya berpotensi mendorong konsumen wanita di Kota Jambi untuk melakukan beli ulang melalui aplikasi shopee. Namun demikian, dari kelima variabel tersebut, hanya variabel Act yang berpengaruh nyata terhadap minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi untuk melakukan beli ulang melalui Aplikasi Shopee.

Peningkatan minat beli ulang dapat dilakukan oleh pengembang aplikasi dengan cara memperbaiki berbagai fitur dan karakteristik yang berhubungan dengan sense, feel, think, dan relate yang dirasakan konsumen.

Saran

Untuk pihak pengembang aplikasi Shopee agar dapat mempertahankan Act sebagai variabel yang paling dominan dalam mendorong minat beli ulang konsumen wanita di Kota Jambi. Sedangkan untuk layanan fitur sense, feel, think dan relate sebaiknya perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Darwin Setyono, Ong Yinyin Widyanata, Hanjaya Siaputra, Regina Jokom. Jurnal 'Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar', Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra. Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya.

- Farisya.2016. Pengaruh experiential Marketing terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Intervening Variabel (Studi Pada : Nanny's Pavillon Bathroom – Pacific Place)
- Fransisca Andreani Jurnal Manajemen Pemasaran, vol. 2, no. 1, april 2007: 1-8 'Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan pemasaran) Staf Pengajar Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra – Surabaya.
- Reymond Setiabudi Hadiwidjaja dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si. Jurnal Pemasaran Vol.2. No. 2 'Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square'.Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya.
- Rr Nunik Fadjrina,2013. Skripsi. Pengaruh Implementasi Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Tamu Padma Hotel Bandung (Survei pada tamu reguler yang menginap di Padma Hotel Bandung). Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu
- Shabur Miftah Maulana,Heru Susilo, Riyadi. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 29 No. 1 Desember 2015|. Administrasi bisnis.studentjournal.ub.ac.id Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Valentino Alexander Thejasukmana dan Drs.Sugiono Sugiharto, M.M. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-14. 'Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynette) Surabaya. Jurusan Manajemen Pemasaran,Universitas Kristen PetraJl. Siwalankerto 121-131, Surabaya.

ANALISIS ASPEK KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI WILAYAH KOTA JAMBI

Wiwik Tiswiyanti¹⁾, Kamadie Sumanda Syafis²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : wiekmuis-unja.ac.id; skamadi 474@gmail.com

Abstract

The study aims to analyze the effect of tax amnesty and tax knowledge on taxpayer compliance, both jointly and partially. The study population is a taxpayer who is a tax consultant client in the City of Jambi and the number of 465, with a purposive sampling, obtained a sample of 46 taxpayers. The study uses multiple linear regression with the results of the first research goal shows that there is an influence of tax amnesty and tax knowledge together on tax compliance with a calculated F value of 14.185, significance $0.000 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$). The results of the second research objective indicate that there is an effect of tax amnesty on taxpayer compliance with a t value of 2.601, a significance of $0.013 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$); and the results of the third research objective indicate that there is an influence of Tax Knowledge on Taxpayer Compliance with a t value of 3.319 and a significance of $0.002 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$).

Keywords : Tax Amnesty, Tax Knowledge, Taxpayer Compliance

Abstrak

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh tax amnesty dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak wajib, baik secara bersama sama maupun secara parsial. Populasi penelitian adalah wajib pajak yang menjadi klien konsultan pajak di wilayah Kota Jambi dan berjumlah 465, dengan proposif sampling, diperoleh sampel sebanyak 46 wajib pajak. Penelitian menggunakan regresi linier berganda dengan hasil tujuan penelitian yang pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tax amnesty dan pengetahuan pajak secara bersama sama terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai F hitung 14,185, signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hasil tujuan penelitian yang kedua menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai t 2,601 signifikansi $0,013 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$); dan hasil tujuan penelitian yang ketiga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan nilai t sebesar 3,319 dan signifikansi $0,002 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$).

Kata Kunci : Tax Amnesty, Pengetahuan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

PENDAHULUAN

Guna pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat negara membutuhkan dana. Salah satu sumber dana diperoleh dari sektor pajak. Pemungutan pajak diatur oleh undang undang sehingga dalam pelaksanaannya dapat dipaksakan, dan hasilnya digunakan untuk menunjang pembangunan. Penerimaan Negara dari sektor pajak diharapkan terus meningkat. Penerimaan pajak berpengaruh terhadap tax ratio, semakin besar penerimaan pajak maka tax ratio akan meningkat. Tax ratio dijadikan salah satu indikator kinerja pemungutan pajak.

Tahun 2016 pemerintah mengeluarkan UU No. 11 tentang tax amnesty. Bukti empiris menunjukkan bahwa tax amnesty telah berjalan selama dua puluh tahun di empat puluh Negara bagian Amerika Serikat. Tax amnesty menawarkan penyelesaian masalah hutang pajak dengan tidak menimbulkan tambahan keterlambatan dan hukum lainnya (Wisegeek, 2014). Yang bertujuan (Ammiryzan W Said, 2017) agar kepatuhan dan pendapatan pajak dapat meningkat, yang sejalan pula dengan harapan Alm James (1998) kebijakan tax amnesty akan meningkatkan pendapatan di sektor pajak.

Dasar bertindak untuk melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan adalah memiliki pengetahuan pajak (Caroline, 2009) yang meliputi (Rahayu, 2010) Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), Sistem perpajakan Indonesia, dan Fungsi pajak. Jika konsep dilaksanakan sesuai aturan yang berlaku maka dapat menghindari sanksi pajak dan (Richardson, 2006; Kirchlet et al, 1995) kepatuhan wajib pajak ikut meningkat.

Kepatuhan tidak terlepas dari pengetahuan dan pemahaman. Patuh artinya taat aturan, disiplin, mengikuti perintah (Wiyono, 2007). Kepatuhan dapat diartikan (Nurmantu, 2007) keadaan wajib pajak untuk mentaati semua hak dan kewajiban pajaknya. Wajib pajak dapat dikatakan patuh jika telah memenuhi kriteria sebagaimana tercantum dalam Keputusan Menteri Keuangan No. 235/KMK.03/2003 tanggal 3 Juni 2003 tentang Kriteria Wajib Pajak Yang Dapat Ditetapkan Sebagai Wajib Pajak Patuh.

Kriteria wajib pajak patuh menurut Muhamad Zain, 2007; Devano dan Rahayu, 2006, dibagi dalam 4 (empat) kategori yaitu 1). Wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan perundang undangan perpajakan, 2). Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, 3). Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar 4). Membayar pajak terutang tepat pada waktunya.

Hasil penelitian terdahulu tentang tax amnesty, dikemukakan oleh Alm James (1998) yang menyatakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak menurun setelah diterapkannya program tax amnesty. (Ngadiman dan Huslin, 2015); Suyanto, 2016; Alfiyah & Latifah, 2017; Soeprijadi dan Efri Andini, 2017); Nur Alfiyah, 2017; Lydinna, 2018; dan Rahayu Nur, 2017; Clement Olatunji Olaoye, 2017; Soeprijadi dan Efri Andini, 2017); Sari & Firdiana, 2017); Suyanto, 2016; memberikan hasil penelitian yang berbeda dari Alm James, Penelitian mereka menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara Lerman, 1986 menyatakan bahwa untuk alasan apapun tax amnesty berpengaruh baik secara positif maupun negative terhadap kepatuhan pajak.

Hasil penelitian yang berbeda mendorong meneliti untuk melakukan uji kembali tentang tax amnesty, pengetahuan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya dari sampel yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan sampel wajib pajak klien kantor konsultan pajak baik wajib pajak orang pribadi maupun badan yang ada di wilayah Kota Jambi.

Tujuan penelitian untuk menganalisis secara empiris pengaruh tax amnesty dan Pengetahuan Perpajakan secara bersama sama terhadap kepatuhan wajib pajak, pengaruh tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak dan pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Wajib pajak dikategori sebagai wajib pajak patuh (berdasarkan PMK No.74/PMK.03/2012 Pasal 2 tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu.

Menurut UU No 6 Tahun 2016 tax amnesty adalah penghapusan hutang pajak yang seharusnya sudah dibayar, penghapusan sanksi baik administrasi maupun pidana dengan cara

wajib pajak harus mengungkapkan harta yang dimilikinya dan membayar uang tebusan sesuai UU tax amnesty. Tujuannya (a) untuk mempercepat pertumbuhan dan restrukturisasi ekonomi (b) mendorong reformasi perpajakan menuju system perpajakan yang lebih (c) Meningkatkan penerimaan pajak. Tax amnesty merupakan upaya pemerintah untuk menarik harta/uang masyarakat yang tersimpan di luar negeri dan membawa kembali ke Indonesia. Dan memberi kesempatan kepada masyarakat yang selama ini tidak patuh menjadi patuh.

Konsep pengetahuan pajak (Rahayu, 2010) dibagi ; a) Pengetahuan mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) meliputi pengetahuan kewajiban dan hak wajib pajak, SPT, NPWP, dan Prosedur Pembayaran, Pemungutan, serta Pelaporan Pajak; b) Pengetahuan tentang sistem perpajakan di Indonesia; c) Pengetahuan tentang fungsi perpajakan,

Wajib pajak yang memahami ke tiga konsep diatas akan lebih mudah dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Hipotesis Penelitian

H1: Tax Amnesty dan Pengetahuan Pajak secara bersama sama berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H2: Tax Amnesty berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H3: Pengetahuan Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah wajib pajak baik orang pribadi maupun badan yang menjadi klien pada 9 (Sembilan) Kantor Konsultant Pajak di wilayah Kota Jambi dengan dengan teknik purposive sampling diperoleh sampel sebanyak 45 responden. Pengujian hipotesis menggunakan asumsi klasik, pengujian Uji Hipotesis (Uji R-Square, Uji F dan Uji t). dengan persamaan regresi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

α = Konstanta

X1 = Tax Amnesty

X2 = Pengetahuan Perpajakan

β_1, β_2 , = Koefisien Regresi

e = Error Term

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Deskripsi Objek Penelitian

Dari 45 kuesioner yang di sebarakan kepada wajib pajak yang menjadi sampel, kuesioner yang kembali 100%. Dari kuesioenr yang kembali dapat dilihat kakarakteristik Wajib Pajak Berdasarkan Usia, pendidikan dan penghasilan

Dari usia, yang berusia 25-35 tahun 12 orang, 36-45 tahun 15 orang yang berusia 46-55 17 orang dan lebih dari 56 tahun 1 orang. Dari pendidikan wajib pajak diketahui yang berpendidikan S 2 sebanyak 22 orangm S1 sebanyak 22 orang dan diploma 1 orang. Sedangkan yang berpenghasilan 0- 50.000.000 16 orang, 50.000.000 sampai dengan 250.000.000 15 orang, yang penghasilann 250.000.000 – 500.000.000 1 orang dan yang lebih dari 500.000.000 berjumlah 13 orang.

Deskripsi Objek Penelitian

Dari 45 kuesioner yang di sebarakan kepada wajib pajak yang menjadi sampel, kuesioner yang kembali 100%. Dari kuesioenr yang kembali dapat dilihat kakarakteristik Wajib Pajak Berdasarkan Usia, pendidikan dan penghasilan

Dari usia, yang berusia 25-35 tahun 12 orang, 36-45 tahun 15 orang yang berusia 46-55 17 orang dan lebih dari 56 tahun 1 orang. Dari pendidikan wajib pajak diketahui yang berpendidikan S 2 sebanyak 22 orangm S1 sebanyak 22 orang dan diploma 1 orang. Sedangkan yang berpenghasilan 0- 50.000.000 16 orang, 50.000.000 sampai dengan 250.000.000 15 orang, yang penghasilann 250.000.000 – 500.000.000 1 orang dan yang lebih dari 500.000.000 berjumlah 13 orang.

Hasil Analisis Kuesioner

- **Variabel Tax Amnesty (X1)**

Dari 45 wajib pajak mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju terkaitan pertanyaan tentang tax amnesty, artinya bahwa wajib pajak merespon baik tax amnesty.

- **Variabel Pengetahuan Pajak (X2)**

Dari 45 wajib pajak mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju untuk pertanyaan yang berkaitan dengan pengetahuan pajak artinya bahwa wajib pajak memiliki pengetahuan pajak yang cukup dan patuh terhadap kewajibannya.

- **Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)**

Dari 45 wajib pajak mayoritas menjawab setuju dan sangat disetujui disetiap pertanyaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa wajib pajak patuh sebagai wajib pajak dan mematuhi undang-undang perpajakan, mengisi formulir pajak dengan benar dan melaporkan tepat waktu.

Analisis Statistik Deskriptif Penelitian

- **Uji Validitas**

Hasil menunjukkan bahwa nilai r hitung \geq r tabel artinya instrument pertanyaan valid

- **Uji Reliabilitas**

Item pertanyaan menunjukkan hasil nilai cronbach's alpha \geq 0,60. Artinya item pertanyaan yang digunakan reliabel.

- **Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas, titik penyebaran berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan dapat dikatakan penelitian berdistribusi normal. Uji Multikolineritas, hasil perhitungan menunjukan nilai VIF $<$ 10. Yang berarti tidak ada multikolineritas. Uji Heteroskedastisitas, hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji scatterplot, menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen dilakukan analisis regresi berganda. Dan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,730	3,443		,793	,432
	X1	,349	,134	,329	2,601	,013
	X2	,348	,105	,436	3,319	,002

$$Y = 2,730 + 0,349X_1 + 0,348X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta positif sebesar 2,730. Artinya bila diasumsikan tax amnesty, dan pengetahuan perpajakan bernilai 0 (nol), maka nilai kepatuhan wajib pajak secara konstan bernilai sebesar 2,730.
2. Nilai koefisien regresi variabel tax amnesty positif 0,349. Nilai positif menunjukkan kepatuhan wajib pajak berubah searah dengan perubahan tax amnesty. Artinya jika nilai tax amnesty meningkat, nilai kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan pajak positif 0,348. Nilai positif menunjukkan kepatuhan wajib pajak berubah searah dengan perubahan pengetahuan pajak. Artinya jika nilai pengetahuan pajak meningkat, nilai kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Pengujian Hipotesis

- **Uji F (Uji Simultan)**

Hasil menunjukkan nilai Fhitung 14,185 dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05 (\alpha = 5\%)$. Menunjukkan adanya pengaruh variable tax amnesty (X1), pengetahuan pajak (X2) secara bersama sama terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), artinya hipotesis satu dapat diterima.

- **Uji Parsial (Uji t)**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) Nilai t untuk variable Tax amnesty sebesar 2,601 dengan tingkat signifikansi 0,013 ($0,013 < 0,05$), menunjukkan adanya pengaruh variable Tax Amnesty (X1) terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y). artinya Hipotesis dua dapat diterima; 2) Nilai t untuk variable Pengetahuan pajak sebesar 3,319 dengan tingkat signifikansi 0,002 ($0,002 < 0,05$). menunjukkan adanya pengaruh variable pengetahuan pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) artinya hipotesis tiga dapat diterima.

Pengaruh Tax Amnesty dan Pengetahuan Pajak secara bersama sama berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil uji F menunjukkan tax amnesty, pengetahuan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai Fhitung 14,185 dan signifikansi $0,000 < 0,05 (\alpha = 5\%)$. Artinya hasil penelitian menerima H_a dan hipotesis satu dapat diterima.

Besarnya kemampuan variabel tax amnesty dan pengetahuan pajak mempengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak terlihat dari uji adjusted R² pada penelitian, yang menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tax amnesty dan pengetahuan pajak sebesar 37,5% dan sisanya sebesar 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak

diteliti dalam penelitian ini. Seperti kesadaran wajib pajak akan pentingnya fungsi pajak bagi negara, sikap rasional yang menjadi pertimbangan wajib pajak dalam membayar pajak, sikap fiskus atau petugas pajak, dan lain lain, yang dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2017).

Pengaruh Tax Amnesty terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil uji t menunjukkan bahwa tax amnesty bernilai 2,601 dengan tingkat signifikansi 0,013 yang lebih besar dari taraf signifikansi 5% ($0,013 < 0,05$), artinya menerima H_a dan hipotesis kedua dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan program tax amnesty yang telah ditetapkan pemerintah dapat mendorong wajib pajak untuk lebih patuh memenuhi kewajiban perpajakannya dan menambah jumlah wajib pajak terdaftar yang selama ini belum terjaring. Hasil penelitian mendukung kajian yang dikemukakan oleh Devano bahwa penerapan tax amnesty akan mendorong dan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dimasa datang. Dan mendukung Mardiasmo bahwa kebijakan tax amnesty akan meningkatkan kepatuhan dan penerimaan pajak. Artinya secara tidak langsung hasil tax amnesty menambah pendapatan Negara dari sektor pajak dan meningkatkan tax ratio.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lerman, (1986), Ngadiman dan Huslin (2015), Suyanto (2016), Alfiyah & Latifar (2017), Soeprijadi dan Efri Andini(2017), Nur Alfiyah,(2017), Lydinna, (2018), yang menunjukkan bahwa tax amnesty berpengaruh positif yang signifikan pada Kepatuhan wajib Pajak. tetapi tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alm James (1998), menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan menurun setelah adanya program tax amnesty.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil uji t menunjukkan, pengetahuan pajak bernilai 3,319 dengan tingkat signifikansi 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ($0,002 < 0,05$), artinya hasil penelitian menerima H_a dan hipotesis tiga diterima.

Sistem self assessment yang dianut dalam perpajakan Indonesia menuntut wajib pajak untuk memiliki pengetahuan tentang perpajakan, karena system ini memberikan kepercayaan secara penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetor dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang terhutang ke kas Negara. Karenannya wajib pajak diharap paham dan mengerti tentang undang undang dan peraturan perpajakan. Sehingga dengan pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak dapat melaksanakan kewajibannya. Hasil penelitian sejalan dengan kajian yang dikemukakan Rahayu kepatuhan wajib pajak merupakan aspek penting dalam sistem perpajakan Indonesia yang menganut system self assessment , karena kepatuhan dapat meningkat apabila wajib pajak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai sistem perpajakan sesuai undang undang pajak yang berlaku. Siregar et all, menyatakan bahwa tingginya tingkat pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak , maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Clement Olatunji Olaoye, 2017; Soeprijadi dan Efri Andini, 2017; Sari & Firdiana, 2017; Rahayu Nur, 2017; Suyanto, 2016; yang membuktikan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib Pajak.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh tax amnesty, pengetahuan perpajakan dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: tax amnesty dan Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak. Baik secara simultan maupun parsial sebagai berikut: 1) Tax Amnesty dan Pengetahuan Perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil uji menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tax amnesty dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai Fhitung 14,185 dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05 (\alpha = 5\%)$; 2) Tax Amnesty secara parsial berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t sebesar 2,601 dengan tingkat signifikansi $0,013 (0,013 < 0,05)$; 3) Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t sebesar 3,319 dengan tingkat signifikansi $0,002 (0,002 < 0,05)$

Saran

Bagi aparat pajak sebagai perwakilan pemerintah diharap dapat meningkatkan pemahaman masyarakat atau wajib pajak dengan terkait peraturan perpajakan melalui sosialisasi dan pendekatan persuasif. Bagi peneliti selanjutnya, semoga hasil penelitian dapat dijadikan masukan untuk mengembangkan. Dengan memperluas sampel dan mempertimbangkan untuk menambah variable lain ke dalam penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah & Latifah . S.W (2001) Pengaruh Pelaksanaan Kebijakan Sunset Policy, Tax Amnesty, Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangann*, 7(2). 1081-1091
- Alm J., & Beck, W. (1993). Tax Amnesties and Compliance in the Long run: A Time Series Analysis. *National Tax Journal*. Vol. 46: 53-60
- Clement Olatunji Olaoye, 2017, Tax Audit and Tax productivity in Logos State, Nigeria, *Emerald Insight, Asean Journal an Accountung Reseach*, Volume3
- Keputusan Menteri Keuangan No. 235/KMK.03/2003 tanggal 3 Juni 2003 tentang Kriteria Wajib Pajak Yang Dapat Ditetapkan Sebagai Wajib Pajak Patuh
- Lerman Allen H. Tax Amnesty: The Federal Perspective. *National Tax Journal* 1986;39:325–332.
- Ngadiman & Huslin D (2015) Pengaruh sunsat Policy, tax amnesty dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak (studi Empiris di kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Kembangan) *Jurnal Tarumanegara*, XIX(02). 225-241
- Nurmantu, Safri. 2007. Pengantar Perpajakan. Edisi 2. Jakarta: Yayasan Obor Indon
- Richardson, G. (2006). Determinants of tax evasion: A cross-country investigation. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15(2), 150-169
- Pramushinta & Siregar B (2011) Pengaruh layanan Fiskus dan Pelaksanaan Sunsat Policy terhadap kepatuhan wajib pajak dalam upaya peningkatan pajak . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5, 173-189
- Rahayu (2018) *Perpajakan Indonesia-Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta (Graham Ilmu)
- Rahayu Nur Pengaruh POenetahuan Perpajakan, ketegasan Sanksi dan Tax Amnestu pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak www.jurnal.ustjogja.ac.id Vol 1 no.1 Tahun 2017
- Sari, V. A. P., & Fidiana. (2017). Pengaruh tax amnesty, pengetahuan perpajakan dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6 No 2(ISSN 2460-0585), 745–760. <https://doi.org/10.1515/crelle.2011.129>

- Suyanto, Intansari, P. P. L. A., & Endahjati, S. (2016). Tax Amnesty. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 9–22. <https://doi.org/ISSN: 2540-9646>
- Wisegeek. (2014). What is tax amnesty. Diperoleh 3 Juni 2017, dari <http://www.wisegeek.com/what-is-tax-amnesty.htm>
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2016 tentang Tax Amnesty

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSE BUYING KONSUMEN SAAT MOMENT HARI BELANJA ONLINE NASIONAL (HARBOLNAS)

Yenny Yuniarti

Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email : yennyuniarti@yahoo.co.id

Abstract

Hari belanja online nasional (Harbolnas) is a celebration created by idEA (Indonesian E-commerce Association) to encourage and educate the Indonesian people about the convenience of shopping online. According to the Minister of Communication and Information, in 2018 there were 6.5 million micro, small and medium enterprises (MSMEs) involved in harbolnas activities. E-commerce itself causes changes in consumer buying behavior into impulse buying, which is making unplanned purchases (Natasya, 2016). Purposive sampling method is a method for consumers who have made transactions during Harbolnas. The analytical method used is descriptive qualitative. The findings in this study are the factors that most influence the impulse buying of online store consumers during Harbolnas moment are emotions, namely the desire to show identity.

Keywords : *E-Commerce, Impulse Buying, Harbolnas.*

Abstrak

Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) merupakan suatu perayaan yang diciptakan idEA (Asosiasi E-commerce Indonesia) guna mendorong dan mendukung masyarakat Indonesia mengenai kemudahan berbelanja secara online. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2018 sebanyak 6,5 juta pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terlibat dalam kegiatan harbolnas. E-commerce sendiri menimbulkan perubahan perilaku pembelian konsumen menjadi impulse buying, yaitu melakukan pembelian yang tidak direncanakan (Natasya, 2016). Metode penarikan sampel purposive sampling yaitu konsumen yang pernah melakukan transaksi saat harbolnas. Metode analisis yang digunakan deskriptif kualitatif. Temuan dalam penelitian ini yaitu faktor yang paling mempengaruhi impulse buying konsumen online store saat moment harbolnas adalah emosi, yaitu keinginan untuk menunjukkan jati diri.

Kata Kunci : *E-Commerce, Impulse Buying, HARBOLNAS*

PENDAHULUAN

Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) merupakan suatu perayaan yang diciptakan idEA (Asosiasi E-commerce Indonesia) guna mendorong dan mendukung masyarakat Indonesia mengenai kemudahan berbelanja secara online kapan saja dan di mana saja selama 24 jam. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2018 sebanyak 6,5 juta pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terlibat dalam kegiatan harbolnas. Menurut data McKinsey, sepanjang tahun 2017 pertumbuhan e-commerce di Indonesia mencapai US\$ 8 miliar dolar (Tempo.co, 2018). Pada harbolnas tahun 2017, Insight Nielsen Indonesia mencatat total transaksi yang terjadi sebesar 4,7 triliun rupiah, angka ini meningkat sebesar 1,4 triliun rupiah dibandingkan transaksi pada tahun 2016 (Detikinet, 2017). E-

commerce sendiri menimbulkan perubahan perilaku pembelian konsumen menjadi impulse buying, yaitu melakukan pembelian yang tidak direncanakan (Natasya, 2016). Menurut Strens (1962) impulse buying adalah suatu pembelian yang dilakukan konsumen tanpa direncanakan sebelumnya.

Menurut Noorlaily, 2015, bagi pelanggan online, melakukan transaksi dengan penjual/start up secara online akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Pembeli diberikan kesempatan yang sedikit untuk mengetahui kualitas barang dan melakukan pengujian terhadap produk yang diinginkan melalui media Web yang disediakan oleh penjual. Ketika pelanggan melakukan pembelian dari website penjual yang tidak dikenal, pelanggan tidak dapat mengetahui kualitas barang dan jasa yang di tawarkan apakah masuk akal dan dapat diandalkan atau tidak.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melihat “Factor yang mempengaruhi impulse buying konsumen yang berbelanja pada moment hari belanja nasional (harbolnas)”. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : 1) Menganalisis Faktor yang mempengaruhi impulse buying konsumen yang berbelanja pada moment harbolnas; 2) Menganalisis faktor yang dominan mempengaruhi impulse buying pada moment harbolnas.

Perkembangan bisnis secara online yang mampu menggeser bisnis konvensional menjadi ketertarikan utama peneliti, di tambah dengan diluncurkannya program hari belanja online (HARBOLNAS) oleh iDEA yang tujuannya tidak lain untuk lebih meningkatkan minat konsumen berbelanja secara online. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa berbelanja secara online ditambah dengan promo besar-besaran menimbulkan impulse buying kepada konsumen.

Impulse buying merupakan pembelian yang tidak direncanakan dan pembelian terencana dari seorang konsumen, dimana keputusan pembelian konsumen tidak dengan melakukan evaluasi produk ((Vohs & Faber 2003; Parboteeah 2005). Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan impulse buying antara lain promosi, lingkungan toko, windows display, tampilan barang dagangan, tingkat pendapatan dan kartu kredit (Vishnu., et al, 2013). Dan hasil yang diperoleh adalah tingkat pendapatan dan tampilan barang dagangan memberikan faktor yang paling besar terhadap impulse buying. Menurut Akram, et.al, 2018, impulse buying dipengaruhi oleh Scarcity, serendipity information, social shopping, adventure shopping, value shopping, relaxation shopping dan idea shooping, dimana faktor yang paling dominan mempengaruhi impulse buying adalah serendipity dengan R2 sebesar 0,490 atau 49%.

Emosi konsumen berpengaruh positif terhadap impulse buying (Shahnaz, 2014). Ketersediaan uang memberikan pengaruh positif terhadap impulse buying (Jung Hyo, 2014). Kartu kredit juga menambah keinginan konsumen untuk melakukan impulse buying (Alireza, 2011). Emosi dan hasrat dalam diri konsumen meningkatkan keinginan untuk melakukan impulse buying (Grace, 2008; Alireza, 2011 dan Shahnaz, 2014). Menurut Damayanti, 2015, perilaku impulse buying konsumen pada online dan in-store dapat dilihat dari environment, promotion, payment, product, dan availability.

Belanja Impulsif dikelompokkan ke dalam empat tipe (Stern, 1962 dalam Soeseno Bong, 2011). Pertama, Pure Impulse Buying, yaitu perilaku belanja im- pulsif murni yang tidak membuat perencanaan sebelum keputusan pembelian diambil, dan ini diasumsikan sebagai perilaku belanja menyimpang dari perilaku belanja normatif. Kedua, Reminder Impulse Buying, adalah perilaku belanja yang dipacu oleh faktor pengingat seperti misalnya

calon konsumen teringat bahwa cadangan di rumah sudah menipis pada waktu kebetulan konsumen melihat tawaran produk-produk tersebut di toko. Ketiga, Suggestion Impulse Buying, adalah perilaku belanja terpacu oleh adanya program promosi di dalam toko atau konsumen menemukan visualisasi promosi menarik di toko walau pun belum terlalu mengenal produk yang dipromosikan tersebut, namun terpengaruh membeli karena usulan program promosi tersebut. Keempat, Planned Impulse Buying, adalah perilaku belanja bahwa keputusan pembelian berdasarkan perencanaan walaupun aksi pembelian itu sendiri tidak sesuai dengan rencana, sebab konsumen di pacu oleh kampanye promosi atau penawaran khusus, sebagai contoh program potongan harga, fitur produk baru dari produk sejenis atau produk-produk substitusi.

Menurut penelitian Engel (1995), pembelian berdasar impulse mungkin memiliki satu atau lebih karakteristik ini : 1) Spontanitas. Pembelian ini tidak diharapkan dan [SEP]memotivasi konsumen untuk membeli sekarang, sering sebagai respons terhadap stimulasi visual yang langsung di tempat penjualan; 2) Kekuatan, kompulsi, dan intensitas. Mungkin ada motivasi untuk mengesampingkan semua yang lain dan bertindak dengan seketika; 3) Kegairahan dan stimulasi. Desakan mendadak untuk membeli sering disertai dengan emosi yang dicirikan sebagai “menggairahkan”, “menggetarkan,” atau “ liar.”; 4) Ketidakpedulian akan akibat. Desakan untuk membeli dapat menjadi begitu sulit ditolak sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan lebih kepada belanja online secara umum, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat lebih khusus bagaimana konsumen berperilaku terutama perilaku impulse buying di saat moment Hari Belanja Online (Harbolnas) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying yang dikemukakan oleh Damayanti, 2015 yaitu Environment, Promosi, Tingkat Pendapatan, Metode Pembayaran, Ketersediaan Produk, Emosi dan Serrendipity.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif verifikatif, dari penelitian ini juga diharapkan memperoleh gambaran mengenai variable impulse buying konsumen saat moment HARBOLNAS (Hari Belanja Online). Instrument atau alat yang digunakan dalam menghimpun kuisisioner yaitu data dalam bentuk kuisisioner berupa pernyataan. Untuk menentukan nilai atau skor kuisisioner dengan menggunakan skala likert, yaitu untuk mengubah data-data kualitatif yang diperoleh menjadi data kuantitatif. Skala likert merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sikap (Sugiono ; 2008).

Ukuran yang digunakan untuk menilai jawaban-jawaban yang diberikan terdapat empat (4) tingkatan yaitu 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, 2 untuk jawaban tidak setuju, 3 untuk jawaban setuju 4 untuk jawaban sangat setuju. Kemudian hasil tabulasinya di olah dengan rata-rata dan cross tabulation. Cross tabulation digunakan untuk menampilkan tabulasi silang (table kontingensi) yang menunjukkan suatu distribusi bersama terhadap dua variable atau lebih, yang dalam penelitian ini untuk melihat kecenderungan dari identitas responden (Jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan dan pekerjaan) terhadap variable-variabel yang mempengaruhi impulse buying. Alat bantu dengan SPSS 19.

Adapun rentang skor dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Sudjana (1990) yang didasarkan pada penggunaan skala Likert, yaitu sebagai berikut :

- 1,00 – 1,99 : termasuk kategori negatif (sangat tidak setuju/sangat tidak berpengaruh)
- 2,00 – 2,99 : kategori negatif (tidak setuju/tidak berpengaruh)
- 3,00 – 3,99 : kategori positif (setuju/berpengaruh)
- 4,00 – 4,99 : kategori positif (sangat setuju/sangat berpengaruh)

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Variabel yang di analisis dalam penelitian ini menjelaskan factor-faktor yang mempengaruhi Impulse Buying yang terdiri atas Environment (lingkungan), Promosi, Metode Pembayaran, Produk, Emosi dan Serrendipity. Hasil tanggapan responden atas variable-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Tanggapan Responden atas Variable Impulse Buying

No.	Pernyataan	Tanggapan				Σ	Mean	
		1	2	3	4			
PROMOSI								
1	Potongan harga	F	4	10	45	41	100	2,43
		Fx	4	20	135	84	243	
2	Free ongkir	F	3	17	45	35	100	3,12
		Fx	3	34	135	140	312	
3	Flash Sale	F	5	16	50	28	100	3,29
		Fx	5	32	180	112	329	
Total rata-rata							2,95	
METODE PEMBAYARAN								
1	Transfer antar Bank	F	5	9	51	35	100	3,16
		Fx	5	18	153	140	316	
2	Kartu kredit	F	10	17	58	15	100	2,78
		Fx	10	34	174	60	278	
3	Cash On Delivery	F	16	17	51	18	100	2,75
		Fx	16	34	153	72	275	
Total rata-rata							2,90	
PRODUK								
1	Ketersediaan produk	F	4	29	43	24	100	2,87
		Fx	4	58	129	96	287	
2	Berkualitas	F	3	10	59	28	100	3,12
		Fx	3	20	177	112	312	
3	Beraneka ragam	F5	5	7	52	36	100	3,19
		Fx	5	14	156	144	319	
4	Harga terjangkau	F	5	12	48	31	100	2,97
		Fx	5	24	144	124	297	
5	Merek sudah dikenal	F	6	11	45	38	100	3,15
		Fx	6	22	135	152	315	
Total rata-rata							3,06	
EMOSI								
1	Pemenuhan Kebutuhan	F	7	14	47	32	100	3,04

No.	Pernyataan	Tanggapan				Σ	Mean	
		1	2	3	4			
		Fx	7	28	141	128	304	
2	Menunjukkan jati diri	F	9	30	38	34	100	3,19
		Fx	9	60	114	136	319	
3	Tuntutan gaya hidup	F	12	13	48	27	100	3,00
		Fx	12	36	144	108	300	
Total rata-rata							3,08	
SERENDIPITY								
1	Mempunyai pengalaman positif dengan belanja online	F	4	12	60	24	100	3,04
		Fx	4	24	180	96	304	
2	Berbelanja untuk relaksasi	F	13	27	49	11	100	2,58
		Fx	13	54	147	44	258	
3	Kemudahan dalam mencari produk	F	2	11	66	21	100	3,06
		Fx	2	22	198	84	306	
Total rata-rata							2,89	

Sumber : Hasil olahan data, 2019.

Dari tabel di atas terlihat bahwa variable emosi memiliki rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,08 dengan kategori positif. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Grace, 2008; Alireza, 2011, Shahnaz 2014. Artinya moment harbolnas memunculkan keinginan untuk menunjukkan jati diri dan memenuhi gaya hidup konsumen, sedangkan variable serendipity memberikan rata-rata terendah yaitu sebesar 2,89 dengan kategori negative. Serendipity di sini menunjukkan bahwa ketertarikan konsumen untuk berbelanja secara online pada moment harbolnas karena adanya pengalaman sebelumnya, dan karena berbelanja menimbulkan rekasasi serta kemudahan dalam mencari produk.

Sedangkan dengan menggunakan cross tabulation diperoleh hasil bahwa dari jenis kelamin responden diperoleh informasi dari total pria berjumlah 43 maka sebanyak 31 orang tertarik untuk berbelanja pada moment harbolnas karena mendapatkan kemudahan dalam mencari produk yang merupakan indikator dari variable serendipity. Sedangkan dari total 57 wanita, sebanyak 36 orang lebih memilih virtual atmosphere atau suasana/situasi belanja saat moment harbolnas. Dari sisi usia mayoritas responden berada pada rentang usia 15 – 20 tahun yaitu sebanyak 39 orang. Impulse buying pada kategori usia 15 – 20 tahun timbul karena kegiatan berbelanja merupakan salah satu bentuk penyegaran (relaxation) dari rutinitas yang mereka jalani sehari-hari. Dan jika dilihat dari sisi pendidikan mayoritas adalah lulusan SMU sederajat. Dari sisi pekerjaan mayoritas merupakan wirausaha yaitu sebanyak 52 orang. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha tertarik melakukan impulse buying pada moment harbolnas dikarenakan situasi atau suasana yang timbul pada saat itu. Diketahui bahwa harbolnas dilakukan di akhir tahun atau dikenal dengan 12.12 (tanggal 12 bulan 12). Pada moment ini hampir seluruh penjual online melakukan promosi besar-besaran baik itu

dengan memberikan potongan harga maupun dengan promosi penjualan seperti beli 1 produk gratis 1.

KESIMPULAN

Simpulan yang diperoleh adalah : Impulse buying konsumen saat momen harbolnas timbul dikarenakan adanya faktor emosi yang terdiri atas indikator keinginan untuk menunjukkan jati diri dan memenuhi gaya hidup. Sedangkan dari cross tabulation diperoleh informasi bahwa mayoritas konsumen adalah wanita, dengan rentang usia antara 15 – 20 tahun yang berpendidikan minimal SMU sederajat dan memiliki pekerjaan sebagai wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Haryanto. 2019. Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. Inet.detik.com.
- Akram, Umair, Peng Hui, Muhammad Kaleem Khan, Chen Yan & Zubair Akram. 2018. Factor Affecting Online Impulse Buying : Evidence from Chinese Social Commerce Environment. *Journal Sustainability*. www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Alireza, Karbasivar, Yarahmadi Hasti. 2011. Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, pp.174-181.
- Chang Jung Hyo, Yan Rouh-Nan, Eckman Molly. 2014. Moderating Effects of Situational Characteristics on Impulse Buying. *International Journal of Retail & Distribution anagement* Vo.2 No.4, pp. 298-314.
- Damayanti Octavia, 2016. The Differences of Online and In-store Impulse Buying Behaviour using Stimulus and Response Model. ISCLO. Atlantis Press.
- Engel, James F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W., 1995, *Perilaku konsumen*, Jilid 1 (Edisi ke- enam), Jakarta: Binarupa Aksara.
- Grace, Lee Yuna, Yi Youjae. 2008. The Effect of Shopping Emotions and Perceived Risk on Impulse Buying: The Moderating Role of Buying Impulsiveness Trait. *Seoul Journal of Business*, Vol.14 No.2, pp. 67-92 .
- Japarianto, E. and Sugiharto, S. 2011. Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, pp.32-41
- Noorlaily Fithdiarini. 2015. Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping dan Dampaknya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Tahun XXVI. No. 3. Hal. 256-269.
- Parboteeah, D. V., 2005. A model of online impulse buying: An empirical study. Doctoral dissertation Washington state university.
- Shahnaz, Nayebzadeh, Jalaly Maryam. 2014. Investigating Iranian Female Muslim Consumer Impulse Buying Behaviour Used as a Form of Retail Therapy. *Journal of Islamic Marketing* Vo.5 No.2, pp. 302-320.
- Soeseno Bong. 2011. Pengaruh In-store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Hypermarket di Jakarta. *Ultima Management*. Vol. 3. No.1. hal. 31-52.
- Tempo.co. 2017. Ini Hasil Riset Google Soal Perilaku Belanja Onlie di Indonesia. Selasa, 15 Agustus 2017.
- Vishnu, Parmar & Ahmeed Rizwan Raheem. 2013. *European Journal of Scientific Research*. Vol. 100. No.3. pp. 67-79.
- Vohs, K., and Ronald Faber, R., 2003."Self-Regulation and Impulsive Spending Patterns", in *NA-Advances in Consumer Research* Volume 30, Eds. Pp: 125-126

PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI, PENGENDALIAN INTERNAL, DAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KETERANDALAN PELAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH (STUDI PADA PEMERINTAH KOTA JAMBI)

Yuliana¹⁾, Rita Friyani²⁾

^{1,2)}Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : yuliana_fasha@yahoo.co.id; ritafriyani@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of internal control, human resource capacity, the use of information technology on the reliability of financial reporting in the Jambi City government. The data in this study are primary data from questionnaires distributed to respondents. The population in this study were all financial administration officials, heads and staff of accounting or financial administration in all Regional Work Units (SKPD) of Jambi City. Sampling using the saturated sample method. The analytical method used is multiple regression analysis. Conclusion Research that simultaneously and partially the use of information technology, internal control and human resource capacity affects the reliability of local government financial reporting.

Keywords : *Reliability of Financial Statements*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengendalian internal, kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi terhadap keterandalan pelaporan keuangan pada pemerintah Kota Jambi. Data dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner yang disebar ke responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pejabat penatausahaan keuangan, kepala dan staf bagian akuntansi atau penatausahaan keuangan di seluruh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kota Jambi. Pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Kesimpulan Penelitian bahwa secara simultan dan parsial Pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

Kata Kunci : Keterandalan Laporan Keuangan

PENDAHULUAN

Meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintahan yang baik telah mendorong pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah untuk menerapkan akuntabilitas publik. Akuntabilitas publik dapat diartikan sebagai bentuk kewajiban mempertanggungjawabkan keberhasilan atau kegagalan pelaksanaan misi organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya melalui suatu media pertanggungjawaban yang dilakukan secara periodik (Mardiasmo, 2006)

Sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban dan penyelenggaraan pemerintah yang diatur dalam Undang-undang Nomor 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah daerah. Upaya yang nyata untuk

mewujudkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah adalah dengan menyampaikan laporan pertanggungjawaban berupa laporan keuangan. Pengguna laporan keuangan berasal dari berbagai pihak dengan kepentingan yang berbeda-beda. Pengguna laporan keuangan pemerintah antara lain : masyarakat, wakil rakyat, lembaga pengawas, lembaga pemeriksa, pihak yang memberi atau berperan dalam proses donasi, investasi dan pinjaman serta pemerintah (Peraturan Pemerintah 71 tahun 2010).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah, Sistem Pengendalian Intern adalah proses yang integral pada tindakan dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pimpinan dan seluruh pegawai untuk memberikan keyakinan yang memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan. Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) adalah sistem pengendalian intern yang diselenggarakan secara menyeluruh di lingkungan pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

SPIP terdiri dari beberapa unsur, diantaranya : (1) Lingkungan pengendalian (2) penilaian risiko (3) kegiatan pengendalian (4) informasi dan komunikasi (5) pemantauan pengendalian intern. Dalam peraturan pemerintah Nomor 60 tahun 2008 seluruh proses kegiatan audit, review, evaluasi, pemantauan dan kegiatan pengawasan lain terhadap penyelenggaraan tugas dan fungsi organisasi dalam rangka memberikan keyakinan yang memadai bahwa kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan tolak ukur yang telah dilaksanakan secara efektif dan efisien dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik disebut dengan pengawasan intern.

Laporan keuangan yang baik tidak dapat dipisahkan dari faktor sumber daya manusia dalam hal ini pegawai. Sumber daya manusia yang berkualitas juga dapat menghemat waktu pembuatan laporan keuangan, disebabkan karena pegawai tersebut telah mengetahui dan memahami apa yang akan dikerjakan dengan baik sehingga penyajian laporan keuangan bisa tepat waktu. Semakin cepat waktu penyajian laporan keuangan maka semakin baik untuk pengambilan keputusan (Mardiasmo, 2002).

Dalam upaya pencapaian tujuan organisasi, sumber daya manusia merupakan elemen organisasi yang memiliki peran sangat penting. Sehingga dapat dipastikan bahwa pengelolaan sumber daya manusia tersebut dapat dijalankan sebaik mungkin guna membantu upaya pencapaian yang dimaksud oleh organisasi yang bersangkutan. Karmila (2013), menyatakan bahwa dalam pengelolaan keuangan daerah yang baik, Satuan kerja perangkat daerah (SKPD) harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, yang didukung dengan latar belakang pendidikan akuntansi, sering mengikuti pendidikan dan pelatihan dan mempunyai pengalaman di bidang keuangan. Sehingga untuk menerapkan sistem akuntansi, sumber daya manusia yang berkualitas tersebut akan mampu memahami logika akuntansi yang baik. Kegagalan sumber daya manusia pemerintah daerah dalam memahami dan menerapkan logika akuntansi akan berdampak pada kekeliruan laporan keuangan yang dibuat dan ketidaksesuaian laporan dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah.

Indriasari (2008) menyatakan bahwa kapasitas sumber daya manusia adalah kemampuan seseorang atau individu, suatu organisasi (kelembagaan) atau suatu sistem untuk melaksanakan fungsi-fungsi atau kewenangannya untuk mencaai tujuannya secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia merupakan pilar penyangga utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam usaha mewujudkan visi dan misi serta tujuan dari organisasi tersebut. Hasil

penelitian Karmila (2013) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas sumber daya manusia terhadap keterandalan pelaporan keuangan daerah.

Pemanfaatan teknologi informasi juga memiliki pengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Kewajiban pemanfaatan teknologi informasi oleh pemerintah telah diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 56 tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah. Dalam penjelasan peraturan pemerintah tersebut disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah berkewajiban untuk mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan daerah dan menyalurkan informasi keuangan daerah kepada pelayanan publik.

Fenomena laporan keuangan pemerintah daerah Kota Jambi dari Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) yang disampaikan oleh BPK RI Perwakilan Provinsi Jambi melalui siaran persnya untuk tahun anggaran 2011-2016 menunjukkan adanya ketidakstabilan kualitas laporan keuangan untuk Kota Jambi dimana pada tahun anggaran 2011 pemerintahan Kota Jambi mendapatka opini Wajar Dengan Pengecualian (WDP), tahun anggaran 2012 Kota Jambi mengalmi peningkatan yang signifikan dengan memperoleh opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP), namun pada tahun anggaran 2013 Kota Jambi mengalami penurunan kembali dengan memperoleh opini Wajar Dengan Pengecualian (WDP). Kemudian pada tahun 2014 Kota Jambi mengalami peningkatan dengan memperoleh opini Wajar Tanpa Pengecualian Dengan Paragraf Penjelas (WTP-DPP). Setelah itu Kota Jambi pada tahun 2015 dan 2016 mengalami peningkatan dengan memperoleh opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP). Permasalah dari penelitian ini adalah Apakah Pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal, dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi ?

Pengendalian internal adalah suatu proses, dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen dan personel lain yang dirancang untuk memberikan keyakinan memadai mengenai pencapaian tujuan dalam kategori berikut : efektivitas dan efisiensi operasional, keandalan pelaporan keuangan da kepatuhan dengan hukum yang berlaku dan peraturan. Peraturan pemerintah Nomor 60 tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) mendefinisikan pengendalian intern sebagai proses yang integral pada tindakan da kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pimpinan dan seluruh pegawai untuk memberikan keyakinan memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan.

Pengendalian intern menurut Permendagri Nomor 21 tahun 2011 tentang Pedoman Pengelolaa Keuangan Daerah, merupakan proses yang dirancang untuk memberikan keyakinan yang memadai mengenai pencapaian tujuan pemerintah daerah yang tercermin dari keterandalan laporan keuangan, efisiensi dan efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta dipatuhinya peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 2008 yang dibuat berdasarkan adopsi dari COSO tentang SPIP menyatakan bahwa unsur-unsur pembentuk SPIP antara lain: 1) Lingkungan pengendalian; 2) Penilaian risiko; 3) Kegiatan pengendalian; 4) Informasi dan komunikasi; 5) Pemantauan pengendalian intern.

Mahmudi (2007) menyebutkan komponen penting yang terkait dengan pengendalian intern akuntansi antara lain sebagai berikut : 1) Sistem dan prosedur akuntansi; 2) Otorisasi; 3) Formulir, dokumen dan catatan; 4) Pemisahan tugas

Mahmudi (2010) menyatakan bahwa pengertian sistem pengendalian intern adalah proses integral dari tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh manajemen (eksekutif) dan

jajarannya untuk memberikan jaminan atau keyakinan memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan.

Kapasitas sumber daya manusia adalah kemampuan seseorang atau individu, suatu organisasi (kelembagaan), atau suatu sistem untuk melaksanakan fungsi-fungsi atau kewenangannya untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Kapasitas harus dilihat sebagai kemampuan untuk mencapai kinerja, untuk menghasilkan keluaran-keluaran (outputs) dan hasil-hasil (outcomes). Untuk menilai kapasitas dan kualitas sumber daya manusia dalam melaksanakan suatu fungsi, termasuk akuntansi, dapat dilihat dari level of responsibility dan kompetensi sumber daya tersebut. Tanggung jawab dapat dilihat dari atau tertuang dalam deskripsi jabatan. Kompetensi dapat dilihat dari latar belakang pendidikan, pelatihan-pe;atihan yang pernah diikuti dan dari keterampilan yang dinyatakan dalam pelaksanaan tugas. Kompetensi merupakan suatu karakteristik dari seseorang yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan (Husna, 2013).

Pada Permendagri Nomor 59 tahun 2007, menjelaskan bahwa sistem akuntansi pemerintah daerah meliputi serangkaian prosedur mulai dari proses pengumpulan data, pencatatan, pengikhtisaran sampai dengan pelaporan keuangan dalam rangka pertanggungjawaban pelaksanaan APBD yang dapat dilakukan secara manual atau menggunakan aplikasi komputer.

Pemanfaatan teknologi informasi juga memiliki pengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Kewajiban pemanfaatan teknologi informasi oleh pemerintah telah diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 56 tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah. Dalam penjelasan peraturan pemerintah tersebut disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah berkewajiban untuk mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan daerah dan menyalurkan informasi keuangan daerah kepada pelayanan publik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2010, keterandalan pelaporan keuangan merupakan informasi dalam laporan keuangan bebas dari pengertian yang menyesatkan dan kesalahan material, menyajikan setiap fakta secara jujur, serta dapat diverifikasi. Informasi mungkin relevan, tetapi jika hakikat atau penyajiannya tidak dapat diandalkan maka penggunaan informasi tersebut secara potensial dapat menyesatkan. Laporan keuangan yang andal menurut Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2010 harus memenuhi karakteristik yaitu Penyajian Jujur, Dapat diverifikasi dan Netralitas

Hipotesis Penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Internal dan Kapasitas Sumber daya manusia berpengaruh secara simultan terhadap keterandalan pelaporan keuangan
- H2 : Pemanfaatan Teknologi informasi, Pengendalian Internal dan Kapasitas Sumber daya manusia berpengaruh secara parsial terhadap keterandalan pelaporan keuangan

Tujuan Penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Untuk mengetahui apakah pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal, dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh secara simultan terhadap akuntabilitas keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi; 2) Untuk mengetahui apakah pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh secara parsial terhadap akuntabilitas keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi

Manfaat Penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pemanfaatan teknologi informasi,

pengendalian internal, dan kapasitas sumber daya manusia terhadap akuntabilitas keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi; 2) Memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia terhadap akuntabilitas keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi.

METODE

Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen adalah pengendalian internal, kapasitas sumber daya dan pemanfaatan teknologi informasi sedangkan variabel dependennya adalah Keterandalan pelaporan keuangan. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Prosedur Penelitian

Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran (Maholtra, 2005 ; 364). Parameter populasi biasanya adalah angka. Informasi mengenai parameter populasi bisa diperoleh dengan mengambil sensus atau sampel. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pejabat penatausahaan keuangan beserta staf di bagian akuntansi/penatausahaan keuangan pada satuan perangkat kerja daerah (SKPD) Kota Jambi yang terdiri dari 19 dinas, 5 badan, 2 kantor dan 1 bagian dengan jumlah responden sebanyak 63 orang. Dalam penelitian ini, semua populasi dijadikan sampel sehingga teknik yang digunakan adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sinambela, 2014).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah seluruh pejabat penatausahaan keuangan beserta staf di bagian akuntansi/penatausahaan keuangan pada satuan perangkat kerja daerah (SKPD) Kota Jambi.

Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Sugiyono (2012) mengungkapkan instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Moment Product Corelation (Pearson Correlation). Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. SPSS mempunyai fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji stastistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6 (Ghozali, 2006).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tegresi berganda dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y : Keterandalan Pelaporan
a : Konstanta
X1 : Pemanfaatan Teknologi Informasi
X2 : Pengendalian Internal
X3 : Kapasitas sumber daya manusia
B1, b2, b3 : Koefisien Regresi
e : error

Uji Hipotesis

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel Y. Uji parsial dilakukan untuk menjawab hipotesis 2,3 dan hipotesis 4.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y. Uji dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Uji simulta dilakukan untuk menjawab hipotesis 1 dalam penelitian ini.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan komputer melalui program SPSS 21.0 for Windows. Hasil pengujian regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarized		Standarized	t	Sig.
	Coefficient		Coefficient		
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	2.325	1.882		1.208	.211
Pem_TI	.865	.079	.769	12.655	.000
Peng_In_Akt	.376	.073	.317	4.28	.000
SDM	.198	.075	.203	3.01	.000

Berdasarkan hasil regresi linier berganda di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut ini :

$$Y = 2,325 + 0,865X1 + 0,376X2 + 0,198X3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini : 1) Konstanta sebesar 2,325 memberikan arti bahwa apabila pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia diasumsikan 0 maka keterandalan pelaporan keuangan secara konstan bernilai 2,325; 2) Koefisien regresi variabel pemanfaatan teknologi informasi sebesar 0,865 memberikan arti bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Hal ini ditunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan pemanfaatan teknologi informasi maka akan terjadi kenaikan keterandalan pelaporan keuangan sebesar 0,865 begitu juga sebaliknya; 3) Koefisien regresi variabel pengendalian internal sebesar 0,376 memberikan arti bahwa pengendalian internal berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Hal ini ditunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan pengendalian internal maka akan terjadi

kenaikan keterandalan pelaporan keuangan sebesar 0,376 begitu juga sebaliknya; 4) Koefisien regresi variabel kapasitas sumber daya manusia sebesar 0,198 memberikan arti bahwa kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Hal ini ditunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan kapasitas sumber daya manusia maka akan terjadi kenaikan keterandalan pelaporan keuangan sebesar 0,198 begitu juga sebaliknya.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Internal dan Kapasitas Sumber Daya Manusia terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Hasil Uji Statistik F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1 Regression	315.321	3	109.381	57.164	.000a
Residual	107.502	67	1.554		
Total	420.904	70			

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel (2,74) dengan level signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan.

Informasi yang bermanfaat bagi para pemakai adalah informasi yang mempunyai nilai. Agar informasi tersebut dapat mendukung dalam pengambilan keputusan dan dapat dipahami oleh para pemakai maka informasi akuntansi harus mempunyai beberapa karakteristik kualitatif yang di syaratkan. Pengendalian internal akuntansi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keterandalan pelaporan keuangan pemerintah. Pengendalian internal merupakan proses yang dirancang untuk memberikan keyakinan yang memadai mengenai pencapaian tujuan pemerintah daerah yang tercermin dari keterandalan laporan keuangan, efisiensi dan efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta dipatuhinya peraturan perundang-undangan. Sumber daya manusia adalah kemampuan seseorang atau individu, suatu organisasi (kelembagaan) atau suatu sistem untuk melaksanakan fungsi atau kewenangannya untuk mencapai suatu tujuan secara efektif dan efisien.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Nilai thitung (12,655) variabel pemanfaatan teknologi informasi lebih besar dari t tabel (1,996) dan berarah positif. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap peningkatan keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi.

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya dimanfaatkan pada organisasi bisnis tetapi juga dimanfaatkan pada organisasi sektor publik, termasuk di dalamnya pemerintahan. Pemerintah perlu memaksimalkan dan mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi untuk membangun jaringan sistem informasi manajemen dan proses kerja yang

memungkinkan pemerintah bekerja secara terpadu dengan memudahkan akses antar unit kerja itu sendiri.

Pengaruh Pengendalian Internal terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pengendalian internal berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Nilai t hitung (4,28) variabel pengendalian internal lebih besar dari t tabel (1,996) dan berarah positif. Hasil ini berarti bahwa pengendalian internal berpengaruh terhadap peningkatan keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi.

Pengendalian internal merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keterandalan pelaporan keuangan pemerintah. Hal ini dapat dilihat dari pengertian pengendalian internal menurut Permendagri No.21 tahun 2011 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah. Pengendalian internal merupakan proses yang dirancang untuk memberikan keyakinan yang memadai mengenai pencapaian tujuan pemerintah daerah yang tercermin dari keterandalan laporan keuangan, efisiensi dan efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta dipatuhinya peraturan perundang-undangan.

Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan. Nilai t hitung (3,01) variabel kapasitas sumber daya manusia lebih besar dari t tabel (1,996) dan berarah positif. Hasil ini berarti bahwa kapasitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap peningkatan keterandalan pelaporan keuangan di Pemerintah Kota Jambi.

Peraturan pemerintah (PP) Nomor 105 tahun 2000 dan Kepmendagri Nomor 13 tahun 2006 telah membawa perubahan besar dan memberikan pendekatan baru dalam pengelolaan keuangan daerah. Perubahan yang mendasar dalam PP Nomor 105 tahun 2000 adalah terkait dengan perubahan dalam sistem penganggaran, baik proses penganggarnya maupun bentuk dan struktur APBD. Perubahan tersebut merupakan suatu perubahan yang bersifat paradigmatis, sementara perubahan yang lebih bersifat pragmatik dan teknis operasional diatur dalam Kepmendagri nomor 13 tahun 2006 yaitu terkait dengan penatausahaan keuangan daerah. Perubahan itu sudah sampai pada teknik akuntansinya yang meliputi perubahan dalam pendekatan sistem akuntansi dan prosedur pencatatan, dokumen dan formulir yang digunakan, fungsi-fungsi otorisasi untuk tujuan sistem pengendalian intern, laporan serta pengawasan. Perubahan tersebut membutuhkan dukungan teknologi dan sumber daya manusia yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi yang memadai.

KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh secara simultan terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah. Pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian internal dan kapasitas sumber daya manusia berpengaruh secara parsial terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Bastian, Indra. (2001). Akuntansi Sektor Publik. Penerbit BPFE. Universitas Gajah Mada : Yogyakarta.

- Bastian, Indra. (2006). Sistem Perencanaan dan Penganggaran Pemerintahan Daerah di Indonesia. Salemba Empat : Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga. Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Herminingsih. (2010). Pengaruh Partisipasi Penganggaran dan Peran Manjerial Pengelolaan Keuangan Daerah terhadap Kinerja Pemerintah Daerah.. Tesis Magister Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang. Tidak dipublikasikan.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (2002). Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. BPFE : Yogyakarta.
- Mahsun, Mohammad. (2009). Pengukuran Kinerja Sektor Publik. Edisi Ketiga. BPFE : Yogyakarta.
- Sardjito, Bambang dan Osmad Muthaher. (2008). Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Aparat Pemerintahan Daerah: Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating Jurnal Ekonomi dan Bisnis vol. 2. No. 1.
- Sardjito, Bambang dan Osmad Muthaher. (2007). Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Aparat Pemerintahan Daerah: Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating SNA X Makassar. ASPP 07.

**EMPLOYEE'S ENGAGEMENT, KEDISIPLINAN KERJA TERHADAP KEPUASAN
KERJA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA
(STUDI PADA PEGAWAI DINAS PERHUBUNGAN KOTA JAMBI)**

Sumarni¹⁾, Sry Rosita²⁾, Fitri Widiastuti³⁾

^{1,2,3)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Korespondensi email : sry_rosita@unja.ac.id

Abstract

Government agencies are required to observe and manage human resources as the most important element that directly affects the effectiveness of organizational work, especially in the long term. The purpose of this research is to analyze the variable employee engagement, working discipline, job satisfaction on the performance of employees of the DISHUB Jambi. The variables to be researched are Employee's Engagement (X1), working discipline (X2), job satisfaction (X3), employee performance (Y). Research using Fishbone Diagram (fishbone diagram), data collection is done with questionnaires, observations, and interviews. Population in this study amounted to 164 employees of the DISHUB city of Jambi, the size of the samples used in this study amounted to 116 respondents, the final result was 99 respondents who submitted questionnaires to the research team. Data is further processed using SmartPLS programs. From the structural model and the loading value of the item statement, there are several indicators of variables that have a loading value below 0.5. Technical analysis involves the determination of the correlation coefficient and multiple linear regression, then the results are interpreted through the discussion, suggestions, and conclusions of the examined variables. The results gained in this study showed that in variable Employee's engagement, work discipline and job satisfaction were influential positivity and significant to the performance of employee's of the DISHUB Jambi City.

Keywords : *Employee's Engagement, Working Discipline, Job Satisfaction, Human Resource Performance Employee's Transportation Office*

Abstrak

Instansi pemerintahan dituntut untuk memperhatikan serta mengelola sumber daya manusia sebagai elemen terpenting yang berpengaruh langsung terhadap keefektifan kerja organisasi, terutama dalam jangka panjang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel employee's engagement, kedisiplinan kerja, kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Dishub Kota Jambi. Variabel yang ingin diteliti adalah Employee's Engagemet (X1), Kedisiplinan kerja (X2), Kepuasan kerja (X3), Kinerja Pegawai (Y). Alur penelitian menggunakan diagram tulang ikan (fishbone diagram), pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, observasi, dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 164 orang pegawai Dishub Kota Jambi, besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 116 orang responden, hasil akhir terdapat 99 responden yang menyerahkan kuesioner kepada tim peneliti. Data selanjutnya diproses menggunakan program SmartPLS. Dari model struktural dan nilai loading item pernyataan ada beberapa indikator dari variabel yang memiliki nilai loading di bawah 0.5. Analisis teknis meliputi penentuan koefisien korelasi dan regresi linier berganda, kemudian uraian hasil diinterpretasikan melalui pembahasan, saran dan kesimpulan dari variabel yang diteliti tersebut. Hasil yang didapat dalam penelitian

ini menunjukkan bahwa secara variabel *employee's engagement*, kedisiplinan kerja dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Dishub Kota Jambi.

Kata Kunci : *Employee's Engagement*, Kedisiplinan, Kepuasan Kerja, Kinerja Pegawai Dishub Kota Jambi

PENDAHULUAN

Instansi pemerintah baik kota maupun provinsi pada saat ini dituntut untuk memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia sebagai elemen terpenting yang berpengaruh langsung terhadap keefektifan kerja organisasi, terutama dalam jangka panjang. Dengan melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, maka menghasilkan output yang baik pula bagi instansi pemerintah tersebut. Salah satu cara yang digunakan dalam mengelola sumber daya manusia adalah dengan melakukan berbagai macam survey internal yang bertujuan untuk mengukur kapasitas, keterikatan (*engagement*), kompetensi, kepuasan kerja maupun kinerja para pegawainya.

Employee's engagement muncul sebagai upaya pengembangan dari konsep-konsep sebelumnya seperti komitmen pegawai serta perilaku organisasi pegawai (*organizational citizenship behavior/OCB*). Riset dari beberapa peneliti yang telah dilakukan mengatakan adanya hubungan positif dari *employee engagement* dengan organisasinya yang dapat mengarah pada kinerja dan profitabilitas yang baik (choo et al, 2013). Untuk mendorong pegawai berperilaku secara bijaksana dan terikat di tempat kerja, maka dibutuhkan kedisiplinan kerja. Kedisiplinan pegawai adalah sifat seseorang yang secara sadar, mematuhi aturan dan peraturan organisasi tertentu, hal itu sangat mempengaruhi kinerja pegawai dan instansi. Semakin disiplin semakin tinggi produktivitas kerja pegawai dan kinerja perusahaan cateris paribus. Kedisiplinan kerja bagi pegawai merupakan suatu hal yang mutlak, oleh karena itu perlu dilakukan tindakan pendisiplinan yang tepat bagi setiap pegawai. Salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan usahanya adalah adanya kedisiplinan yang tinggi pada karyawannya.

Tingkat kedisiplinan kerja pegawai di lingkungan Dinas Perhubungan Kota Jambi saat melakukan observasi di lapangan terlihat sudah cukup baik dapat tergambarkan pada suasana - suasana sebagai berikut : tingginya rasa kepedulian pegawai dalam bertugas di lapangan untuk mengatur lalu lintas kendaraan baik di daerah lokasi perkantoran maupun di sekitar lokasi sekolah yang ada di kota jambi, besarnya tanggung jawab pegawai Dishub Kota Jambi untuk melaksanakan tugas dan beban yang diberikan dengan sebaik - baiknya, berkembangnya rasa memiliki dan rasa solidaritas yang tinggi dikalangan pegawai, tingginya inisiatif pegawai dalam melakukan pekerjaan, serta tingginya semangat dan gairah kerja. Kedisiplinan kerja harus dimiliki oleh masing - masing individu yang bekerja di perusahaan, agar dapat mencapai kesinambungan dan keselarasan dalam bekerja. Namun demikian seringkali pegawai menampilkan perilaku yang menunjukkan ketidakdisiplinan, misalnya a) melanggar peraturan jam istirahat dan jadwal kerja piket, b) terlambat masuk kerja, mangkir, terutama sebelum dan sesudah lebaran, c) bekerja dengan ceroboh atau merusak peralatan dinas, d) suka bertengkar, tidak mau bekerja sama, e) terang - terangan menunjukkan ketidakpatuhan, misalnya menolak melaksanakan tugas.

Bagi instansi yang mengemban misi pelayanan kepada masyarakat, seperti halnya kebanyakan instansi pemerintah kota ataupun provinsi, pegawai dituntut memiliki kualitas

dan kapabilitas bekerja dengan cermat. Alasannya, keberhasilan instansi jenis pelayanan seperti itu dinilai dari seberapa tinggi stakeholders (pihak yang menerima layanan) merasa puas atas layanan yang diperolehnya, serta tingkat kedisiplinan yang tinggi. Abdurrahmat F. (2009) menunjukkan hasil riset bahwa kedisiplinan dalam suatu instansi harus ditegakkan, karena tanpa dukungan disiplin dari para pegawai yang baik, maka instansi akan sulit untuk mewujudkan tujuannya. Seringkali dengan adanya kedisiplinan kerja, hal ini juga terkait dengan kepuasan kerja, yang mana secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja ini merupakan sebuah sikap karyawan secara emosional yang menyenangkan, mencintai pekerjaannya dengan sepenuh hati. Definisi lain terkait dengan kepuasan kerja, dikatakan bahwa kepuasan kerja secara umum dapat ditentukan dengan perbedaan yang terjadi antara perasaan yang seharusnya dirasakan oleh pegawai dari pekerjaan yang dilakukan dengan kondisi nyata yang saat ini dirasakan oleh pegawai seperti gaji yang diterima, suasana kerja baik ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana kerja maupun lingkungan kerja, jaminan kesehatan (sosial), serta promosi.

Sebagaimana diketahui bahwa kinerja (performance) adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seorang atau sekelompok orang dalam suatu instansi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing pegawai, dalam rangka mencapai tujuan instansi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Memperhatikan uraian tersebut di atas, maka menjadi satu hal penting bagi Dishub Kota Jambi khususnya menjaga keamanan lalu lintas jalan dan parkir, mengingat Kota Jambi merupakan salah satu kawasan kota besar dan seringkali mempunyai masalah lalu lintas yang cukup padat, sehingga keberhasilan dalam pengelolaan lalu lintas jalan menjadi tuntutan utama dalam menunjang berhasilnya kegiatan keamanan dan ketertiban dalam berlalu lintas serta mewujudkan visi, misi dan tujuan dari pemerintah kota jambi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis adakah pengaruh variabel *employee's engagement*, kedisiplinan kerja, kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Perhubungan (Dishub) Kota Jambi.

Gibbons (2008) mengemukakan *employee's engagement* adalah hubungan emosional dan intelektual yang tinggi yang dimiliki oleh karyawan terhadap pekerjaannya, organisasi, manajer, atau rekan kerja yang memberikan pengaruh untuk menambah discretionary effort dalam pekerjaannya. Perusahaan publik lainnya Hewitt (hewittassociates.com) menyatakan bahwa karyawan yang merasa terikat secara konsisten menunjukkan 3 perilaku umum yaitu: Say, Stay, Strive. Karyawan yang memiliki *Employee's Engagement* akan mendemonstrasikan tiga perilaku umum secara konstan yang meningkatkan kinerja organisasi :

1. Berbicara (Say). Karyawan menganjurkan rekan kerja mereka kepada organisasi dan mengacu kepada para karyawan dan para pelanggan yang potensial.
2. Bertahan (stay). Karyawan memiliki keinginan yang besar untuk menjadi anggota dari organisasi walaupun memiliki kesempatan untuk bekerja ditempat lain.
3. Bekerja keras (Strive). Karyawan bekerja keras dalam waktu yang lebih lama, berusaha dan berinisiatif untuk berkontribusi pada kesuksesan dari bisnis. (Baumruk ana Gorman, 2006).

Sayyed (2012) menunjukkan dimensi dan indikator di dalam *Employee's Engagement* adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Dimensi dan Indikator dari Employee Engagement

Dimensi	Indikator
- Vigor	Kemauan Semangat kerja energik Berkontribusi
- Dedikasi	Antusiasme Inspirasi Kebanggaan
- Absorption	Konsentrasi Waktu Kesulitan

Disiplin merupakan kata yang sering kita artikan berupa peraturan - peraturan yang secara eksplisit juga mencakup sanksi - sanksi yang akan diterima jika terjadi pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan tersebut. Singodimedjo (2009:90) melaporkan bahwa disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan mematuhi norma-norma peraturan yang berlaku di sekitarnya. Disiplin pegawai yang baik akan mempercepat mempercepat tujuan perusahaan atau instansi, sedangkan disiplin yang merosot akan menjadi penghalang dan memperlambat pencapaian tujuan perusahaan atau instansi. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja pegawai merupakan sikap atau tingkah laku yang menunjukkan kesetiaan dan ketaatan seseorang atau sekelompok orang terhadap peraturan yang telah ditetapkan oleh instansi atau organisasinya baik yang tertulis maupun tidak tertulis sehingga diharapkan pekerjaan yang dilakukan efektif dan efisien.

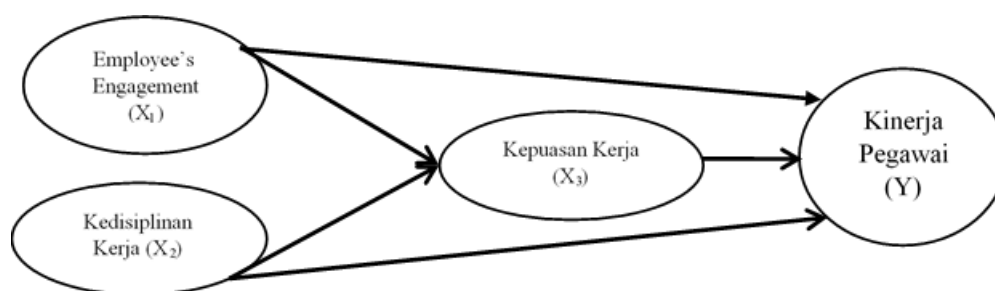
Istilah umum ketenagakerjaan, kepuasan kerja adalah derajat kepuasan yang dapat dirasakan oleh karyawan dalam memenuhi kebutuhan pribadi yang penting melalui pengalaman bekerja. Kebutuhan ini dapat mencakupi kompensasi yang memadai dan adil, lingkungan kerja yang aman dan sehat, berkembangnya kemampuan diri sebagai manusia yang memungkinkan karyawan dapat menggunakan serta mengembangkan keterampilan serta pengetahuan mereka dan mempertahankan kepentingan diri pada kepentingan yang lebih tinggi, pertumbuhan dan keamanan (kesempatan berkembang dalam karier), adanya perlindungan hak-hak karyawan, dapat memenuhi tuntutan kerja yang masuk akal, dan sebagainya. (<http://www.nakertrans.go.id>).

Robbins (2001:148) mengemukakan bahwa kepuasan kerja adalah sebagai suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. Pekerjaan menuntut interaksi dengan rekan sekerja dan atasan, mengikuti aturan dan kebijakan organisasi, memenuhi standar kinerja, hidup pada kondisi kerja yang sering kurang dari ideal, dan hal serupa lainnya. Ini berarti penilaian (assesment) seorang karyawan terhadap puas atau tidak puasnya dia terhadap pekerjaan merupakan penjumlahan yang rumit dari sejumlah unsur pekerjaan yang diskrit. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan harus benar-benar memperhatikan kepuasan kerja, yang dapat dikategorikan sesuai dengan fokus karyawan atau perusahaan,

Robbins (2001:171) mengemukakan bahwa kinerja merupakan fungsi dari interaksi antara kemampuan, motivasi dan kesempatan. Anwar Prabu Mangkunegara, (2006:67) menunjukkan kinerja merupakan hasil kerja secara kuantitas dan kualitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugas dan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Kinerja merupakan hasil dari kerja dari karyawan yang dilakukan dengan batas waktu

tertentu. Kinerja karyawan ini akan tercapai apabila didukung oleh atribut karyawan, upaya kerja (work effort) dan dukungan organisasi. Kinerja dapat diukur melalui indikator-indikatornya seperti pengetahuan, prakarsa dan dedikasi kerja, keterampilan, hubungan antar manusia dan kejujuran. Kinerja yang dimaksud adalah kinerja karyawan yang diukur dari beberapa unsur yaitu pengetahuan karyawan tentang produk dan tugas-tugasnya, keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan keterampilan untuk memajukan perusahaan, hubungan antar manusia yaitu kemampuan karyawan untuk menjalin kerjasama baik sesama rekan kerja maupun kepada atasan atau bawahannya, prakarsa dan dedikasi kerja yang diwujudkan dengan kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan dan kejujuran adalah kemampuan karyawan untuk berlaku jujur dan adil terhadap hak dan kewajibannya dalam menjalankan tugas-tugasnya (Winardi, 2000: 128).

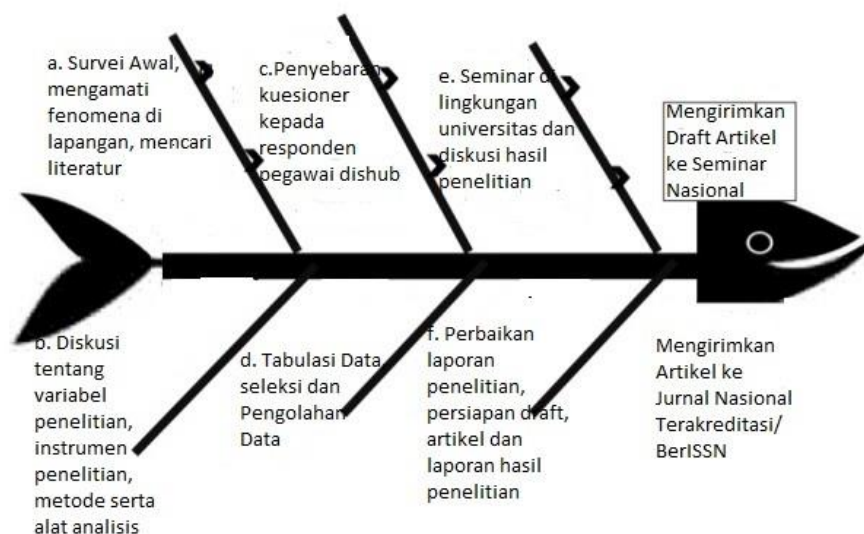
Berdasarkan kajian pustaka sebelumnya, maka disusun suatu kerangka berfikir teoritis yang menyatakan pengaruh employee's engagement, disiplin kerja, kepuasan kerja dan kinerja pegawai seperti yang digambarkan dalam kerangka pemikiran teoritis berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Alur penelitian menggunakan diagram tulang ikan (fishbone diagram) yang akan menggambarkan peta penelitian mulai dari apa yang dilakukan dalam penelitian, bagaimana cara melakukan penelitian, variabel apa yang diteliti, dimana penelitian dilakukan sampai pada capaian yang akan dicapai dalam penelitian sesuai dengan jangka waktu penelitian.



Gambar 2. Diagram Tulang Ikan (Fishbone Diagram)

Data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih. Untuk melengkapi data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari literatur dan jurnal-jurnal baik nasional maupun internasional dari penelitian terdahulu. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 164 orang pegawai Dinas Perhubungan (Dishub) Kota Jambi. Dalam penelitian ini, proses penarikan sampel dilakukan secara proportional random sampling yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(Nd^2)} \quad \text{Keterangan : } n = \text{ukuran sampel}$$

N = ukuran populasi

d = tingkat presisi (ditetapkan 5% dengan tingkat kepercayaan 90%)

$$n = \frac{N}{1+(Nd^2)} = \frac{164}{1+(164)(0,05)^2} = \frac{164}{1,41} = 116 \text{ orang}$$

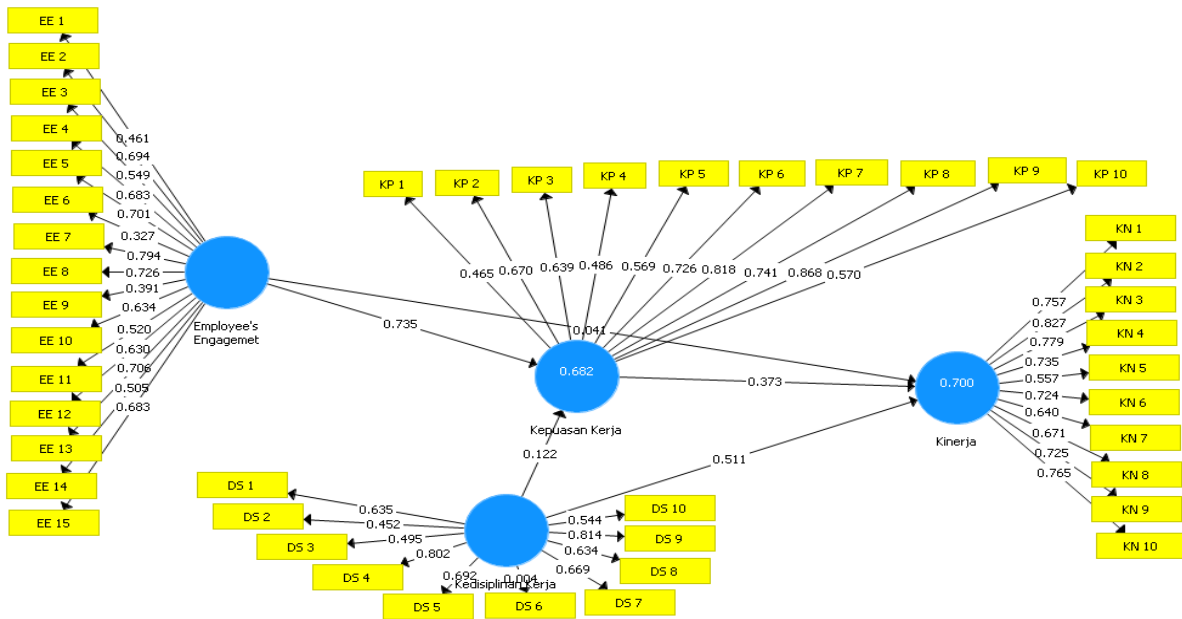
Berdasarkan rumus perhitungan tersebut, maka besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 orang responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner dengan skala likert 1-5. Alat analisis data yang digunakan berupa SEM (Structural Equation Modeling) dengan pendekatan variance based SEM atau yang lebih dikenal dengan istilah PLS (Partial Least Square), software yang digunakan adalah smart-PLS.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Profil responden berdasarkan umur lebih dominan pegawai dengan umur 30 th s.d 35 tahun, jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 73 orang lebih banyak daripada responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 24 orang, terlihat bahwa persentase responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 75,25 %, lebih besar daripada responden berjenis kelamin perempuan. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir lebih dominan SMU/SMK daripada tingkat pendidikan sarjana. Untuk data penempatan lebih dominan pegawai di posisikan ke bagian staf dibandingkan petugas pelaksana dan pos retribusi. Unit kerja pegawai dinas perhubungan lebih dominan di bidang parkir yaitu sebesar 41,25 % dibandingkan unit kerja pegawai ditempatkan. Responden berdasarkan lama bekerja lebih dominan bekerja diatas 7 tahun, dan untuk status perkawinan menunjukkan responden sudah menikah sebesar 58,76. Dengan ini diharapkan respon yang diperoleh dapat mewakili karakteristik jenis kelamin responden dalam merespon pernyataan-pernyataan pada variabel penelitian.

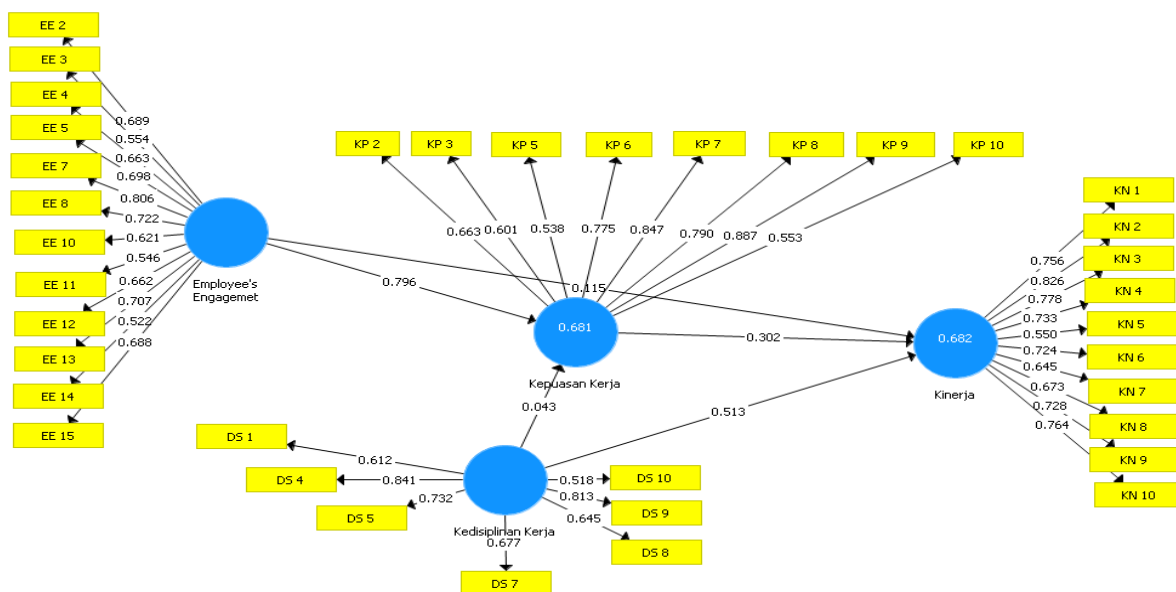
Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilihat dari korelasi antara skor item pernyataan dengan skor konstruksinya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai loading diatas 0,50 (Ghozali,2015).

Hasil pengolahan data kuesioner dari 97 pegawai TTK dinas perhubungan kota jambi menunjukkan bahwa model awal dari nilai loading untuk setiap item pernyataan dengan konstruk employees's engagement, kedisiplinan kerja, kepuasan kerja dan kinerja dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Model Struktural dan Nilai Loading Item Pernyataan dengan Konstruk Employee's Engagement, Kedisiplinan Kerja, Kepuasan Kerja dan Kinerja
 Sumber : Diolah untuk penelitian (2019)

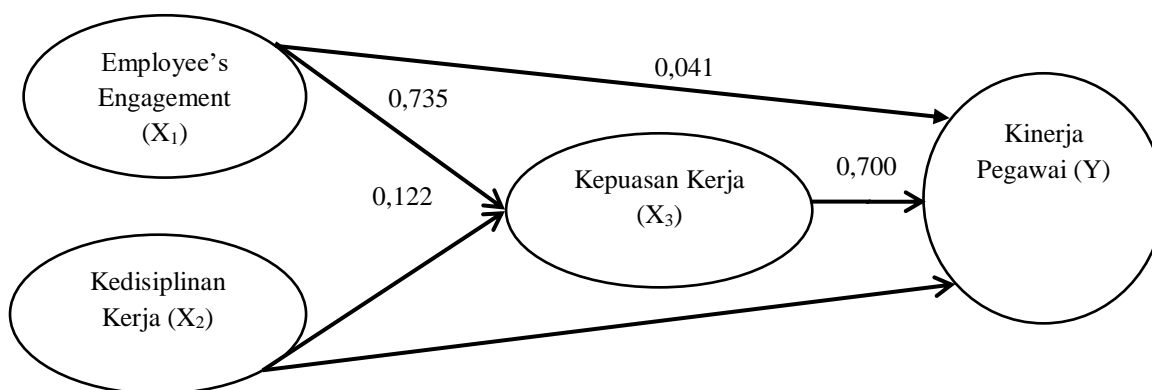
Gambar diatas menjelaskan bahwa tidak seluruh item pernyataan memiliki nilai loading diatas 0,50 yang artinya beberapa item yang dibawah 0,50 harus dikeluarkan dari model karena memiliki nilai loading kurang dari 0,50 dan tidak signifikan. Selanjutnya model di re-estimasi kembali dengan membuang indikator EE1, EE6, EE9, DS1, DS3, DS6, KP1, KP4 sehingga hasil output tampak seperti gambar berikut:



Gambar 4. Model Struktural Kedua dan Nilai Loading setelah mengeluarkan beberapa Item Pernyataan dengan Konstruk Employee's Engagement, Kedisiplinan Kerja, Kepuasan Kerja dan Kinerja
 Sumber : Diolah untuk penelitian (2019)

Gambar diatas menjelaskan bahwa seluruh item pernyataan berada diatas 0,50 yang artinya item tersebut seluruhnya valid, untuk memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran maka langkah selanjutnya adalah menguji unidimensionalitas dari model. Uji unidimensionalitas dilakukan dengan menggunakan indikator composite reliability dan cronbach's alpha. Composite reliability menguji nilai reliabilitas indikator pada suatu konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan memenuhi composite reliability jika memiliki nilai composite reliability $> 0,7$. Output yang menjelaskan hubungan antara variable laten dengan indikatornya adalah sebagai berikut:

Pengujian data atau analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis). Analisis ini digunakan untuk menguji pola hubungan yang menganalisis pengaruh variabel atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Besarnya nilai pengaruh tersebut ditunjukkan dengan koefisien jalur. Pada analisis jalur, pengaruh langsung dinyatakan dengan koefisien β_i , sedangkan pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dapat dihitung dengan membuat perhitungan tersendiri. Analisis regresi akan digunakan untuk melakukan pendugaan parameter. Hasil pendugaan parameternya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 5. Hasil Perhitungan Pendugaan Parameter dalam Model

Sumber : Hasil pengolahan data penelitian

Konstruk employee's engagement dibentuk oleh indikator-indikator yaitu vigor, dedikasi, absorption. Berdasarkan analisis data secara statistik membuktikan bahwa employee's engagement tidak berpengaruh langsung dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai dengan nilai koefisien jalurnya 0,041 dan nilai p kurang dari tingkat signifikansi 0,05 disebabkan karena data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara X_1 dan Y , dan bukan berarti X_1 tidak berpengaruh terhadap Y , melainkan data sampel tidak berhasil membuktikan hubungan tersebut. Hal ini disebabkan tidak secara langsung keterikatan pegawai belum mampu meningkatkan kinerja langsung yang dirasakan oleh pegawai. Namun demikian employee's engagement secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai dengan nilai koefisien 0,735, disebabkan ada beberapa indikator bisa membuat pegawai merasakan kepuasan kerja. Sedangkan konstruk kedisiplinan kerja dibentuk oleh indikator – indikator tujuan dan kemampuan, teladan pimpinan, balas jasa, keadilan, waskat, sanksi hukum, ketegasan, hubungan kemanusiaan dan berdasarkan analisis data secara statistik membuktikan bahwa kedisiplinan kerja berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dishub kota jambi dengan nilai koefisien jalurnya 0,551. Sama halnya dengan kedisiplinan kerja berpengaruh langsung dan signifikan terhadap

kepuasan kerja dimana nilai koefisien jalurnya 0,122. Hal ini disebabkan ada beberapa indikator kedisiplinan kerja yang membuat pegawai terikat. Konstruksi kepuasan kerja dibentuk oleh indikator - indikator yaitu sikap atasan, hubungan rekan sekerja, sistem kompensasi, sistem karir, dan lingkungan kerja.

Berdasarkan analisis data secara statistik membuktikan bahwa kepuasan kerja pegawai berpengaruh langsung dan signifikan positif terhadap kinerja karyawan, dengan nilai koefisien jalurnya 0,373. Hal ini menandakan semakin rendah kepuasan kerja pegawai maka pegawai akan menunjukkan kinerja terburuknya. Apabila instansi senantiasa melaksanakan sistem karir dan kompensasinya dengan baik, adanya hubungan yang baik antara rekan sekerja, sikap atasan yang selalu memotivasi, serta lingkungan kerja fisik yang kondusif akan meningkatkan pegawai menjadi merasa aman dan nyaman bekerja. Dampaknya adalah karyawan akan bekerja dengan sebaik - baiknya dan selalu berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan, dalam hal ini masyarakat umum.

KESIMPULAN

Pengaruh employee engagement (X1) terhadap kinerja karyawan, dilakukan pengujian hipotesis dengan hasil sebagai berikut: a. Melalui hasil pengolahan data menggunakan analisis jalur, dapat dilihat bahwa uji hipotesis secara bersama-sama (simultan) menunjukkan variabel employee engagement (X1), kedisiplinan (X2), kepuasan kerja (X3), memiliki pengaruh terhadap variabel kinerja karyawan (Y) sebesar 70%. Sehingga dapat dikatakan bahwa, employee engagement berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga, peningkatan yang terjadi pada rasa keterikatan karyawan pada perusahaan, akan menimbulkan peningkatan pada kinerja karyawan sebesar 70% kali satuan perubahan. b. Melalui hasil pengolahan data menggunakan analisis jalur, dapat diperoleh hasil uji hipotesis secara individu (parsial) sebagai berikut: 1) Variabel employee engagement (X1) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kinerja karyawan (Y) sebesar 0,041 atau 4,1%. Sehingga dapat dikatakan bahwa keterikatan pegawai tidak akan mempengaruhi langsung timbulnya peningkatan kinerja karyawan sebesar 4,1% kali satuan perubahan. 2) Variabel employee's engagement (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan kerja (X3) sebesar 73,5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa peningkatan implementasi employee's engagement akan mempengaruhi timbulnya peningkatan kepuasan kerja pegawai sebesar 73,5% kali satuan perubahan. 3) Variabel Kedisiplinan Kerja (X2) memiliki sedikit pengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan kerja (X3) sebesar 12,2% tetapi secara positif dan signifikan berpengaruh langsung terhadap kinerja pegawai (Y) sebesar 55,1%. Sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan kedisiplinan pegawai yang terjadi di dinas perhubungan kota jambi akan mempengaruhi timbulnya peningkatan kinerja karyawan. 4) Variabel Kepuasan kerja (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 70%. Sehingga dapat dikatakan bahwa peningkatan implementasi kepuasan kerja yang baik di dinas perhubungan kota jambi akan mempengaruhi timbulnya peningkatan kinerja karyawan sebesar 70% kali satuan perubahan.

Berdasarkan pengolahan data dalam penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut: 1) Hasil analisis tanggapan responden menunjukkan bahwa tingkat employee engagement yang terjadi di Dinas Perhubungan Kota Jambi termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan persentase tanggapan sebesar 88%. Dari keempat variabel, EE, DS, KP, KN, variabel equity memiliki persentase terendah yakni sebesar 81%. Maka, untuk meningkatkan employee engagement, Dinas Perhubungan Kota

Jambi diharapkan dapat menciptakan suasana kerja yang lebih adil baik itu dari kondisi lingkungan kerja, kompensasi, dan memperhatikan perasaan adil yang dirasakan karyawan, memberi perhatian lebih pada penerapan rasa keadilan.

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk peneliti yang akan dan ingin melanjutkan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian organisasi, instansi yang berbeda atau sejenis. Hal tersebut dikarenakan setiap perusahaan memiliki kebijakan berbeda-beda sehingga employee's engagement yang terjadi dapat dibandingkan antara satu organisasi dengan organisasi lainnya. Hasil penelitian pun akan memberikan masukan yang lebih efektif bagi organisasi untuk terus meningkatkan level keterikatan pegawainya. 2) Peneliti lain dapat melakukan penelitian dengan mengganti variabel dependen yang berbeda dengan penelitian ini. Variabel dependen yang digunakan dapat berupa produktifitas kerja maupun tingkat turnover. Peneliti lain juga dapat melakukan penelitian dengan mengganti variabel independen yang berbeda dengan penelitian ini. Variabel independen yang dapat digunakan antara lain kualitas hubungan atasan-bawahan, dukungan organisasi, komitmen organisasi, maupun masa kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Rektor Universitas Jambi, Ibu Dr. Hj. Ade Octavia.,SE.,MM Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M), Bapak Drs. Amril.,ME Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi selaku lembaga sekaligus pemberi dana kegiatan penelitian serta dinas perhubungan kota jambi yang membantu tim peneliti dalam menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Accord Management Systems. (2004). Employee Engagement Strategy: A Strategy of Analysis to Move from Employee Satisfaction to Engagement. [Online] Available: www.accordsyst.com/papers/engagement_wp.pdf (March 3, 2009)
- Adam Ibrahim Indra Wijaya. 2000. Perilaku Organisasi. Jakarta: Sinar Baru Algesindo
- Arikunto. 2010. Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Blessing White. (2008). The Employee Engagement Equation in India. Presented by Blessing White and HR Anxi. [Online] Available: www.blessingwhite.com (November 15, 2008)
- Cholil, M & Riani, A. (2003). Hubungan kepuasan kerja dan karakteristik individual dengan komitmen organisasional tenaga dosen ekonomi perguruan tinggi Surakarta. Jurnal Perspektif. Surakarta: vol 8. No1. Juni 2013
- Choo, Ling Suan, Norslah Mat and Mohammed Al-Omari. (2013). Universiti Sains Malaysia - Organizational Practices and Employee Engagement: A Case of Malaysian Electronic Manufacturing Firms Vol. 14, ISSN 1751-5637, 3-4. Retrieved from Emerald Insight
- Chughtai, A, & Zafar, S. (2006). Antecedents and Consequences of Organizational Commitment Among Pakistani University Teachers, Applied H.R.M. Research, 11(1), 39-64
- Dessler, Gary. 2011. Human Resource Management. Pearson Education, Boston.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam; Latan, Hengky, 2015, Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0, Edisi 2. Universitas Diponegoro

- Gibson, L. James, John M. Ivancevich, and James H. Donnelly, Jr., 2007, *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta
- Gibson, James. L., Jhon M., Ivancevich dan James H., Donnelly, Jr., 2008, *Organisasi dan Manajemen: Perilaku, Struktur, dan proses*, terjemahan oleh Joerban Wahid, Erlangga, Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Human Resources. (2007). *Research: Employee engagement ROI-rules of engagement* [Online] Available: <http://global.factiva.com/ha/default.aspx>. (October 28, 2008)
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*, (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Andi.
- Macey W.H and Schneider B. (2008). *The Meaning of Employee Engagement*. *Industrial and Organizational Psychology*, 1 (2008), 3-30
- Penna (2007). *Meaning at Work Research Report*. [Online] Available: [http:// www.epenna.com/newsopinion/research.aspx](http://www.epenna.com/newsopinion/research.aspx) (November 10, 2008)
- Robbins, S.P. & Judge, T. A. 2008. *Perilaku Organisasi: Organizational Behaviour* (Buku 1). Salemba Empat. Jakarta
- Robertson, I.T. & Cooper, C.L. (2010). *Full engagement: The integration of employee engagement and psychological well-being*. *Leadership & Organizational Development Journal*, 31 (4), 324-336. doi: 10.1108/01437731011043348
- Saks, A.M. and Rotman, J.L. (2006). "Antecedents and consequences of employee engagement", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 21 No. 7, pp. 600-619, diakses 1, September, 2016
- Saks, A. M. (2011). *Workplace spirituality and employee engagement*. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 8(4), 317-340 .doi:10.1080/14766086.2011.630170
- Schroeder, S., & Modaff, D. P. (2018). *Exploring Employee Engagement through Communication*. *Qualitative Research Reports in Communication*, 1-9. doi:10.1080/17459435.2018.1468807
- Shore, L. M., & Wayne, S. J. 1993. "Commitment and Employee Behavior: Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support". *Journal of Applied Psychology* Vol 75.
- Smith, Keith L., McCracken, J. David, dan Turiman Suandi, 1983, "Agent's Organizational Commitment", *Journal of Extension*: June, 1983, p. 21-26.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

INDUSTRI 4.0: TANTANGAN DAN PELUANG MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA GRAND HOTEL JAMBI MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS

Hendriyaldi

STIE Graha Karya Muara Bulian Jambi, Indonesia
Korespondensi email : hendri_aldy@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the challenges and opportunities for human resource management and determine strategies to develop human resources for employees to increase productivity at the Grand Hotel Jambi. This research uses descriptive qualitative research. Data collection techniques are used as follows observation, interview, documentation, and literature study. The validity of the data uses triangulation of examination techniques using sources. The results of this study are the challenges faced by the Grand Hotel Jambi human resource management in the industrial revolution 4.0, difficulties in getting education staff majoring in hospitality, low technology and foreign languages. Current technological advances provide opportunities for Grand Hotel Jambi to increase productivity such as increasing hotel bookings due to providing information and promotions to customers more quickly. Grand Hotel Jambi continues to make changes in program policies and strategies for human resource development. Grand Hotel Jambi applies 3 aspects of assessment to employees, including employee work discipline, attitude to work and employee skills. In addition, the Grand Hotel Jambi held a training program to develop the skills, knowledge and attitudes of employees. The training program must analyze 3 processes, namely company analysis, employee qualification analysis, employee performance analysis.

Keywords : *Human resource management, challenges and opportunities, productivity, industrial revolution 4.0*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tantangan dan peluang untuk manajemen sumber daya manusia di Grand Hotel Jambi dan menentukan strategi untuk mengembangkan sumber daya manusia bagi karyawan untuk meningkatkan produktivitas di Grand Hotel Jambi. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan sebagai berikut observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Validitas data menggunakan triangulasi teknik pemeriksaan dengan menggunakan sumber. Hasil dari penelitian ini adalah tantangan yang dihadapi oleh manajemen sumber daya manusia Grand Hotel Jambi dalam revolusi industri 4.0, kesulitan mendapatkan staf pendidikan jurusan perhotelan, rendahnya teknologi dan bahasa asing. Kemajuan teknologi saat ini memberikan peluang bagi Grand Hotel Jambi untuk meningkatkan produktivitas seperti meningkatnya pemesanan hotel dikarenakan memberikan informasi dan promosi kepada pelanggan lebih cepat. Di era digitalisasi, Grand Hotel Jambi terus melakukan perubahan dalam kebijakan dan strategi program untuk pengembangan sumber daya manusia. Grand Hotel Jambi menerapkan 3 aspek penilaian untuk karyawan, termasuk disiplin kerja karyawan, sikap dalam pekerjaan dan keterampilan karyawan. Selain itu, Grand Hotel Jambi mengadakan program pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan dan sikap karyawan. Program pelatihan

harus menganalisis 3 proses, yaitu analisis perusahaan, analisis kualifikasi karyawan, analisis kinerja karyawan

Kata Kunci :Manajemen sumber daya manusia, tantangan dan peluang, produktivitas, revolusi industri 4.0

PENDAHULUAN

Pada era revolusi digital ini sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang mampu mengubah suatu tantangan menjadi peluang maka perusahaan mampu lebih produktif, inovatif serta adaptif pada setiap generasi. Saat ini memasuki generasi revolusi industri 4.0. Peristiwa tersebut dimulai dari generasi industri 1.0, 2.0, 3.0, hingga industri 4.0. Masing-masing fase memiliki karakter tersendiri. Industri 4.0 hadir menggantikan industri 3.0 yang ditandai dengan cyber fisik dan kolaborasi manufaktur (Hermann et al, 2015; Irianto, 2017). Konsep revolusi industri 4.0 diperkenalkan oleh Ekonom terkenal asal Jerman, Profesor Klaus Schwab dalam bukunya *The Fourth Industrial Revolution*. Revolusi industri 4.0 dikutip dari wikipedia.org menyebutkan bahwa industri 4.0 nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik. Industri ini mencakup sistem siber-fisik, internet untuk segala, komputasi awan, dan komputasi kognitif. Zesulka dalam Yahya (2018) menyatakan industri 4.0 digunakan pada tiga faktor yang saling terkait yaitu; 1) digitalisasi dan interaksi ekonomi dengan teknik sederhana menuju jaringan ekonomi dengan teknik kompleks; digitalisasi produk dan layanan; dan 3) model pasar baru. Kemudian Sung (2017) menambahkan menyatakan bahwa mesin akan beroperasi secara independen atau berkoordinasi dengan manusia. Selain itu, Lee et al (2013) menjelaskan, industri 4.0 ditandai dengan peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong oleh empat faktor: 1) peningkatan volume data, kekuatan komputasi, dan konektivitas. 2) munculnya analisis, kemampuan, dan kecerdasan bisnis. 3) terjadinya bentuk interaksi baru antara manusia dengan mesin. 4) perbaikan instruksi transfer digital ke dunia fisik, seperti robotika dan 3D printing.

Era Revolusi Industri 4.0 Schwab (2017) membagikan 3 kluster: fisik, biologis, dan digital. Pada kluster fisik, ada 4 manifestasi, yaitu kendaraan otomatis, 3D printing, robotik, dan material-material baru. Pada kluster biologis dihadapkan bagaimana perkembangan teknologi mampu menciptakan hal-hal yang sebelumnya hanya bisa saksikan di film-film, seperti rekayasa genetik hingga bioprinting. Ketiga di kluster digital, kehadiran Internet of Things (IoT) membantu munculnya revolusi ini. Dengan berbekal smartphone dan Internet, semua dapat terkoneksi dan menciptakan suatu hubungan baru yang disebut hiperkonektivitas. Schwab menyebutkan bahwa revolusi industri keempat justru memberikan peluang kepada para tenaga kerja manusia untuk meningkatkan kognisi dan afeksi agar robot dan manusia dapat bekerja bersama. Menurut Lifter dan Tschienner (2013) menyatakan prinsip dasar industri 4.0 adalah penggabungan mesin, alur kerja, dan sistem, dengan menerapkan jaringan cerdas di sepanjang rantai dan proses produksi untuk mengendalikan satu sama lain secara mandiri. Kemudian Baur dan Wee (2015) menyebutkan dalam mengimplementasikan industri 4.0 pada komponen tenaga kerja (labor), harus memenuhi; 1) kolaborasi manusia dengan robot; 2) kontrol dan kendali jarak jauh; 3) manajemen kinerja digital; dan 4) otomasi pengetahuan kerja.

Tantangan sumber daya manusia di era rovolusi industri 4.0 adalah integrasi pemanfaatan internet dengan lini produksi yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dan

informasi. Karakteristik revolusi industri 4.0 ini meliputi digitalisasi, optimalisasi dan kustomisasi produksi, otomasi dan adaptasi, interaksi antar mesin-manusia, nilai tambah jasa dan bisnis, automatic data exchange and communication, dan penggunaan teknologi internet. (Haryono, 2018). Irianto (2017) menyederhanakan tantangan industri 4.0 yaitu; (1) kesiapan industri; (2) tenaga kerja terpercaya; (3) kemudahan pengaturan sosial budaya; dan (4) diversifikasi dan penciptaan lapangan kerja dan peluang industri 4.0 yaitu; 1) inovasi ekosistem; (2) basis industri yang kompetitif; (3) investasi pada teknologi; dan (4) integrasi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan kewirausahaan. Maka dapat dikatakan bahwa dalam mengimplementasikan revolusi industri 4.0 perusahaan diharapkan memiliki sumber daya manusia yang mempunyai skill dalam berkolaborasi dengan teknologi digital, robot dan mesin. Tantangan ini tidak terlepas bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa akomodasi seperti industri perhotelan. Menurut Sulastiyono (2011) hotel adalah suatu perusahaan dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Menurut BPS Provinsi Jambi tahun 2017 bahwa tahun 2015 jumlah hotel yakni 184 dan tahun 2016 meningkat menjadi 199 kemudian tahun 2016 total tamu tamu mancanegara adalah 1.434 dan tamu domestik adalah 469.525. Dapat dikatakan industri perhotelan di Provinsi Jambi mengalami peningkatan dan mempunyai peluang serta potensi untuk dikembangkan.

Perlu diketahui perusahaan di bidang perhotelan di Provinsi Jambi saat ini semakin meningkat jumlahnya. Selain itu, semua hotel berusaha memberikan pelayanan prima seperti pemberian kepuasan optimal bagi pelanggan dengan memberikan fasilitas yang berbasis teknologi, aman, nyaman, dan cepat. Kecepatan dalam memberikan pelayanan dari perusahaan sangat dicari oleh pelanggan, ini merupakan salah satu dampak dari revolusi industri 4.0. Seperti dilansir liputan6.com M. Social Hotel Singapura menghadirkan pelayanan kamar serba robot, belum lagi Hotel Jen Orchardgateway dan Tanglin Singapore menghadirkan dua robot untuk menjadi pelayan housekeeping (kompas.com, 2017). Namun kecanggihan teknologi yang digunakan tidak terlepas dari peran manusia, sehingga memerlukan perencanaan sumber daya manusia yang efektif agar mampu menciptakan kolaborasi yang baik antara karyawan dengan teknologi.

Grand Hotel salah satu hotel di Kota Jambi sangat memerlukan aktivitas manajemen sumber daya manusia supaya dapat memberi dampak positif terhadap perusahaan terutama ketika pada tahap perencanaan. Berbagai aktivitas dilakukan dalam manajemen sumber daya manusia mulai dari perencanaan hingga pengembangan karyawan. Sesuai menurut Siagian (2016) menyebutkan bahwa aktivitas manajemen sumber daya manusia dalam suatu lembaga organisasi atau perusahaan meliputi; perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, seleksi, penempatan, pelatihan dan pengembangan, penilaian kerja, sistem imbalan/kompensasi, pemeliharaan hubungan kerja dan pemutusan hubungan kerja. Di dalam penelitian ini peneliti fokus membahas tahap perencanaan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Grand Hotel Jambi agar mampu menghasilkan produktivitas yang sesuai yang diharapkan pada era Revolusi 4.0.

Sedarmayanti (2016) menyatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif dan efisien melalui kegiatan perencanaan, penggerakan dan pengendalian semua nilai yang menjadi kekuatan manusia untuk mencapai tujuan. Maka manajemen sumber daya manusia memang harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga mampu bersaing dengan kompetitor agar dapat

meningkatkan produktivitas perusahaan. Sesuai pendapat Sunyoto (2012) manajemen sumber daya manusia umumnya untuk memperoleh tingkat perkembangan yang setinggi-tingginya, hubungan kerja yang serasi antara karyawan dan penyatupaduan sumber daya manusia secara efektif atau tujuan efisiensi dan kerja sama sehingga diharapkan akan meningkatkan produktivitas kerja pada suatu perusahaan.

Menurut Handoko (2011) menyatakan bahwa produktivitas merupakan hubungan antara masukan-masukan dan keluaran-keluaran suatu sistem produktif. Kemudian Robbins dalam Hendriyadi (2017) menambahkan bahwa produktivitas adalah suatu ukuran kinerja yang mencakup efektivitas dan efisiensi. Efektivitas adalah kemampuan untuk menentukan tujuan yang memadai dalam melakukan hal yang tepat, sedangkan efisiensi adalah kemampuan untuk meminimalkan penggunaan sumber daya dalam mencapai tujuan organisasi. Kemudian Nasution dalam Sedarmayanti (2016) menyatakan peningkatan produktivitas kerja dapat dilakukan antara lain; investasi mesin untuk mengganti tenaga kerja manusia, penentuan dan penerapan metode kerja paling efektif, menghilangkan praktek tidak produktif dan metode personalia yang dapat digunakan manajemen untuk memanfaatkan secara lebih efektif sumber daya manusia dari suatu perusahaan.

Berdasar uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui tantangan dan peluang manajemen sumber daya manusia di Grand Hotel Jambi dan mengetahui strategi pengembangan sumber daya manusia pada karyawan untuk meningkatkan produktivitas di Grand Hotel Jambi. Penelitian ini mampu menjawab dan memberi solusi permasalahan yang terjadi di Grand Hotel Jambi sehingga mampu bertahan, beradaptasi serta berkolaborasi dalam mengatasi kemajuan teknologi pada era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampling yang tepat. Istilah sampel dalam penelitian ini diganti sebutan partisipan atau informan. Informan dalam penelitian ini adalah pimpinan HRD (1 orang), karyawan (12 orang) dan konsumen berjumlah (10 orang). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain: observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi Pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data, yaitu teknik triangulasi.

Menurut Sugiyono (2009) terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan yaitu sumber, metode, penyidik, dan teori. Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.. Ada 3 langkah pertama membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, kedua membandingkan informasi yang bersumber dari eksternal perusahaan dengan informasi internal perusahaan dan ketiga membandingkan hasil wawancara yang dilakukan dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Karakteristik Informan

Informan penelitian ini adalah pimpinan HRD Grand Hotel Jambi, dengan pertimbangan akan berdampak pada informasi yang diperoleh, yaitu mengetahui tantangan dan peluang manajemen sumber daya manusia serta strategi dalam pengembangan pada

karyawan di Grand Hotel Jambi. Informan selanjutnya pada penelitian ini adalah karyawannya untuk mengetahui apakah strategi yang disampaikan oleh pimpinan HRD sesuai apa yang dirasakan oleh karyawan Grand Hotel Jambi. Selain itu peneliti juga mewawancarai salah satu dari konsumen untuk mengetahui apakah Grand Hotel Jambi sudah termasuk hotel yang menyediakan kecanggihan teknologi dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen pada era saat ini. Kemudian peneliti juga melakukan pengamatan baik secara observasi maupun secara online, guna membandingkan informasi yang diperoleh dari informan dengan hasil pengamatan dari peneliti.

Tantangan dan peluang Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Revolusi Industri 4.0

Berdasarkan interview yang diperoleh bahwa tantangan bagi Grand Hotel adalah dalam merekrut karyawan sulit mendapatkan pendaftar karyawan yang benar-benar latar belakang pendidikan dari perhotelan. Namun, pihak pimpinan HRD menyampaikan terus berusaha melakukan perbaikan terutama dalam melakukan proses rekrutmen, sehingga memperoleh karyawan yang sesuai dengan bidangnya. Selain itu, tantangan ke depan Grand Hotel Jambi adalah kolaborasi antara karyawan dengan robotik atau kecanggihan teknologi. Sesuai dengan pendapat Sedarmayanti (2016) menyatakan bahwa salah satu tantangan manajemen manajemen sumber daya manusia secara eksternal atau luar perusahaan adalah pengaruh perkembangan teknologi. Saat ini Grand Hotel Jambi tengah melakukan perbaikan di bidang teknologi dikarenakan Grand Hotel Jambi saat ini belum memiliki website resmi, namun sudah bekerjasama dengan pihak perusahaan yang menyediakan jasa pemesanan hotel secara online sehingga ke depan Grand Hotel mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dan mampu menyaingi industri perhotelan yang ada di tingkat nasional maupun global dan mampu beradaptasi pada perubahan zaman, terutama pada era revolusi industri 4.0. Sesuai menurut Yahya (2018) bahwa di era revolusi industri 4.0 karyawan harus memiliki 3 keterampilan yaitu literasi digital, literasi teknologi dan literasi manusia.

Menurut pimpinan HRD bahwa saat ini Grand Hotel Jambi selain menyiapkan karyawan yang melek terhadap teknologi namun juga meningkatkan karakter dari karyawan, karena sangat diperlukan dalam perkembangan dan perubahan zaman sehingga nilai-nilai kemanusiaan, sopan santun dan tata krama tetap terjaga ketika munculnya kecanggihan teknologi. Pendapat HRD Grand Hotel Jambi sesuai pendapat dari Yahya (2018) di era revolusi industri sumber daya manusia harus memiliki 3 keterampilan, yakni literasi digital, literasi teknologi dan literasi manusia. Ditambahkan oleh Rosyadi (2018) bahwa pada era revolusi industri 4.0 literasi manusia harus dikuasai karena menunjukkan elemen softskill atau pengembangan karakter individu untuk bisa berkolaborasi, adaptif dan menjadi arif di era “banjir” informasi. Maka tantangan yang dihadapi manajemen sumber daya manusia di Grand Hotel Jambi dapat diubah menjadi peluang dalam meningkatkan produktivitas karyawan. Berdasarkan wawancara bersama pimpinan HRD menyampaikan bahwa berkembangnya teknologi saat ini Grand Hotel Jambi beranggapan ini menjadi peluang bagi Grand Hotel Jambi untuk meningkatkan produktivitas, seperti memberikan informasi tentang hotel dan pemesanan hotel sudah bisa melalui online, sehingga pelanggan mendapat informasi dan memesan kamar hotel semakin mudah dan lebih cepat.

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia meningkatkan Produktivitas Karyawan pada Grand Hotel Jambi

Berdasarkan hasil wawancara bersama pimpinan HRD Grand Hotel Jambi bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia di Grand Hotel Jambi sangat bergantung kepada kualitas karyawan ke depan, oleh karena itu Grand Hotel Jambi harus memiliki karyawan yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan sikap yang bagus. Menurut pimpinan HRD untuk meningkatkan produktivitas karyawan Grand Hotel Jambi setiap semester melakukan penilaian terhadap karyawan. Ada 3 aspek yang digunakan dalam penilaian antara lain: (1) Kedisiplinan karyawan. Kedisiplinan yang dimaksud di mulai dari kehadiran karyawan dilihat dari data absensi karyawan. Selain itu, manajemen karyawan dalam menggunakan waktu dalam bekerja serta kebijakan di dalam bekerja setiap hari berdasarkan semangat dan motivasi dalam pekerjaan. (2) Sikap karyawan dalam bekerja. Sikap karyawan yang dimaksud ialah sopan santun, tata krama serta interpersonal skill yang dimiliki oleh karyawan sesuai dengan SOP yang ditetapkan oleh perusahaan. (3) Keterampilan dan kemampuan dalam bekerja. Pada aspek ini yang di nilai seperti pencapaian karyawan dalam melaksanakan tugas, selain itu, keterampilan karyawan dalam melaksanakan program yang ditetapkan serta memiliki skill tambahan yang dapat memberi keuntungan bagi perusahaan, seperti penggunaan teknologi dan kemampuan dalam bahasa asing. Selain ketiga aspek tersebut, Grand Hotel Jambi juga mengadakan salah satu program dalam pengembangan SDM guna meningkatkan produktivitas karyawan yakni mengadakan pelatihan. Untuk mengadakan pelatihan Grand Hotel harus menganalisa kebutuhan terlebih dahulu. Analisa yang dimaksud terdiri dari 3 proses, yaitu analisa perusahaan, analisa kualifikasi karyawan, analisa kinerja karyawan. Proses analisa perusahaan atau menganalisa keadaan hotel mempunyai pertimbangan yang mendasari sehingga pelatihan bisa diselenggarakan. Ada beberapa faktor yang diperhatikan oleh Grand Hotel Jambi dalam menganalisa perusahaan, salah satu sumber yang dilakukan sumber survei. Baik dari impresi konsumen tentang pelayanan maupun bersumber dari biro-biro penyedia jasa perhotelan di internet. Berdasarkan masukan atau komplain dari konsumen tentang pelayanan yang dilakukan karyawan Grand Hotel Jambi menjadi dasar akan dilakukan pelatihan.

Selanjutnya proses analisa kualifikasi karyawan, ini terjadi ketika divisi lain yang ada di Grand Hotel Jambi meminta kepada divisi HRD tentang apa aja yang dibutuhkan oleh divisi lain tersebut, seperti contoh divisi keuangan meminta untuk melakukan pelatihan bagaimana mengelola permasalahan keuangan yang ada di Grand Hotel. Kemudian proses analisa kinerja karyawan terjadi jika pimpinan melihat terjadi ketidaksesuaian standar yang dilakukan oleh seorang karyawan Grand Hotel Jambi terhadap konsumen atau tamu yang berujung, maka diadakan pelatihan. Proses analisa seperti ini memang sangat dibutuhkan agar kegiatan operasional yang terjadi di Grand Hotel Jambi berjalan dengan lancar. Berdasarkan wawancara dengan karyawan bagian housekeeping. Bersangkutan menyampaikan bahwa yang disampaikan oleh pimpinan HRD memang sudah benar dan sudah dilakukan, dibagian housekeeping sering melakukan pelatihan prosedur mengenai making bed yang benar. Selanjutnya karyawan bagian front liner juga menyampaikan bahwa Grand Hotel Jambi juga telah melakukan pelatihan bagaimana menjadi kasir yang ramah, mudah tersenyum dan bersikap sopan pada tamu pengunjung. Pelatihan yang dilakukan ini umum dapat memberikan keterampilan, pengetahuan dan sikap yang diperlukan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan terutama pada era revolusi industri 4.0 sangat membutuhkan karyawan yang memiliki kualitas yang tinggi. Sesuai pendapat Riyanti (2016) menyatakan bahwa agar perusahaan mampu bersaing dan berkembang dengan pesat, pelatihan merupakan bagian strategi utama perusahaan.

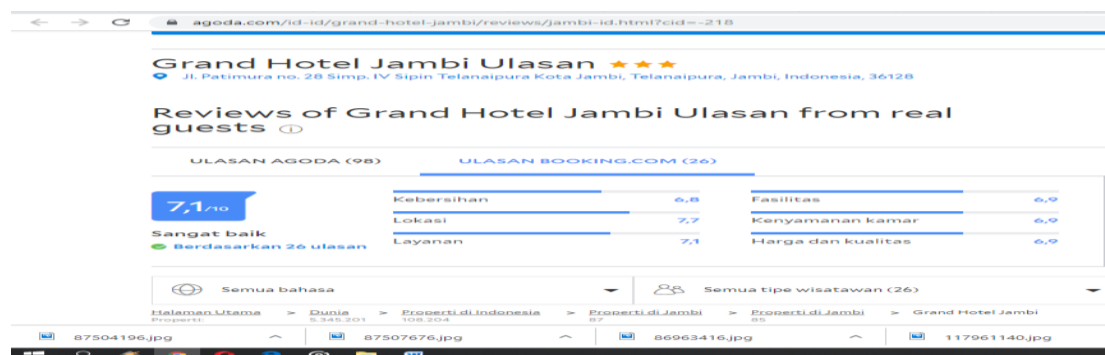
Kemudian pihak Grand Hotel Jambi juga melakukan addition training, pelatihan yang dimaksud seperti pelatihan dalam menguasai bahasa asing (bahasa Inggris). Grand Hotel Jambi menilai masih banyak karyawan belum mampu menggunakan Bahasa Inggris secara aktif dalam berkomunikasi. Selain itu, Grand Hotel juga mempertimbangkan bahwa pada era revolusi industri 4.0 semua konsumen bukan hanya datang dari Indonesia saja, namun dari penjuru dunia. Sehingga Grand Hotel Jambi mudah diakses teruma konsumen dari Negara asing, maka Grand Hotel Jambi menyelenggarakan pelatihan tambahan ini guna menjadikan karyawan yang mempunyai skill berkomunikasi yang baik pada era revolusi industri 4.0. sesuai yang disampaikan oleh Sugiharso Safuan, Ph.D (2018) dalam penyampaian perencanaan tenaga kerja dan pengembangan SDM menghadapi revolusi industry 4.0 bahwa materi prioritas didalam pelatihan bagi tenaga perhotelan adalah Bahasa Asing (Inggris)

Menurut Cherrington dalam Hendriyaldi (2017) mengatakan bahwa metode dalam pelatihan dibagi menjadi dua yaitu On The Job Training dan Off The Job Training. On The Job Training lebih banyak digunakan dibandingkan Off The Job Training. Hal ini disebabkan karena metode On The Job Training lebih berfokus pada peningkatan produktivitas secara cepat. Sedangkan metode Off The Job Training lebih cenderung berfokus pada perkembangan dan pendidikan jangka panjang. Metode On The Job Training dibagi menjadi 6 macam yaitu: (a) Job instruction training, pelatihan ini memerlukan analisa kinerja pekerjaan secara teliti, (b) Apprenticeship, pelatihan ini mengarah pada proses penerimaan karyawan baru, (c) Internship dan assistantships, pelatihan ini hampir sama dengan pelatihan apprenticeship hanya saja pelatihan ini mengarah pada kekosongan pekerjaan yang menuntut pendidikan formal yang lebih tinggi, (d) Job rotation dan transfer, pelatihan ini adalah proses belajar yang biasanya untuk mengisi kekosongan dalam manajemen dan teknikal, (e) Junior boards dan committee assignments, ini merupakan alternatif pelatihan dengan memindahkan peserta pelatihan kedalam komite untuk bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan administrasi, (f) Coaching dan counseling, pelatihan ini merupakan aktifitas yang mengharapkan timbal balik dalam penampilan kerja, dukungan dari pelatih, dan penjelasan secara perlahan bagaimana melakukan pekerjaan secara tepat. Kemudian secara Off the job training dibagi menjadi 13 macam antara lain: (a) Vestibule training, pelatihan dimana dilakukan ditempat tersendiri yang dikondisikan seperti tempat aslinya, (b) Lecture, pelatihan ini merupakan pelatihan dimana menyampaikan berbagai macam informasi kepada sejumlah besar orang pada waktu bersamaan, (c) Independent self-study, pelatihan yang mengharapkan peserta untuk melatih diri sendiri misalnya dengan membaca buku, majalah profesional, mengambil kursus pada universitas lokal dan mengikuti pertemuan profesional, (d) Visual presentations, pelatihan ini dengan menggunakan televisi, film, video, atau persentasi dengan menggunakan slide, (e) Conferences dan discussion, pelatihan ini biasa digunakan untuk pelatihan pengambilan keputusan dimana peserta dapat belajar satu dengan yang lainnya (f) Teleconferencing, pelatihan dengan menggunakan satelit, dimana pelatih dan peserta dimungkinkan untuk berada di tempat yang berbeda, (g) Case studies, pelatihan yang digunakan dalam kelas bisnis, dimana peserta dituntut untuk menemukan prinsip - prinsip dasar dengan menganalisa masalah yang ada, (h) Role playing, pelatihan dimana peserta dikondisikan pada suatu permasalahan tertentu, peserta harus dapat menyelesaikan permasalahan dimana peserta seolah - olah terlibat langsung, (i) Simulation, pelatihan yang menciptakan kondisi belajar yang sangat sesuai atau mirip dengan kondisi pekerjaan, pelatihan ini digunakan untuk belajar secara teknikal dan skill, (j) Programmed instruction, pelatihan ini merupakan aplikasi prinsip dalam kondisi operasional, biasanya menggunakan komputer, (k) Computer - based training, pelatihan ini merupakan program pelatihan yang

diharapkan mempunyai hubungan interaktif antara komputer dan peserta, dimana peserta diminta untuk merespon secara langsung selama proses belajar, (l) Laboratory training, pelatihan ini terdiri dari kelompok - kelompok diskusi yang tak beraturan dimana peserta diminta untuk mengungkapkan perasaan mereka terhadap satu dengan yang lain, (m) Programmed group exercise, pelatihan yang melibatkan peserta untuk bekerja sama dalam memecahkan suatu permasalahan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa jika kedua metode dijalankan oleh Grand Hotel Jambi baik secara on the job maupun off the job maka produktivitas karyawan pada Grand Hotel Jambi akan meningkat serta membantu dalam strategi pengembangan SDM bagi manajemen sumber daya manusia. Kemudian menurut Rusminingsih (2010) menyatakan bahwa didalam pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas program yang tepat yang dilakukan adalah pelatihan bagi karyawan.

Produktivitas perusahaan merupakan dampak dari produktivitas karyawan. Berdasarkan pengamatan dan telusuran peneliti terhadap Grand Hotel Jambi secara online. Perusahaan Grand Hotel Jambi telah bekerjasama dengan perusahaan yang melayani perhotelan secara online, seperti www.pegipegi.com, www.booking.com dan www.findhotel.net selain itu perusahaan ini mempunyai akun youtube, facebook dan instagram. Ini menunjukkan bahwa Grand Hotel Jambi telah memberikan kemudahan kepada konsumen dalam kecepatan memberikan informasi dan menawarkan pelayanan pemesanan kamar hotel dengan mudah. Kemudian peneliti juga melakukan pengamatan terhadap tulisan dari tamu secara online pada website booking.com dari 26 ulasan Grand Hotel memperoleh nilai 7.1 (sangat baik). Berikut ditampilkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Ulasan Grand Hotel Jambi (booking.com)

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa Grand Hotel Jambi saat ini sudah berusaha untuk beradaptasi terhadap era digitalisasi ini. Dengan mudah konsumen akan menemukan dan memesan kamar. Kemudian pada masing-masing kategori perusahaan ini memperoleh nilai yang sangat baik antara lain kategori kebersihan memperoleh nilai 6.8, lokasi 7.7, layanan 7.1, fasilitas 6.9, kenyamanan kamar 6.9 serta harga dan kualitas 6.9 dengan rata-rata nilai 7.1 (sangat baik). Selain itu peneliti juga melakukan pengamat pada konsumen dengan secara off line, hasil pengamatan dari 10 konsumen yang sudah menginap berkomentar nilai positif mendominasi dari keseluruhan komentar dengan hasil 85% merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Grand Hotel Jambi. Mereka menyampaikan bahwa kelemahan dari Grand Hotel Jambi tidak memiliki website resmi. Tapi tamu atau konsumen bisa memesan hotel melalui website yang menawarkan pemesanan secara online.

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa produktivitas pada Grand Hotel Jambi mengalami peningkatan. Dikarenakan berdasarkan hasil wawancara bahwa Grand Hotel Jambi telah melakukan perbaikan mutu pekerjaan pada karyawan serta melakukan pengembangan sumber daya manusia secara terus menerus sehingga produktivitas Grand Hotel Jambi juga meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Siagian dalam Sedarmayanti (2016) upaya untuk meningkatkan produktivitas antara lain; perbaikan secara terus menerus peningkatan mutu hasil pekerjaan, pemberdayaan sumber daya manusia. Selain itu, Hendriyadi (2017) menyatakan jika pelatihan dilakukan secara berkala dan sesuai dengan kebutuhan dapat meningkatkan produktivitas untuk kemajuan perusahaan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Perubahan dan perkembangan zaman bukanlah tantangan baru bagi Grand Hotel Jambi terutama bagian manajemen sumber daya manusia, hotel ini terus melakukan perbaikan dalam menghadapi tantangan dan peluang serta pengembangan bagi karyawan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hotel, meningkatkan produktivitas karyawan bahkan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi perusahaan yang pada akhirnya perusahaan bisa survive, produktif dan mampu bersaing dengan competitor-nya pada era revolusi industri 4.0.

Tantangan yang dihadapi oleh manajemen sumber daya manusia pada Grand Hotel di era revolusi industri 4.0 antara lain sulitnya mendapatkan karyawan yang berlatar belakang pendidikan jurusan perhotelan, masih rendahnya tingkat literasi teknologi pada karyawan dan kemampuan berbahasa asing karyawan sangat rendah. Kemudian pada era revolusi industri 4.0 ini bahkwan memberi peluang yang sangat besar bagi Grand Hotel Jambi untuk meningkatkan produktivitas karena dengan kemajuan teknologi dengan mudah perusahaan memberi informasi dan promosi kepada pelanggan, sehingga konsumen dapat mengakses Grand Hotel Jambi secara cepat.

Pada era digitalisasi ini Grand Hotel terus melakukan perubahan baik dari kebijakan maupun program strategi dalam pengembangan sumber daya manusia. Grand Hotel Jambi secara rutin menerapkan 3 aspek yang dinilai terhadap karyawan yaitu kedisiplinan karyawan, sikap dalam pekerjaan dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan. Selain itu, Grand Hotel Jambi juga mengadakan salah satu program yang dapat mendorong produktivitas karyawan seperti mengadakan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan dan sikap bagi karyawan. Untuk mengadakan pelatihan perusahaan harus menganalisa 3 proses, yaitu analisa perusahaan, analisa kualifikasi karyawan dan analisa kinerja karyawan. Seiring dengan kebijakan dan program Grand Hotel Jambi terus dikembangkan maka produktivitas karyawan pada Grand Hotel Jambi juga terus mengalami peningkatan. Dengan kata lain bahwa Grand Hotel Jambi saat ini mampu bertahan dan adaptif dalam menghadapi revolusi industri 4.0.

Saran

Bersasarkan kesimpulan diatas peneliti memberi saran kepada Grand Hotel Jambi, agar mengadakan rekrutmen secara terbuka, baik melalui media cetak maupun elektronik. Sehingga semua kalangan berpeluang untuk mendaftarkan diri menjadi karyawan. Selanjutnya Grand Hotel Jambi juga di sarankan untuk melakukan pelatihan yang sesuai dengan perubahan zaman, terutama pelatihan dalam literasi teknologi sehingga ke depan Grand Hotel Jambi mampu bertahan dan lebih efisien dalam melakukan aktivitas operasional perusahaan. Kemudian perusahaan ini disarankan untuk membuat website resmi perusahaan.

Harapan Grand Hotel juga melakukan metode dalam pelatihan dibagi menjadi dua yaitu On The Job Training dan Off The Job Training. On The Job Training lebih banyak digunakan dibandingkan Off The Job Training. Hal ini disebabkan karena metode On The Job Training lebih berfokus pada peningkatan produktivitas secara cepat. Sedangkan metode Off The Job Training lebih cenderung berfokus pada perkembangan dan pendidikan jangka panjang. Kemudian demi menjawab tantangan Grand Hotel kesulitan untuk memperoleh karyawan berpendidikan perhotelan disarankan bagi perguruan tinggi di Provinsi Jambi untuk membuka program studi perhotelan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Baur, C. & Wee, D. (2015). *Manufacturing's Next Act?* McKinsey & Company.
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Haryono, S. (2018). *Re-Orientasi Pengembangan Sdm Era Digital Pada Revolusi Industri 4.0: The National Conference on Management and Business (NCMAB)*. Direktorat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hendriyadi. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi terhadap Produktivitas Manajer PT. Sucofindo (Persero) Pusat. *Jurnal Benefita Kopertis Wilayah X*. Hal 255-266
- Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2016). *Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios*. Presented at the 49th Hawaiian International Conference on Systems Science
- Irianto, D. (2017). *Industry 4.0; The Challenges of Tomorrow*. Seminar
- Klaus Schwab (2017), *The Fourth Industrial Revolution*, Publisher: Penguin; 1st Edition (January 3, 2017)
- Lee, J., Lapira, E., Bagheri, B., Kao, H., (2013). Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment. *Manuf. Lett.* 1 (1), Hal 38–41.
- Liffler, M., & Tschiesner, A. (2013). *The Internet of Things and the Future of Manufacturing*. McKinsey & Company.
- Mahyarni, Mevlinda, A (2011) Peran strategis manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Indonesia. *Jurnal Pemikiran Islam*. Vol. 36. No 1
- Rosyadi, Slamet (2018) *Revolusi industri 4.0 : Peluang dan tantangan bagi Alumni universitas terbuka*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman
- Safuan. (2018). *Perencanaan tenaga kerja & pengembangan sdm menghadapi revolusi industri 4.0*. Presentasi. disnakertrans.jatengprov.go.id › upload › publikasi
- Siagian. S. P. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel Bandung*. Alfabeta
- Sung, T.K. (2017). *Industri 4.0: a Korea perspective*. *Technological Forecasting and Social Change Journal*. Hal 1-6
- Sugiyono. (2009) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

- Sunyoto, D. (2012). Teori, kuesioner, dan analisis data sumber daya manusia (Praktik Penelitian). CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta
- Yahya, M. (2018) Era Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia. Pidato Pengukuhan Penerimaan Jabatan Professor Tetap dalam Bidang Ilmu Pendidikan Kejuruan Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. Jambi Dalam Angka 2017
<https://travel.kompas.com/read/2017/11/14/060400227/hotel-di-singapura-luncurkan-layanan-robot-housekeeping- diakses 14 Mei 2019>

INOVASI PRODUK DAN JEJARING UMKM KERAJINAN PERAK KOTO GADANG: SUATU PENDEKATAN KUALITATIF

Donard Games¹⁾, Rahma Putri Ramadhani²⁾

^{1,2)}Program Studi Manajemen Universitas Andalas
Korespondensi email: donardgames@eb.unand.ac.id

Abstract

The objective of the present study is to examine two innovation related constructs that can enhance small business performance. These are product innovation and networks. The present study focuses on small businesses in Koto Gadang, Agam, West Sumatra which are silver craft manufacturers. The present study uses qualitative approach. Case study method is used to capture the essence of product innovation and networks in these small businesses. Here there are six silver handicraft manufacturers that were being analysed. The present study collects and analyses the data from seven interviewees who are the owners and managers of these small businesses. It was found that product innovation has been considered important in enhancing business performance, while networks including Minangkabau networks have not been utilized by some of the participants. This means that participants need to make use of networks in order to support their innovation implementation.

Keywords : *Product Innovation, Networks, Koto Gadang, Qualitative Approach, Small Business*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat efek dua konstruk terkait inovasi yang dapat meningkatkan kinerja usaha kecil, yaitu inovasi produk dan jejaring. Penelitian ini berfokus pada usaha kecil yang memproduksi kerajinan perak di Koto Gadang, Agam, Sumatera Barat yang memang telah lama dikenal sebagai produsen perak di Sumatera. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode studi kasus digunakan untuk menangkap esensi dari inovasi produk dan jaringan di usaha kecil ini. Di sini ada enam produsen kerajinan perak yang dianalisis. Penelitian ini mengumpulkan dan menganalisis data dari tujuh orang yang diwawancarai yang merupakan pemilik dan manajer usaha mikro dan kecil dengan produk utama kerajinan perak di Koto Gadang. Ditemukan bahwa inovasi produk terutama diferensiasi dan penyesuaian target market telah dianggap penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, sementara jaringan termasuk jaringan Minangkabau belum dimanfaatkan oleh beberapa partisipan. Ini berarti bahwa partisipan perlu menggunakan jaringan untuk mendukung implementasi inovasi mereka.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Jejaring, Koto Gadang, Pendekatan Kualitatif, Usaha Kecil*

PENDAHULUAN

Kerajinan perak Koto Gadang telah sejak lama dikenal sebagai salah satu kerajinan unggulan Sumatera Barat. Ini tidak lepas dari peran kerajinan sebagai bagian dari adat istiadat setempat dan itu tercermin dari prosesi adat seperti dalam perkawinan dan pengangkatan datuk (pemuka adat). Namun demikian, semakin sedikit usaha yang berfokus pada kerajinan

ini di Koto Gadang (Agmasari, 2017). Jika dibandingkan dengan sentra perak Kota Gede di Jogjakarta dan kerajinan perak di Celuk, Bali, kerajinan perak Koto Gadang jauh tertinggal. Ini tentu saja dapat dijelaskan dari kunjungan wisatawan yang berjumlah besar di kedua tempat tersebut. Namun demikian, diperlukan penjelasan lebih mendalam mengapa kerajinan perak Koto Gadang kalah pamor dibandingkan dua sentra ini.

Penelitian ini membahas dua variabel yang ditengarai berdampak luas bagi kerajinan Koto Gadang sekaligus bisa menjadi faktor kunci peningkatan daya saing industry ini, yaitu: inovasi produk dan jaringan (networks). Hasil observasi dari peneliti kedua memperlihatkan bahwa kedua hal ini bisa menjadi simpul dari ketertinggalan sekaligus faktor kunci untuk berdaya saing bagi pelaku usaha kerajinan perak Koto Gadang. Kerajinan perak Koto Gadang tergolong sebagai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan skala home industry. Kerajinan ini meski dapat dilakukan dengan mesin namun sebagai ciri khas kerajinan Koto Gadang masyarakat mempertahankan kualitas produknya dengan melakukan pekerjaan secara manual dengan teknik dan keahlian yang dimiliki masing-masing pengrajin. Produk ini pun telah dikenal baik sejak zaman pendudukan Belanda bahkan telah diimpor keluar negeri pada masa itu. Jejak kejayaan kerajinan Koto Gadang Setidaknya dapat dilihat dari keberadaan Yayasan kerajinan Amai Setia yang awalnya merupakan tempat pelatihan dan sekarang menjadi tempat pemasaran produk kerajinan dan museum saja telah berdiri sejak tahun 1911 dan mendapat pengakuan badan hukum pada 1915 atau saat ini berusia 109 tahun. Namun, sebagaimana telah disebut sebelumnya bahwa kerajinan Koto Gadang cenderung lambat dibanding industri kerajinan pesaingnya yang sejenis. Sebagai contoh, kebanyakan workshop kerajinan perak di Kota Gede ataupun Celuk, Bali mereka telah melakukan transaksi atau penjualan online yang membuka kesempatan konsumen dari kota bahkan negara manapun untuk membeli atau memesan produk mereka.

Selain itu pengrajin perhiasan dan perak dari luar negeri dapat menjadi tantangan tersendiri. Meskipun bukan pesaing tingkat UKM. Maka, pelaku Industri Kerajinan Koto Gadang yang telah dikenal baik dan sejak lama sebaiknya mempertimbangkan kondisi persaingan saat ini. Akankah kebanggaan sejak lama ini akan segera dikenang sebagai sejarah dan sekadar diwariskan sebagai kepandaian turun temurun atau memutuskan tetap ada dan berkembang. Jika para pelaku dan pihak terkait industri ini memutuskan untuk berkembang dan ikut bersaing dalam arus global saat ini, mereka perlu mempertimbangkan langkah-langkah atau strategi yang harus diambil. Berdasarkan latar belakang masalah maka penelitian ini fokus pada upaya untuk mengetahui “Bagaimana aspek inovasi produk, jaringan serta faktor eksternal mempengaruhi perkembangan UMKM sektor kerajinan di Koto Gadang”.

Kotler dan Keller (2016) mengidentifikasi bahwa inovasi produk meliputi antara lain penciptaan produk, penambahan lini produk, perbaikan produk yang telah ada, perambahan pasar baru, dan efisiensi biaya produksi. Selanjutnya, studi Indarti (2010) tentang UMKM kerajinan di Indonesia menunjukkan bahwa UMKM sektor ini memang berfokus pada inovasi produk. Hal ini karena inovasi produk lebih kurang berisiko dan diharapkan lebih berdampak positif pada aspek keuangan karena meningkatkan penjualan. Khusus untuk kerajinan perak Koto Gadang, Kamal (2013) mengidentifikasi bahwa inovasi produk yang dilakukan cenderung saling mengimitasi satu sama lain. Ia menjelaskan proses pengerjaan kerajinan perak Koto Gadang dan inovasinya. Inovasi yang dilakukan pengrajin lebih berfokus pada kombinasi teknik yang digunakan pada suatu produk. Sementara, Games (2018) menyampaikan bahwa inovasi produk pada usaha mikro dan kecil di Sumatera Barat akan mempercepat pengembangan usaha dengan skala usaha tersebut karena mereka akan

mengisi gap yang tidak bisa dipenuhi oleh pengusaha besar sekaligus memberikan nilai tambah dan pilihan baru bagi konsumen saat ini memiliki banyak tuntutan.

Dalam hal jejaring, jejaring bersifat antar kelompok atau antar organisasi yang dapat berupa jaringan keluarga dan etnis dimana anggotanya masih memiliki hubungan keluarga, jaringan komunitas, jaringan organisasi atau jaringan pemasok dengan pembeli. Dalam hal ini, penekanan bukan pada internal UMKM itu sendiri, tetapi lebih kepada bagaimana UMKM terutama pemilik-manajer UMKM mengembangkan hubungan dengan perusahaan lain dan orang-orang di luar UMKM dengan melibatkan tiga komponen, yaitu: trust, commitment, dan co-operation (Carson, Gilmore, dan Rocks, 2004). Ini juga terkait dengan budaya Minangkabau yang kolektivistik yang berbasis pada jejaring yang kuat dari kekeluargaan dan kesukuan. Diharapkan dengan memanfaatkan jejaring ini UMKM Koto Gadang berkembang lebih pesat.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini bersifat exploratory yang bertujuan mengeksplorasi dan atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam dengan pendekatan kualitatif. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting partisipan analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel. Penelitian ini dimaksudkan mencari tahu atau menggali lebih dalam tentang bagaimana inovasi produk dan jejaring pada UMKM sektor kerajinan di Koto Gadang. Adapun objek penelitian ini adalah enam usaha pada industri kerajinan di nagari Koto Gadang, Kec. IV Koto, Kab. Agam, Sumbar. Objek dipilih berdasarkan beberapa kriteria awal untuk mendapat informasi yang sesuai tujuan, yaitu merupakan pelaku usaha kerajinan perak yang berlokasi di Koto Gadang, memiliki tempat usaha dengan 'brand' sendiri, berdomisili di Koto Gadang dan telah menjalankan usaha minimal lima tahun.

Tabel 1. Karakteristik partisipan

Nama usaha/ organisasi	Nama partisipan & usia	Pendidikan terakhir	Pengalaman bekerja sebelumnya	Lama menjalankan usaha	Perkiraan Omzet
Yayasan Kerajinan Amai Setia Koto Gadang	Mahnidar/ 72 tahun	SPG	Guru TK s/d 1973		> 300 jt
Silverwork 'Ari'	Asri/ 69 tahun	SR	Tidak ada	37 tahun	≤ 300 jt
Silverwork & sulaman 'Denny & Dessy'	Denizar/ 64 tahun	SMA	Tidak ada		≤ 300 jt
Silverwork & sulaman 'Cici'	Iskandar/ 50 tahun Fitri	SLTA	Tidak ada	20 tahun	> 300 jt
Silverwork & sulaman 'Leo'	Anti/ 47 tahun		Perusahaan asuransi	18 tahun	≤ 300 jt
Silverwork 'Welisyar'	Diah/ 29 tahun	SMA	Tidak ada	Lima generasi	≤ 300 jt

Jenis data penelitian ini merupakan data kualitatif dengan sumber datanya menggunakan sumber primer yang dikumpulkan dari hasil wawancara dengan tujuh pengusaha kerajinan di Koto Gadang serta sumber sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara mendalam (in-depth interviews) yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak membatasi jawaban dengan menggunakan pedoman wawancara. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang ditanyakan langsung oleh peneliti kepada subjek penelitian. Wawancara dilakukan rata-rata 30 menit per partisipan dan waktu dapat ditambah apabila informasi yang dibutuhkan belum terpenuhi atau adanya informasi tambahan. Dalam pengumpulan data juga digunakan alat bantu, seperti perekam suara, kamera dan pencatatan manual. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus (case study) dengan unit analisis usaha mikro dan kecil sektor kerajinan di Koto Gadang.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Inovasi Produk

Pada kerajinan perak umumnya desain, motif dan teknik pengerjaan telah baku. Hampir disetiap tempat yang penulis datangi membuat produk dengan jenis yang nyaris sama. Aksesoris dalam bentuk cincin, kalung, gelang, liontin, anting serta miniatur jam gadang, rumah gadang maupun bendi merupakan hasil kerajinan yang umum dijumpai. Jika ada yang membedakan antara satu pengrajin dan pengrajin lainnya yaitu kehalusan pengerjaannya. Bagi pelanggan yang telah mengenal pengrajin, mereka biasanya tau dimana tempat terbaik untuk membeli kerajinan tersebut. Para pengusaha kerajinan tersebut lebih suka memasarkan dagangannya di tempatnya sendiri.

Dengan keseragaman yang ada tentu harga yang ditawarkan pun tidak jauh berbeda maka semakin sulit untuk menarik minat pembeli. Untuk mengantisipasi hal ini para pengrajin kemudian berinisiatif untuk mengembangkan desainnya. Tidak hanya menjual produk yang telah dikenal, pengrajin juga membuka kesempatan bagi calon pembeli untuk memesan kerajinan perak dengan desain yang mereka minati. Kemampuan para pengrajin untuk menghasilkan produk dengan kualitas terbaik sesuai pesanan pelanggan inilah yang menjadi daya saing antara sesama pengrajin.

Namun, ada hal menarik yang penulis temui di lapangan. Salah seorang partisipan (Pak Iskandar) mengkhususkan diri untuk membuat produk etnik ber-unsur kan budaya Minangkabau. Barang-barang yang diproduksinya berbentuk aksesoris, peralatan rumah tangga dan miniatur namun dengan desain 'zaman dahulu'. adapun contoh desain diperoleh dari dokumentasi museum di Sumatera Barat, contoh ini kemudian dipilih oleh calon pelanggan dan dibuatkan semirip mungkin dengan contoh aslinya. Berikut pernyataan Pak Iskandar: *"kalau disini bapak cuma bikin barang tema etnik, kalau yang aksesoris biasa kan sudah banyak yang bikin, peminatnya juga beda kalau barang biasa bisa siapa saja beli tapi yang etnik ini karena dia lebih unik dan lebih rumit pembuatannya, yang mencarinya pun orang-orang tertentu"*.

Berdasarkan observasi yang penulis kedua lakukan, memang produk kerajinan Pak Iskandar tergolong tak biasa, desain yang langka walau meski tidak memiliki fungsi praktis justru memiliki peminatnya sendiri. Bahkan gelang tangan model zaman dulu yang berukuran nyaris sebesar ember pun ada peminatnya bahkan dijual dengan harga yang tinggi. Pelanggan beliau pun bukan orang sembarangan, pesanan yang dikerjakan kebanyakan memang berasal dari luar kota bahkan luar negeri yang menjadikan barang tersebut sebagai koleksi.

Sebagaimana yang dijelaskan Pak Iskandar berikut: *“bapak memang target pasarnya lebih ke menengah atas, soalnya barang-barang antik seperti ini kan memang lebih mahal. Yang beli juga paling untuk dikoleksi, mana mungkin gelang ukuran hampir sebesar ember ini mau dipakai. Tapi memang karena unik, mereka menghargai seninya jadi harganya gak masalah”*

Memang secara pengalaman, beliau memang sering mengikuti pameran terutama di luar kota dan luar negeri yang mendorongnya untuk lebih kreatif dan inovatif.

Jejaring

Pada umumnya terkait jaringan produksi pengrajin tidak begitu kesulitan mendapatkan bahan baku. Dalam hal ini, tantangan hanyalah untuk memilih bahan yang terbaik. Namun, berhubung para partisipan telah cukup lama menjalankan usahanya maka biasanya mereka telah memiliki pedagang langganan masing-masing. Modal pembelian bahan baku pun kebanyakan berasal dari dana pribadi, hanya dua orang partisipan yang menyatakan bekerjasama dengan lembaga perbankan. Mayoritas partisipan masih ‘anti’ dengan pinjaman atau bank. Sebagaimana yang dituturkan Ibu Fitri: *“jaringan kan penting ya, kita juga usaha butuh modal juga buat segala keperluan. Kalau saya hampir dengan semua bank kerjasama. Ke sesama pengrajin juga saya bilangin. Tapi ya balik lagi ke masing-masing. Banyak juga yang gak mau pinjam-pinjam, banyaklah sebabnya salah satunya gak mau repot mikirin utang”*

Dalam hal jaringan meskipun lokasi usaha partisipan hampir berdekatan namun terdapat perbedaan yang cukup jauh jika membahas jaringan usaha mereka. Denizar menyatakan bahwa tidak ada kegiatan perkumpulan, pelatihan dan sebagainya. Sebagaimana yang disampaikan Denizar: *“gak ada kumpul-kumpul gitu. Disini masing-masing aja. Jual juga ditempat sendiri-sendiri aja”*

Namun demikian, sebagian partisipan justru hampir selalu mengikuti pameran yang ada bahkan meski ke luar kota pun ke luar negeri. Sebagaimana disampaikan Denizar: *“wah, kalau kita usaha gini harus kita yang aktif sekalian juga mengenalkan produk daerah kan. Kalau ikut pameran itu meski gak boleh bawa barang terlalu banyak tapi keuntungannya lumayan. Berapa harga kita tarok orang tetap beli. Ibu aja sekali pameran bisa dapat seratus juta tunai. Nanti orang yang tau kita di pameran kan bisa order lagi. Coba kalo gak ikut, mengharapkan dari turis aja gak bisa kita, lima juta juga kadang belum tentu dapat sebulan”*

Banyaknya jumlah perantau dari Koto Gadang yang tersebar di seluruh Indonesia juga memudahkan dalam hal pemasaran, mereka terkadang menceritakan produk kerajinan daerah asalnya kepada rekan-rekannya diluar kota, kemudian mengenalkan kepada pengusaha yang ada di Koto Gadang hingga terjalin kerjasama jual beli. Sebagaimana yang dituturkan Diah: *“ibu- ibu Koto Gadang ini kan banyak juga yang merantau. Nah dirantau dia kasih tau teman-temannya. Nanti dikenalkan ke kami, diberitahu nomor kontaknya. Dari situ jugalah kadang kita dapat pesanan atau undangan ikut pameran”*

Ketika ditanyakan apa yang menyebabkan perbedaan jaringan yang luas tersebut beberapa partisipan menyinggung teknologi sebagai salah satu faktornya. Partisipan yang sudah berusia lanjut dan kurang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi tidak memiliki akses ke pasar yang lebih luas. Sementara beberapa partisipan lainnya mengaku memang tidak menjalin jaringan, mereka cukup puas dengan apa yang telah didapat selama ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan telah melakukan inovasi produk terutama melalui diferensiasi produk dan penajaman target market menjadi pembeda. Ini sejalan dengan riset Indarti (2010) yang menekankan pentingnya inovasi produk.

kerajinan perak Koto Gadang seringkali melakukan imitasi tanpa diferensiasi (Kamal, 2013) dan ini bisa membahayakan citra sentra perak Koto Gadang secara keseluruhan. Fernandez-Mesa et.al. (2013) menekankan pentingnya kemampuan pembelajaran organisasi (organizational learning) dan manajemen desain sebagai manifestasi adaptasi terhadap perubahan yang bermuara pada kinerja bisnis.

Terkait dengan jejaring, justru diperlukan pemanfaatan jejaring Minangkabau yang lebih maksimal. Effendi (1999) telah mengidentifikasi pentingnya kekeluargaan dan kesukuan dan ini sebagaimana disampaikan partisipan bisa menjadi pembuka jalan bagi ekspansi pasar. Chapra (2008) menggunakan konseptualisasi Ibnu Kaldun berargumen bahwa solidaritas sosial bisa menjadi fondasi bagi jejaring bisnis. Tugas utama yang perlu dilakukan oleh partisipan, sebagaimana disarankan oleh Carson, Gilmore, dan Rocks (2004) diperlukan pertanda nyata yang menunjukkan adanya kepercayaan, komitmen, dan kerjasama. Mereka harus memulai untuk membangun tiga hal ini melalui interaksi yang lebih intens dengan sesama pebisnis, orang luar, dan terutama perantau Minang khususnya Koto Gadang.

Titik temu dari pembahasan inovasi produk dan jejaring ini adalah sepertinya partisipan dalam penelitian ini masih belum memiliki rancangan strategi inovasi bisnis yang terencana dan sistematis. Ini sejalan dengan temuan Mazzarol dan Reboud (2014) yang menyebutkan usaha mikro dan kecil cenderung tidak memiliki sistem perencanaan formal. Mereka membutuhkan bantuan orang luar untuk melakukan hal tersebut. Hal ini nantinya akan membantu UMKM meningkatkan skala usahanya sekaligus memberikan level inovasi dan jejaring yang lebih mampu mengungkit kinerja bisnis partisipan perajin perak Koto Gadang.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini menemukan bahwa diferensiasi dan penajaman target market bisa menjadi kunci bagi inovasi produk yang sukses bagi partisipan. Imitasi tanpa diferensiasi bisa membuat bisnis mereka stagnan. Dalam hal ini, mereka memerlukan kapasitas untuk belajar untuk bisa beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang cepat. Terkait jejaring, ditemukan bahwa ada dua tipe partisipan. Pertama, pelaku usaha yang tidak terhubung dengan pihak luar, dan kedua, mereka yang terhubung dengan pihak eksternal.usahanya, Sebagian partisipan memiliki jaringan yang luas mencakup jaringan produksi, pemasaran dan layanan. Sementara sebagian lagi puas dengan cara tradisional yang tidak memanfaatkan jejaring. Namun demikian, secara keseluruhan, partisipan masih belum mampu memanfaatkan secara maksimal jejaring rantau yang mereka ketahui. Bagi partisipan yang tidak terhubung dengan pihak luar, berdampak pada keterbatasan akses terutama jaringan pemasaran usaha.

Saran

Penelitian ini membahas gambaran inovasi produk dan jejaring dengan studi kasus pada usaha kerajinan di Koto Gadang. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, maka diidentifikasi bahwa inovasi produk dapat diterapkan dengan melihat peluang-peluang yang ada. Dengan demikian, partisipan pelaku usaha kerajinan perak Koto Gadang harus lebih agresif memperlebar pemasaran usaha, misalnya, dengan diferensiasi dan penajaman target market. Selanjutnya, jaringan bisnis sudah berjalan cukup baik perlu lebih ditingkatkan dengan memanfaatkan relasi atau organisasi persaudaraan yang ada di rantau. Terakhir, dibutuhkan kehadiran social entrepreneurs yang bisa memberikan waktu, tenaga, dan

pemikiran untuk membantu partisipan riset ini untuk bisa menyusun strategi dan perencanaan bisnis yang tepat dan sistematis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan penelitian mendapat bantuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dan dukungan

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2017). Melihat Kerajinan perak Koto Gadang yang ada sejak zaman Belanda. Dalam <https://sains.kompas.com/read/2017/06/14/075200127/melihat.kerajinan.perak.koto.gadang.ya.ng.ada.sejak.zaman.belanda>. Diakses pada 17 April 2018.
- Carson, D., Gilmore, A., & Rocks, S. (2004). SME Marketing Networking: A Strategic Approach. *Strategic Change*, 13(7), 369-382.
- Chapra, MU. (2008). Ibn Khaldun's Theory of Development: Does it Help Explain the Low Performance of the Present-Day Muslim World?', *The Journal of Socio-Economics*, 37(2), 836-863.
- Effendi, N. (1999). The social and Marketing Networks among Traders: A Case of Minangkabau Markets, West Sumatra, Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie, Sociology of Development Research Centre.
- Fernández-Mesa, AI.; Alegre Vidal, J.; Chiva Gomez, R.; Gutiérrez Gracia, A. (2013). Design Management Capability and Product Innovation in SMEs. *Management Decision*. 51(3):547-565.
- Games, D. (2018). Menuju Kebangkitan Kewirausahaan Indonesia. GRE Publishing: Jogjakarta
- Kamal, N. (2013). Studi tentang Bentuk, Motif dan Teknik Kriya Perak Koto Gadang Minangkabau, *Humanus*, 12(1), 15-20.
- Kotler, P. & Keller, K (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mazzarol, T., & Reboud, S. (2014, December). Key Problems facing SME Owner-Managers in Strategy and Innovation: Evidence from a Diagnostic Survey. In 28th ANZAM Conference. Sydney, Australie (pp. 3-5).

**PENGARUH PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT TERHADAP
TURNOVER INTENTION DENGAN MEDIASI POSITIVE
RELATIONSHIPS AT WORK**

Hendra Lukito¹⁾, Florina Fitria Anwar²⁾

^{1,2)}Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang

Korespondensi email : hendralukito71@gmail.com, florinafitria.anwar@gmail.com

Abstract

This study have objectives to know the relationship between perceived organizational support to turnover intention with mediation variable is positive relationships at work. Population in this studies are all employee at Bank BRI Tbk Kota Pariaman. Sampling method use in this research is nonprobability sampling with purposive sampling. Sample is this research amount 108 employee. Data processing in this research used SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 16 and SmartPLS (Partial Least Square) version 3.0. Results from this research indicates if perceived organizational support have negative and significant to turnover intention, perceived organizational support have positive and significant to positive relationships at work, positive relationships at work have negative and have negative and no significant to turnover intention, and positive relationships at work no mediation effect to relationship between relationships at work and turnover intention.

Keywords : Perceived Organizational Support, Turnover Intention, Positive Relationships At Work

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perceived organizational support terhadap turnover intention dengan dimediasi oleh positive relationships at work. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank BRI Tbk Kota Pariaman. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu dengan kriteria atau karakteristik karyawan yang bekerja di Bank BRI Kota Pariaman. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 108 karyawan. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 16 dan SmartPLS (Partial Least Square) versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived organizational support berpengaruh negatif dan signifikan terhadap turnover intention, perceived organizational support berpengaruh positif dan signifikan terhadap positive relationships at work, positive relationships at work berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap turnover intention, dan positive relationships at work tidak memediasi hubungan antara positive relationships at work dan turnover intention.

Kata Kunci : Perceived Organizational Support, Turnover Intention, Positive Relationships At Work

PENDAHULUAN

Setiap individu menghadapi tantangan dalam kehidupan mereka, apalagi dalam kehidupan profesional mereka. Mulai dari tantangan dari kehidupan keluarga, masyarakat,

dan dari lingkungan kerja mereka sendiri. Tantangan ini dapat berakibat buruk ataupun baik tergantung dari bagaimana individu tersebut menghadapinya, serta bagaimana organisasi tempat ia bekerja menanggapi. Karena individu yang dapat menghadapi tantangan pekerjaan dengan baik dan mampu bertahan akan dapat menguntungkan bagi dirinya sendiri serta organisasi nantinya.

Bagi seseorang yang bekerja pada organisasi dengan jumlah karyawan yang banyak dan beragam, tidak jarang disini akan terjadi beberapa konflik karena berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Untuk menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan maka sangat penting agar organisasi dapat menciptakan hubungan sosial yang baik di tempat kerja (*positive relationships at work*). Selain itu, organisasi juga diharapkan mampu untuk memberikan yang terbaik pula bagi karyawan mereka, salah satunya dengan memperlihatkan bahwa perusahaan memberikan dukungan bagi pekerjanya (*perceived organizational support*). Hal ini agar karyawan merasa bahwa perusahaan juga mendukung mereka dalam melakukan pekerjaan yang mereka lakukan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perceived organizational support itu sendiri menurut (Eisenberger et al., 1990; Maertz et al., 2007) adalah seberapa besar dukungan dari organisasi yang dirasakan oleh karyawan dalam pekerjaan mereka dan bagaimana perusahaan memikirkan kesejahteraan karyawan. Hal ini sangat penting bagi karyawan dan juga perusahaan karena dengan penerapan yang baik maka akan menguntungkan bagi kedua pihak. *Positive relationships at work* dipandang sebagai hubungan yang dialami antara dua orang dalam konteks pekerjaan dan karir yang mana memiliki hubungan yang saling menguntungkan (Kahn, 2007). Disini karyawan diharapkan dapat memiliki hubungan yang baik antar karyawan lain agar dapat sama-sama menguntungkan dalam pekerjaan khususnya. *Turn-over Intention* atau yang sering disebut dengan keinginan untuk keluar dari perusahaan menurut oleh Han and Jekel (2011); Shahnawaz and Jafri (2009) dalam Huang dan Su (2016) adalah keinginan secara sadar dan sengaja untuk meninggalkan organisasi, dan telah menjadi salah satu tantangan umum yang dihadapi perusahaan.

Penelitian ini akan membahas masalah dukungan organisasi dan hubungan ditempat kerja karena kedua hal ini, yaitu organisasi dan rekan kerja merupakan hal yang paling dekat dengan diri karyawan dalam kehidupan pekerjaan mereka. Keadaan seperti yang dijelaskan diatas bisa saja dialami oleh semua jenis perusahaan. Salah satu yang mengalaminya yaitu pihak perbankan. Banyaknya pekerjaan yang harus dilakukan sehari-hari serta harus menghadapi berbagai macam nasabah dengan latar belakang yang berbeda membuat timbulnya permasalahan-permasalahan bagi perusahaan. Menurut survei PwC Indonesia yang dikutip Bisnis pada Senin (19/5/2014), *turnover* tenaga kerja di bank-bank milik negara tercatat hanya sekitar 2%-4%, jauh lebih rendah dibandingkan rata-rata perpindahan SDM di industri perbankan yang mencapai 10% (Muqoddam, 2014). Walaupun angka yang ditunjukkan masih dalam persentase yang terbilang kecil, hal ini menandakan bahwa adanya permasalahan yang terjadi.

Dengan jumlah karyawan yang tinggi hubungan sosial yang baik ditempat kerja juga menjadi penting, apalagi disaat pekerjaan menuntut seseorang untuk saling bekerjasama dalam menyelesaikan tugasnya. Menjadi karyawan pada industri perbankan bukan hanya tentang berhubungan dengan nasabah, disini karyawan juga harus menjaga hubungan baik sesama mereka di tempat kerja. Karena dalam melakukan pekerjaannya karyawan tentu akan saling berhubungan satu sama lainnya. Contohnya saja bagian frontliner akan berhubungan setiap harinya dengan bagian keamanan, dan supervisor. Disini apabila mereka memiliki hubungan yang kurang baik dengan karyawan lain maka dapat menyebabkan hal-hal yang

tidak diinginkan. Mulai dari munculnya konflik ditempat kerja, kinerja yang menurun, sampai pada munculnya keinginan untuk keluar dari pekerjaan.

Adanya fenomena yang memperlihatkan berkurangnya jumlah karyawan dirasa membutuhkan perhatian lebih dalam segi pengelolaan sumberdaya manusianya. Untuk itu disini penulis khususnya mengkaji apakah dalam prakteknya karyawan pada sektor perbankan yang menilai perusahaan mendukung pekerjaan mereka biasanya memiliki tingkat keinginan untuk keluar dari pekerjaan yang rendah, serta hubungan yang baik ditempat kerja juga meyakinkan mereka untuk bertahan.

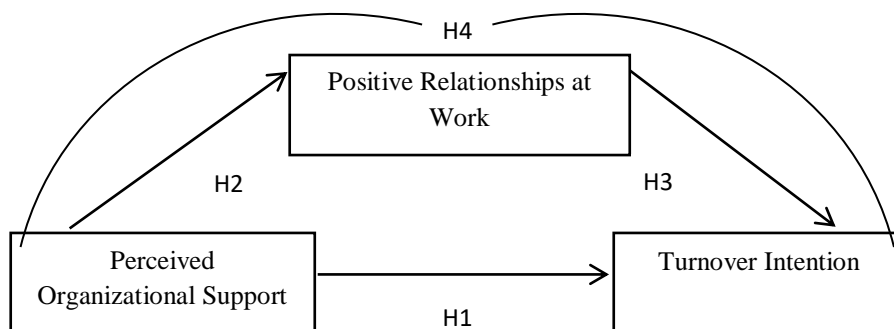
Dalam Tuzun, Kalemci (2012) berdasarkan norma timbal balik, tingkat POS yang tinggi membuat karyawan merasa berkewajiban untuk peduli terhadap kesejahteraan organisasi, serta membantu organisasi mencapai tujuannya (Eisenberger et al., 2001) dan menurunkan perilaku penarikan (Allen dan Shanock, 2013; Shore dan Wayne, 1993). Newman (2012) dalam penelitiannya juga membahas hubungan kedua variabel ini, POS meningkatkan harapan atas hasil kerja keras karyawan, yang membuat karyawan percaya bahwa upaya mereka akan dihargai dimasa depan (Eisenberger et al., 1986).

Menurut Marques et al. (2005), dalam Afsar Badir (2017) menerapkan pola pikir spiritual di tempat kerja mendorong kreativitas dan inovasi dalam pekerja dan meningkatkan produktivitas mereka, yang mengarah ke kinerja keseluruhan organisasi yang lebih baik. Perceived organization support (POS) mengacu pada tingkat di mana karyawan percaya bahwa organisasi menghargai kontribusi serta memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan mereka dan karenanya akan memenuhi kebutuhan sosial-emosional mereka (Eisenberger et al., 2001).

Selain karena dukungan organisasi yang dirasakan, individu juga mungkin merasa terdorong untuk menurunkan niat turnover mereka ketika mereka memiliki hubungan positif di tempat kerja. Sebagai contoh, dimensi penting yang dihargai seseorang di tempat kerja adalah dapat merasa sebagai bagian dari komunitas yang lebih besar atau saling berhubungan (Pfeffer, 2003).

Individu yang ingin mendapat manfaat dari basis pengetahuan dan sumber daya yang ada di organisasi akan mencari rekan kerja mereka untuk mendorong perkembangan pertukaran timbal balik (Halbesleben dan Wheeler, 2011); dengan demikian, organisasi yang mendukung anggotanya dapat secara tidak langsung mempromosikan pembentukan pertukaran interpersonal melalui hubungan positif di tempat kerja, dan mengurangi niat turnover mereka (Madden, 2015).

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas maka dalam penelitian ini dapat dikembangkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian berjumlah 108 orang karyawan Bank BRI kota Pariaman terdiri dari berbagai macam latar belakang biografis seperti jenis kelamin, usia, masa kerja, pendidikan terakhir, dan status karyawan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu pendekatan yang mengukur variasi sebuah situasi atau fenomena sosial dengan menggunakan data berupa angka atau variabel kuantitatif. Variabel penelitian ini adalah *perceived organizational support* atau persepsi atas dukungan organisasi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang mana terdiri dari 13 butir pernyataan berdasarkan 5 indikator *perceived organizational support* menurut Edmondson (1999). Untuk *variable turnover intention* terdiri dari 8 pernyataan yang didasarkan dari 4 indikator *turnover intention* menurut Hom et al., 2012 dan Lum et al. (1998). Dan untuk *variabel positive relationships at work* kuesioner penelitian terdiri dari 18 pernyataan yang didasarkan dari 8 indikator *positive relationships at work* menurut Ashmos dan Duchon (2000). Yang mana kuesioner penelitian ini dikembangkan dan disesuaikan berdasarkan situasi dari objek penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan software *SmartPLS 3.0*. Analisis data menggunakan *PLS* terdiri dari dua sub model (Ghozali, 2008), yaitu: (1) *A measurement model*, atau disebut juga *outer-model* dengan syarat nilai *loading* sebesar 0,50 sampai 0,60 (2) *A structural model*, atau disebut juga *inner-model* yang mana pemeriksaan dilakukan dengan melihat nilai *R-Square*.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi berdasarkan jenis kelamin, status perkawinan, usia, masa kerja, penghasilan perbulan, pendidikan terakhir, dan status pekerjaan. Untuk menilai *discriminant validity* penelitian disini dapat dilihat dari nilai *AVE*. Menurut Ghozali (2012) nilai *AVE* yang baik adalah yang memiliki nilai lebih dari 0,5.

Tabel 1. Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Perceived Organizational Support	0.515
Positive Relationships at Work	0.502
Turnover Intention	0.765

Sumber: Output SmartPLS (2019)

Tabel 1 diatas memperlihatkan nilai *AVE* berada diatas 0,50, sehingga membuktikan bahwa semua konstruk yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai validitas yang baik. Selanjutnya yaitu melihat hasil uji reliabilitas yang dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk yang dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*.

Tabel 2. Composite Reliability

	Composite Reliability
Perceived Organizational Support	0.927
Positive Relationships at Work	0.938
Turnover Intention	0.958

Sumber: Output SmartPLS (2019)

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa composite reliability konstruk memiliki nilai diatas 0,70 sehingga konstruk yang digunakan untuk diukur bersifat reliabel.

Tabel 3 Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
Perceived Organizational Support	0.914
Positive Relationships at Work	0.929
Turnover Intention	0.950

Sumber: Output SmartPLS (2019)

Tabel 3 diatas memperlihatkan cronbach alpha untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (under estimate) sehingga lebih baik untuk melihat reliabilitas dengan menggunakan composite reliability dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. Untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif dapat dilihat dari nilai R-square.

Tabel 4 R- Square

	R Square
Perceived Organizational Support	0.629
Turnover Intention	0.041

Sumber: Output SmartPLS (2019)

Tabel 4 diatas memperlihatkan bahwa nilai r-square variabel perceived organizational support memiliki nilai sebesar 0.629 atau 62,9%. Artinya bahwa 62,9% variabel perceived organizational support dipengaruhi oleh variabel positive relationships at work dan turnover intention sedangkan sisanya 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Sedangkan untuk nilai r-square variabel turnover intention yaitu sebesar 0.041 atau 4,1%. Artinya bahwa variabel turnover intention dipengaruhi oleh variabel positive relationships at work dan perceived organizational support sebesar 4,1% dan sisanya 95,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Untuk melihat hasil pengujian variabel dapat dilihat dari nilai t statistic yang mana syarat hipotesis diterima yaitu dengan nilai diatas 1.64.

Tabel 5 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Hasil	Koefisien Jalur	T Statistik	Kesimpulan
H1	<i>Perceived Organizational Support (POS) -> Turnover Intention (TI) (Pengaruh Langsung)</i>	<i>Perceived organizational support berpengaruh negatif signifikan terhadap turnover intention</i>	-0.283	1.925	Hipotesis Diterima
H2	<i>Perceived Organizational Support (POS) -> Positive Relationships at Work (PRaW)</i>	<i>Perceived organizational support berpengaruh positif signifikan terhadap positive relation-ships at work</i>	0.793	16.222	Hipotesis Diterima
H3	<i>Positive</i>	<i>Positive relationships</i>	-0.003	0.012	Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Hasil	Koefisien Jalur	T Statistik	Kesimpulan
	<i>Relationships at Work (PRaW)-> Turnover Intention (TI)</i>	<i>at work</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>turnover intention</i>			Ditolak
H4	<i>Perceived Organizational Support (POS) -> Turnover Intention (TI)</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	<i>Perceived organizational support</i> berpengaruh terhadap <i>turnover intention</i> melalui <i>positive relation-ships at work</i>	-0.003	0.012	Hipotesis Ditolak

Sumber: Output SmartPLS (2019)

Pengujian hipotesis yang dilakukan dapat dilihat dengan melihat besarnya nilai t-statistic, karena SmartPLS menggunakan nonparametric test untuk menentukan tingkat signifikansi dari path coefficient dimana nilai t-statistic yang dihasilkan dengan menjalankan algoritma bootstrapping pada SmartPLS 3.0. Hipotesis akan diterima jika nilai t-statistic melebihi nilai t-tabel yaitu 1,65 (Ghozali, 2012). Dari penelitian yang dilakukan terdapat empat hasil yang didapatkan.

Pertama, hasil pengujian H1 menunjukkan bahwa pengaruh variabel *perceived organizational support* terhadap variabel *turnover intention* memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,283 dimana angka tersebut menunjukkan arah negatif, serta nilai t-statistik sebesar 1,925 yang nilainya lebih besar dari nilai t-statistik acuan yaitu 1,64. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived organizational support* berhubungan negatif dan signifikan dengan *turnover intention*.

Pengalaman sosialisasi awal dianggap penting untuk menciptakan ikatan hubungan yang membantu membuat karyawan lebih berkomitmen pada organisasi. Sosialisasi berkaitan secara positif dengan POS dan keterikatan pekerjaan dari waktu ke waktu, yang mana berhubungan negatif terhadap *turnover* (Allen dan Shanock, 2013). Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan pentingnya dukungan dari pihak organisasi pada karyawan bahkan sejak tahap awal masuknya karyawan ke dalam organisasi, dalam rangka menciptakan komitmen kuat pada karyawan sejak awal.

Penelitian Mujiasih (2015) juga memperlihatkan bahwasanya organisasi yang memberikan dukungan positif, karyawan mereka akan memiliki komitmen dan rasa tanggung jawab untuk memenuhi kewajiban kepada organisasi. Newman (2012) juga menemukan hasil yang serupa dimana dinyatakan bahwa POS menciptakan kewajiban kepada karyawan agar bertahan dengan organisasi, yang pada akhirnya akan mengarahkan pada niat *turnover* yang lebih rendah.

Kedua, hasil pengujian H2 menunjukkan bahwa pengaruh variabel *perceived organizational support* terhadap *positive relationships at work* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,793 dimana angka tersebut menunjukkan arah positif, serta nilai t-statistik sebesar 16,222 yang nilainya lebih besar dari nilai t-statistik acuan yaitu 1,64. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived organizational support* berhubungan positif dan signifikan dengan *positive relationships at work*.

Mengingat kendala yang dihadapi individu dalam kehidupan kerja mereka, mekanisme dukungan dari organisasi dan rekan kerja adalah cara penting di mana mereka dapat mengatasi dan secara efektif memenuhi tujuan di tempat kerja (Madden, 2015). Sehingga dengan meningkatnya dukungan organisasi kepada karyawan akan turut meningkatkan hubungan positif di tempat kerja. Dalam prakteknya apabila organisasi memberikan dukungan

pada karyawannya, maka karyawan akan lebih mudah untuk menciptakan hubungan yang baik dan menghindari konflik antara sesama pekerja.

Rego (2008) menjelaskan mengenai spiritualitas ditempat kerja dalam penelitiannya yang mana Pfeffer (2003) menyatakan bahwa yang orang cari dari bekerja diperusahaan salah satunya yaitu adanya rasa saling terhubung dan terciptanya hubungan positif ditempat kerja dengan sesama karyawan. Ketika karyawan merasa bahwa organisasi memperhatikan harapan dan kebahagiaan mereka, mereka cenderung membalas (Gouldner, 1960; Settoon et al., 1996; Eisenberger et al., 2001) dengan sikap positif terhadap organisasi, yaitu dengan ikatan afektif dan loyalitas kepada organisasi.

Ketiga, hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa pengaruh variabel positive relationships at work terhadap turnover intention memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,003 dimana angka tersebut menunjukkan arah negatif, serta nilai t-statistik sebesar 0.012 yang mana nilainya lebih rendah dari nilai t-statistik acuan yaitu 1,64. Hal ini menunjukkan bahwa positive relationships at work berhubungan negatif dengan turnover intention namun tidak signifikan.

Chawla, Guda (2010) menyatakan bahwa ketika karyawan memiliki rasa kebersamaan bersama masyarakat atau dalam hal ini sesama pekerja maka kemungkinan untuk meninggalkan pekerjaan akan menurun. Selain itu (Rego, Cunha, 2008) hubungan positif ditempat kerja merupakan realita yang harus diperhatikan oleh organisasi karena berhubungan langsung dengan karyawan. Ghadi (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa karyawan dengan spiritualitas yang tinggi akan lebih mementingkan pertumbuhan dalam dirinya dengan memiliki perasaan berarti ditempat kerja, keterikatan dengan sesama karyawan yang dalam serta nilai-nilai organisasi yang sesuai dengan keyakinannya.

Dalam penelitian yang penulis lakukan terbukti bahwasanya walaupun positive relationships at work berpengaruh negatif terhadap turnover intention tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Dari data responden penelitian, terlihat bahwa sebanyak 67.6% responden berjenis kelamin laki-laki dan 32.4% perempuan. Hal ini bisa menjadi salah satu penyebab kenapa hipotesis ditolak, karena pekerja laki-laki lebih cenderung memisahkan masalah personal dan profesional ditempat kerja. Penelitian Furnham (2005) membahas mengenai kepribadian dan gender dan menemukan bahwa partisipan laki-laki cenderung memiliki kecerdasan emosional yang lebih tinggi dibanding wanita. Mereka juga mengategorikan kecerdasan emosional dalam kategori analitik karena perkembangan emosional dipandang perlu untuk memungkinkan manajer memanfaatkan kemampuan kognitif secara efektif. Sehingga walaupun disaat suasana ditempat kerja tidak positif, mereka akan lebih mudah menyesuaikan dan tidak menjadikannya sebagai alasan untuk menarik diri dari organisasi.

Keempat, hasil pengujian H4 menunjukkan bahwa pengaruh variabel perceived organizational support terhadap turnover intention yang dimediasi oleh positive relationships at work memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,003 dimana angka tersebut menunjukkan arah negatif, serta nilai t-statistik sebesar 0.012 yang mana nilainya lebih rendah dari nilai t-statistik acuan yaitu 1,64. Hal ini menunjukkan bahwa positive relationships at work tidak memiliki efek mediasi terhadap hubungan antara perceived organizational support dengan turnover intention.

Penelitian Madden (2015) menunjukkan bahwa positive relationships at work memiliki efek mediasi terhadap hubungan antara perceived organizational support dan turnover intention. Tetapi dalam penelitian ini terlihat bahwa tidak ada mediasi, dimana berarti bahwa positive relationships at work tidak memperkuat hubungan antara variabel perceived organizational support dengan turnover intention secara tidak langsung. Hal ini dapat terjadi

karena dilihat dari data responden penelitian, kebanyakan responden berjenis kelamin laki-laki; serta berada pada usia 20-30 tahun. Disini terlihat bahwasanya kepribadian karyawan laki-laki dan perempuan yang berbeda dalam menanggapi persoalan hubungan antar sesama pekerja diorganisasi. Dengan makin sulitnya persaingan tenaga kerja juga membuat karyawan akan bertahan pada pekerjaan yang telah mereka jalani. Jumlah pengangguran yang ada pun mencapai 6.82 juta jiwa (BPS, 2019) sehingga makin mempersulit dalam mendapat pekerjaan lain. Oleh karena itu karyawan akan lebih memilih untuk bertahan di organisasi.

Generasi Y atau yang dikenal dengan sebutan generasi millennial, generasi penerus, dan me generation yang memiliki tahun kelahiran 1982-2000. Generasi ini banyak menggunakan alat telekomunikasi instan seperti media sosial dan email. Menurut (Lyons, 2004) adapun ciri-ciri dari generasi Y adalah pola komunikasi lebih terbuka dari generasi sebelumnya, pengguna media sosial yang fanatik yang sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih reaktif terhadap perubahan lingkungan, memiliki pandangan yang terbuka terhadap politik dan ekonomi, dan perhatian terhadap kekayaan/materialistik. Bila dibandingkan dengan generasi yang lebih tua, karyawan generasi Y memiliki komitmen kerja yang rendah dan Turnover yang tinggi (Lub et al., 2012; Twenge dan Champbell 2010; Lyons 2012). Hal ini menunjukkan bahwa dalam kehidupannya karyawan yang berusia 20-30 tahun lebih mementingkan keuntungan pribadi bagi dirinya, sehingga pada kehidupan pekerjaan mereka asalkan kebutuhan mereka dapat dipenuhi oleh organisasi maka hubungan antar sesama karyawan tidak menjadi perhatian penting bagi mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Perceived organizational support berpengaruh negatif dan signifikan terhadap turnover intention karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan mendukung pekerjaan karyawannya mulai dari dengan menyediakan informasi, pelatihan, pengembangan karir, dan lainnya maka karyawan akan merasa harus memberikan yang terbaik juga sebagai balasan kepada organisasi tempat ia berada dan menghindari terjadinya turnover intention; 2) perceived organizational support berpengaruh positif dan signifikan terhadap positive relationships at work. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan dari organisasi maka akan turut mendukung pada hubungan yang positif antar karyawan ditempat kerja; 3) positive relationships at work berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap turnover intention. Hal ini menunjukkan bahwa positive relationships at work tidak mempunyai pengaruh berarti atas turnover intention karyawan; 4) positive relationships at work terbukti tidak memediasi hubungan antara perceived organizational support dan turnover intention. Hal ini menunjukkan bahwa saat persepsi dukungan organisasi tinggi, maka turnover intention karyawan rendah namun hal ini tidak dipengaruhi oleh hubungan positif ditempat kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, David G.& Linda R. Shanock. (2013). "Perceived organizational support and embeddedness as key mechanisms connecting socialization tactics to commitment and turnover among new employees". *Journal of Organizational Behavior*, J. Organiz.Behav. 34, 350–369
- Ashmos, Donde P., & Dennis Duchon. (2000). "Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure". *Journal of Management Inquiry*, Vol. 9 No. 2, June 2000 134-145.

- Chawla, Vaibhav & Sridhar Guda. (2010). "Individual Spirituality at Work and Its Relationship with Job Satisfaction, Propensity to Leave and Job Commitment: An Exploratory Study among Sales Professionals". *Journal Of Human Values* 16:2 (2010): 157–167.
- Edmondson, Amy. (1999). "Psychological Safety and Learning Behavior in Work Team". *Administrative Science Quarterly*, Vol. 44, No. 2 (Jun., 1999), pp. 350-383.
- Eisenberger, Robert., Peter Fasolo & Valerie Davis-LaMastro. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation". *Journal of Applied Psychology* 1990, Vol. 75, No. 1, 51-59.
- Eisenberger, Robert.,& Robin Huntington. (1986). "Perceived Organizational Support". *Journal of Applied Psychology* 1986, Vol. 71, No. 3, 500-507.
- Furnham, Adrian. (2005). "Gender and Personality Differences in Self and Other Ratings of Business Intelligence". *British Journal of Management*, Vol. 16, 91–103
- Ghadi, Mohammed Yasin. (2017). "The impact of workplace spirituality on voluntary turnover intentions through loneliness in work ". *Journal of Economic and Administrative Sciences*, Vol. 33 Iss 1 pp. –
- Ghozali, Imam & Latan, Hengky. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Huang, Wen-Rou & Chih-Hao Su. (2016). "The mediating role of job satisfaction in the relationship between job training satisfaction and turnover intentions". *Industrial and Commercial Training*, Vol. 48 Issue: 1, pp.42-52.
- Hom, Peter W., Rodger W. Griffeth, Terence R. Mitchell & Thomas W. Lee. (2012). "Reviewing Employee Turnover: Focusing on Proximal Withdrawal States and an Expanded Criterion". *Psychological Bulletin*, Vol. 138, No. 5, 831–858
- Lum, Lillie., John Kervin, Kathleen Clark, Frank Reid & Wendy Sirola. (1998). "Explaining nursing turnover intent: job satisfaction, pay satisfaction, or organizational commitment?". *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 19, 305±320 (1998).
- Madden, Laura., Blake D. Mathias & Timothy M. Madden. (2015). "In good company: The impact of perceived organizational support and positive relationships at work on turnover intentions". *Management Research Review*, Vol. 38 Issue: 3, pp.242-263.
- Maertz, Carl P., Rodger W. Griffeth., Nathanael S. Campbell & David G. Allen. (2007). "The effects of perceived organizational support and perceived supervisor support on employee turnover". *Journal of Organizational Behavior J. Organiz.Behav.* 28, 1059–1075.
- Mujiasih, Endah. (2015). "Hubungan antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement). *Jurnal Psikologi Undip* Vol. 14 No. 1 April 2015, 40-51.
- Muqoddam, Farodlilah. 2014 Mei 19. Turn Over SDM Bank BUMN Rendah. finansial.bisnis
- Newman, Alexander., Rani Thanacoody & Wendy Hui. (2012). "The effects of perceived organizational support, perceived supervisor support and intra-organizational network resources on turnover intentions: A study of Chinese employees in multinational enterprises". *Personnel Review*, Vol. 41 Iss: 1 pp. 56 – 72.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Method for Business*. Jilid 2. Edisi Keempat Jakarta : Salemba Empat
- Tuzun, Ipek Kalemci, & R. Arzu Kalemci.(2012). "Organizational and supervisory support in relation to employee turnover intentions". *Journal of Managerial Psychology* Vol. 27 No. 5, 2012 pp. 518-534.

INOVASI PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK JAMBI MARYANA

Ade Titi Nifita¹⁾, Feny Tialonawamarmi²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : ade_titinifita@yahoo.co.id; fenytialona02@gmail.com

Abstract

The objectives in this study are: 1) Identifying and analyzing the effect of product innovation simultaneously and partially on the purchasing decision of Batik Jambi Maryana; 2). Identifying and analyzing the most dominant product innovation variables influencing the decision to purchase jambi maryana batik. The study was conducted in the city of Jambi and surrounding areas, using survey methods. The population of this study is the people of Jambi City, while the sample is the people of Jambi City who have bought Batik Jambi Maryana more than once, as many as 100 people. Data is processed using multiple regression analysis tools. The results showed a calculated F value of 27.057 with a significance value of 0,000 less than 0.05 (the degree of significance permitted), it can be concluded that all Product Innovations (relative superiority, compatibility, complexity, divisibility, and communicability) simultaneously and partially have a significant effect on Consumer purchasing decisions. Whereas the most dominant variable is complexity and communicability.

Keywords : *Product Innovation, Purchasing Decisions*

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh inovasi produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Batik Jambi Maryana; 2). Mengidentifikasi dan menganalisis variabel Inovasi produk yang paling dominan mempengaruhi keputusan Pembelian batik jambi maryana. Penelitian dilakukan di kota Jambi dan sekitarnya, dengan menggunakan metode survey. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota jambi, sedangkan yang menjadi sampelnya adalah masyarakat Kota Jambi yang pernah membeli Batik Jambi maryana lebih dari satu kali, yaitu sebanyak 100 orang. Data diolah dengan menggunakan alat analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan Nilai F hitung sebesar 27,057 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 (derajat significance yang diizinkan), dapat disimpulkan bahwa seluruh Inovasi Produk (keunggulan relative, kompatibilitas, kompleksitas, divisibilitas, dan komunikabilitas) secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen. Sedangkan Variabel yang paling dominan adalah Kompleksitas dan komunikabilitas.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Batik Jambi merupakan salah satu diantaranya pengembangan budaya asli Jambi yang kental dengan nuansa melayu, ciri khas batik jambi adalah mempunyai motif yang khas yang tidak berangkai dan motif utamanya adalah motif fauna dan flora, juga memiliki keunikan dari segi warna yang sederhana. Pada jenis motifnya, sebenarnya Jambi memiliki lebih dari

200 motif yang tercatat di museum Jambi, tapi yang baru diproduksi dan terekspose baru berkisar antara 75 sampai dengan 100 macam motif. Titi Nifita, Sriayudha (2018) menyatakan, saat ini terdapat 14 motif batik kuno dan 86 motif batik kreasi yang dimiliki batik Jambi. Motif kuno tersebut antara lain aksaro batu tulis, bungo duren dan bungo pauh. Sementara motif kreasi antara lain duren pecah, kajang lako, encong kerinci, daun sirih, Batanghari, burung kuau, angso duo, dan kajang lako. Setiap motif menggambarkan cerita dan ciri khas dari symbol-simbol budaya dan sub budaya daerah Jambi yang tidak dimiliki batik dari daerah lain. Sementara jenis batik Jambi yang biasa digunakan adalah jenis batik tulis, batik cap, dan batik printing.

Persaingan dalam industri batik semakin ketat, seiring dengan tumbuhnya pengrajin batik yang ada di Indonesia pada umumnya dan di Jambi khususnya. Persaingan yang semakin ketat memicu pengrajin batik untuk melakukan terobosan atau inovasi dengan tujuan meningkatkan kinerja pemasaran batik yang dihasilkannya. Inovasi yang terus dilakukan memegang peranan penting untuk terus dapat bertahan dalam persaingan. Inovasi dalam ragam, corak, dan warna menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing batik dalam perdagangan karena yang pertama kali memikat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian adalah ragam motif, corak serta warna yang dimiliki kain batik yang memancarkan keindahan seninya.

Nelly dkk.(2001) dalam Suhendro (2010) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Drucker (1954) dalam Suhendro (2010) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Menurut Dourgerty (1996) dalam Suhendro (2010), inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi dan persaingan.

Intensitas persaingan dipasart dapat mendorong pengrajin batik mengupayakan inovasi yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaingnya. Inovasi juga akan mempengaruhi pilihan strategi pemasaran perusahaan batik sehingga produk pengrajin batik menjadi lebih baik dari segi kualitas, kuantitas dan nama mereknya. Pelanggan umumnya menginginkan produk yg inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi pengrajin sendiri keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk berarti selangkah lebih maju dari pesaingnya dituntut kepandaian pengrajin batik sendiri mengenali selera pelanggannya.

Batik Jambi Maryana merupakan salah satu pengerajin batik yang ada di Kabupaten Batang Hari. Sebagaimana pengerajin batik lainnya, motif batik Jambi Maryana mengangkat cerita atau simbol-simbol budaya khas daerah batang hari. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut pengerajin Batik Jambi Maryana lebih inovatif dalam menghasilkan batik, menawarkan batik yang berbeda dan lebih baik dengan ditawarkan pesaing. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut di bandingkan produk pesaing. Sejauh ini Pengerajin Batik Jambi Maryana sudah melakukan inovasi dan pengembangan produknya dengan menciptakan sendiri 12 motif batik yang di sudah di patenkan dan disamping melestarikan 75 motif batik yang merupakan budaya khas Batanghari. Inovasi lain yang dilakukan adalah memproduksi batik dengan menggunakan pewarna alam (batik sogu) yang menghasilkan batik bernuansa kuno dengan warna alam dan berkesan elegan, memproduksi batik berwarna pastel dan inovasi dalam proses pencelupan batik untuk menghasilkan warna-warna tertentu. Batik

Jambi Maryana dipasarkan dalam skala lokal maupun skala nasional melalui even-even pameran. Untuk mempromosikan agar batik jambi lebih dikenal lagi oleh seluruh masyarakat Indonesia, Batik Jambi Maryana juga bekerjasama dengan Fashion Designer Indonesia, Barli Asmara dalam kurun waktu 2 tahun berturut turut, salah satu acara yang diselenggarakan adalah Indonesia Fashion Week 2018. Penelitian Tamamudin (2012; 283) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan membeli, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keputusan membeli.

Tujuan Penelitian adalah 1) Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh seluruh variabel inovasi Produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian; 2) Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh variabel inovasi produk yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Inovasi adalah pendorong kompetisi untuk bertumbuh, menghasilkan profit dan value creation yang bertahan lama. Sekalipun inovasi dengan mudahnya dapat dimasukkan dalam konteks pengembangan produk atau teknologi, namun inovasi adalah tantangan mendasar untuk keseluruhan bisnis. Inovasi dapat menjadi perbincangan dari mulut ke mulut, dan kemudian tiba-tiba dilupakan pada waktu-waktu sulit. Inovasi harus menjadi proses yang selalu ada dan berkelanjutan (Peter Fisk 2006:193). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, et.al(2008: 438) mengungkapkan bahwa inovasi bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru. Inovasi bisa bersumber dari individu, perusahaan, riset di universitas, laboratorium dan inkubator pemerintah, maupun organisasi nirlaba swasta.

Kotler dan Armstrong (2010:233) berpendapat bahwa lima karakteristik pengadopsian inovasi produk adalah sebagai berikut: 1) Keunggulan relatif(relative advantage), adalah tingkat yang menunjukkan keunggulan inovasi terhadap produk yang telah ada. Adalah tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang sudah ada sebelumnya atau hal-hal yang biasa dilakukan. Biasanya diukur dari segi ekonomi, prestasi social, kenyamanan dan kepuasan. Semakin besar keuntungan relative yang dirasakan oleh adopter, semakin cepat inovasi tersebut diadopsi; 2) Kompatibilitas / Kesesuaian / keserasian (compatibility) adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai(value), dan pengalaman masa lalu dan kebutuhan penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan norma atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang sudah ada; 3) Kompleksitas/kerumitan (Complexity) adalah tingkat kerumitan atau kesulitan suatu inovasi untuk dimengerti atau digunakan. Semakin mudah suatu inovasi dimengerti artau dipahami, semakin cepat inovasi diadopsi. Sebaliknya semakin kompleks produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan; 4) Divisibilitas / Ketercobaan (Divisibility), adalah tingkat inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Inovasi dapat di ujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas; 5) Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dapat diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil observasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat dimana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman atau tetangga.

Inovasi produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan, mengingat inovasi produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen

yang sebenarnya merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap perusahaan harus memilih tingkat yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap perusahaan harus menciptakan inovasi yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Inovasi merupakan suatu alat utama untuk menumbuhkan tingkat kepercayaan dalam memutuskan penggunaan layanan untuk mencapai posisi produk tertentu untuk melaksanakan fungsi yang diharapkan.

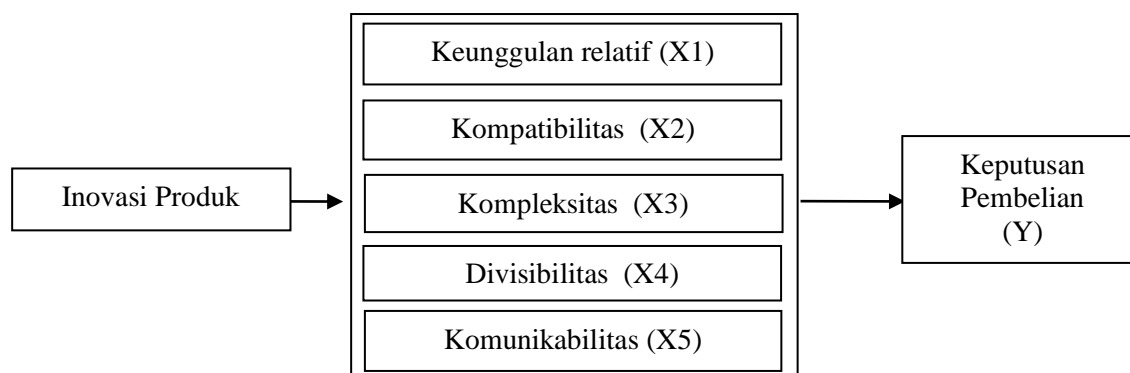
Penelitian Tamamudin (2012; 283) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan membeli, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keputusan membeli.

Menurut Hubeis (dalam Sya'roni dan Sudirman, 2012;4) ada empat indikator inovasi, yaitu : 1) Penemuan, yaitu dengan cara menkreasi suatu produk atau proses yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner. 2). Pengembangan, yaitu dengan cara mengembangkan produk, jasa atau proses yang sudah ada. Konsep ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada menjadi berbeda. 3). Duplikasi, dengan cara peniruan produk, jasa atau proses yang sudah ada. Duplikasi disini bukan semata mata meniru, melainkan menambah seutuhnya secara kreatif untuk memperbaiki konsep yang ada agar lebih mampu memenangkan persaingan. 4). Sintetis, dengan cara perpaduan konsep dan factor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah idea tau produk yang sudah ditemukan atau sudah dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Keputusan berarti memilih satu diantara banyak pilihan dari alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan (problem solving). Menurut Setiadi (2010), perilaku membeli mengandung makna yakni kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kebutuhan tersebut. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk selalu melibatkan aktifitas secara fisik (berupa kegiatan langsung konsumen melalui tahap-tahap proses pengambilan keputusan pembelian) dan aktifitas secara mental (yakni saat konsumen menilai produk sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh individu).

Menurut Kotler dan Keller (2012) proses keputusan pembelian konsumen harus melewati lima tahap yaitu 1). Pengenalan masalah merupakan suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkan, Proses pembelian diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan, jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, 2). pencarian informasi adalah sumber-sumber informasi pokok yang akan diperhatikan konsumen dan pengaruh relative dari setiap informasi terhadap rangkaian keputusan membeli. 3). evaluasi alternatif, 4). keputusan pembelian dan 5). perilaku pasca pembelian, ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ia beli. Setelah pembelian akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan kemudian melakukan tindakan untuk mendapatkan perhatian dari pasar.

Kerangka pemikiran dapat menjelaskan tujuan dari penelitian, yaitu untuk melihat pengaruh inovasi produk terhadap Keputusan pembelian batik Jambi Maryana, agar lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survey untuk mendapatkan data tertentu dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono,2012).Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui pertanyaan yang meliputi : persepsi terhadap keunggulan relative, kompatibilitas, kompleksitas, divisibilitas, dan komunikabilitas.(2) Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari tinjauan kepustakaan melalui literature, jurnal-jurnal dan situs internet yang dapat memberikan informasi sesuai dengan masalah penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen yang menggunakan Batik Jambi Maryana di Kota Jambi. Yang menjadi sampel adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian Batik Maryana lebih dari satu kali, yaitu sebanyak 100 orang

Untuk mengumpulkan data dan mengukur nilai atribut dalam tingkatan kombinasi variabel inovasi produk yang akan diteliti digunakan instrumen kuesioner skala likert dengan cara menemui konsumen secara langsung, metode observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung agar data yang nyata dapat diperoleh, dan interview yang berguna untuk melengkapi data yang diperoleh dari metode sebelumnya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Inovasi Produk (X) terdiri dari Variabel keunggulan relative(X1), kompatibilitas (X2), kompleksitas (X3), divisibilitas (X4), komunikabilitas (X5), dan Keputusan pembelian (Y).

Agar Kuesioner layak digunakan sebagai instrument penelitian maka diperlukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas diperlukan untuk menguji apakah kuesioner sebagai instrument penelitian sudah tepat dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas bertujuan untuk memeriksa sampai sejauh mana alat ukur yang digunakan bersifat konsisten. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Deskripsi Responden

Karakteristik Konsumen batik Jambi Maryana bisa dilihat dari Profil responden dalam jenis kelamin responden, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, tingkat penghasilan, dan alasan utama pembelian Batik jambi Maryana. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Profil Karakteristik Responden

No	Kearakteristik Responden	Responden	Persentase
1	Jenis kelamin	Perempuan	62 %
2	Usia	34 tahun	37 %
3	pekerjaan	Lainnya (Profesional)	32 %
4	Pendidikan terakhir	D3/D4/S1	45 %
5	Penghasilan	>Rp 4.500.000,-	26 %
6	Tujuan Penggunaan	Seragam kerja	48 %
7	Frekuensi Pembelian	Lebih dari 1 kali	68 %

Sumber : data primer diolah 2019

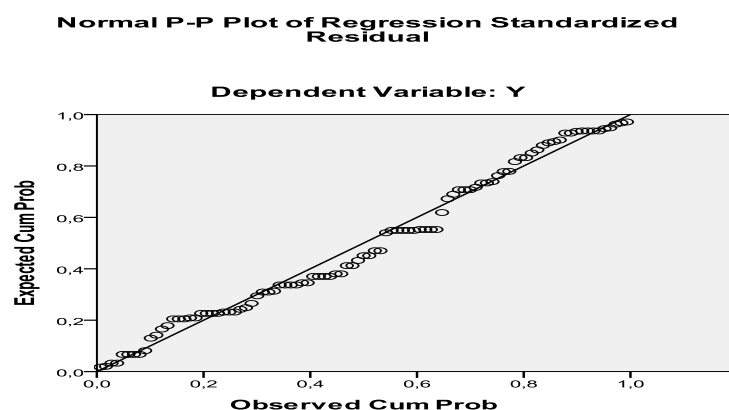
Dari 100 responden penelitian, 62% berjenis kelamin wanita menunjukkan wanita menyukai keindahan, menyukai hal yang baru dan berbeda dan melakukan penilaian secara detail. Usia responden sebanyak 37% berusia diatas 34 tahun (usia dewasa), dengan pekerjaan sebesar 32% adalah kelompok professional dengan pendidikan terakhir didominasi tamatan D3/D4.S1 sebesar 45% yang diasumsikan memiliki tingkat kematangan dan pola pikir yang baik dalam mengambil keputusan pembelian. Sebanyak 26% penghasilan responden lebih dari Rp.4.500.000 perbulan dan frekuensi pembelian konsumen lebih dari 1 kali sebesar 68%. Konsumen menggunakan batik Jambi Maryana untuk seragam kerja sebanyak 48%. Persepsi Konsumen terhadap variabel Inovasi produk yang dilakukan rata-rata baik.

Uji Validitas dan Realibilitas

Semua item pernyataan valid dengan signifikansi besar dari 0.5, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji realibilitas pada item pernyataan memperoleh nilai koefisien Conbach's Alpha lebih besar 0.6 maka variabel tersebut dapat dinyatakan realibel dan dapat dilanjutkan analisis berikutnya, guna untuk mengetahui hubungan antar variabel.

Uji Normalitas

Pada uji ini bertujuan untuk menguji model regresi dan variabel residual apakah memiliki distribusi normal. Kriteria yang digunakan yaitu mengamati sumbu diagonal gradik. Regresi akan memenuhi criteria normal apabila data tersebut mengikuti sekitar garis diagonal grafik. Hasil Uji Normalitas tersebut dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini :



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 2 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pada pengujian hipotesis pertama menggunakan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel inovasi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Batik Jambi Maryana dan selanjutnya dapat dilihat pada output ANOVA. Dengan hipotesa jika koefisien signifikansi (sig) hitung lebih kecil dari 5%. Maka Ho ditolak dan jika lebih besar 5%. Ho diterima (lihat sig output SPSS ANOVA).

Tabel 2 Uji F Variabel Penelitian
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,254	5	6,251	27,057	,000 ^a
	Residual	1,303	89	,015		
	Total	32,557	94			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: y

Untuk memprediksi Keputusan pembelian konsumen (variabel Y) juga dapat digunakan uji statistik F. Berdasarkan tabel diatas ternyata bahwa nilai F sebesar 27,057 dengan signifikansi (sig) 0,000, maka model statistik ini dapat untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen (Y). Karena nilai probabilitas (sig) lebih kecil 0.05 (sig, 0,000, dengan nilai F hitung 27,057 maka secara statistik terbukti bahwa Inovasi Produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Batik Jambi Maryana.

Uji statistik dilakukan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh masing masing variabel secara parsial terhadap variabel Keputusan pembelian Batik Jambi maryana. Berikut ini dipaparkan hasil output SPSS berupa coefficients^a regresi seperti tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Penelitian

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-,492	,094		-5,258	,000
	ZX1	,156	,063	,135	2,485	,015
	ZX2	,025	,059	,022	,419	,016
	ZX3	,022	,034	,022	,637	,000
	ZX4	,280	,036	,290	7,888	,006
	ZX5	,663	,040	,600	16,681	,000

a. Dependent Variable zy

Dari table 3 diatas persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,042 + 0,135X1 + 0,022X2 + 0,022X3 + 0,290X4 + 0,600X5$$

Persamaan regresi diatas terlihat seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Batik Jambi Maryana.

1. Pengaruh Variabel Keunggulan relative
Berdasarkan tabel 2 diatas, variabel Keunggulan relatif(X1) memperoleh nilai t hitung (sig) sebesar 0,015. Sedangkan nilai signifikan yang diharapkan adalah 0,05, maka hal ini membuktikan bahwa variabel (X1) memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Batik Jambi Maryana.
2. Pengaruh Variabel Kompatibilitas (X2)
Berdasarkan tabel 2 diatas, variabel Kompatibilitas(X2) memperoleh nilai t hitung (sig) sebesar 0.016. Sedangkan nilai signifikan yang diharapkan adalah 0,05, maka hal ini membuktikan bahwa variabel (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Konsumen Batik jambi Maryana.
3. Pengaruh Variabel Kompleksitas (X3)
Berdasarkan tabel 2 diatas, variabel Kompleksitas(X3) memperoleh nilai t hitung (sig) sebesar 0,00. Sedangkan nilai signifikan yang diharapkan adalah 0,05, maka hal ini membuktikan bahwa variabel (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Batik Jambi maryana.
4. Pengaruh Variabel Divisibilitas (X4)
Berdasarkan tabel 2 diatas, variabel Divisibilitas(X4) memperoleh nilai t hitung (sig) sebesar 0,006. Sedangkan nilai signifikan yang diharapkan adalah 0,05, maka hal ini membuktikan bahwa variabel (X4) memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk batik Jambi maryana.
5. Pengaruh Variabel Divisibilitas (X4)
Berdasarkan tabel 2 diatas, variabel Divisibilitas(X4) memperoleh nilai t hitung (sig) sebesar 0,000. Sedangkan nilai signifikan yang diharapkan adalah 0,05, maka hal ini membuktikan bahwa variabel (X5) memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk batik Jambi maryana

Pembahasan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel Inovasi Produk (Keunggulan Relatif, Kompatibilitas, Kompleksitas, divisibilitas, Komunikabilitas) secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi Maryana. Hal Ini sejalan dengan Penelitian Tamamudin (2012; 283) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan membeli, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keputusan membeli.

Secara umum tanggapan responden terhadap Variabel Keunggulan Relatif (X1) adalah baik. Inovasi yang dilakukan Batik Jambi Maryana memberikan keunggulan bagi produk batik yang dihasilkan. baik dari segi proses produksi, pewarnaan dan mengembangkan motif-motif baru, menyebabkan produk batik yang dihasilkan semakin hari semakin meningkat kualitasnya, motif batik yang dihasilkan lebih variatif dengan warna-warna yang lebih up to date karena mengikuti trend dan selera pasar. Warna yang dihasilkan bukan hanya warna-warna cerah yang memberi kesan kain batik lebih hidup dan ceria, tetapi juga dengan inovasi pewarnaan dengan menggunakan warna-warna netral dan gelap yang menggambarkan alam seperti warna tanah, kulit tumbuhan dan kayu yang memberikan kesan batik yang dihasilkan unik dan elegan. Karena kualitas yang semakin meningkat, konsumen umumnya menggunakan Batik maryana untuk seragam kerja, acara formal dan pesta lainnya.

Variabel Kompatibilitas (X2), konsumen setuju bahwa dengan inovasi produk yang dilakukan pengrajin batik Maryana menyebabkan batik yang diproduksi berbeda dengan

pesaing dan sesuai dengan harapan konsumen terhadap batik. Hal ini mempunyai pengaruh kepada konsumen mengambil keputusan pembelian.

Variabel Kompleksitas (X3) berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian batik Jambi Maryana..menyangkut kesulitan inovasi dimengerti, diterima dan digunakan oleh konsumen (Kotler dan Armstrong, 2010). Butuh inovasi dan kreativitas yang tinggi dalam memodifikasi motif batik dengan warna-warna yang sesuai dengan trend dan selera pasar. Dari data penelitian, Konsumen yang membeli batik Jambi Maryana adalah segmen terdidik dengan pendidikan minimal Diploma dan Sarjana, mereka memilih Batik Maryana karena desain motif batiknya bervariasi dengan warna-warna yang elegan. Inovasi pewarnaan batik dilajukan dengan menggunakan bahan alami dari tumbuh-tumbuhan menghasilkan warna batik lebih variatif, kualitas warna lebih terjaga dan lebih baik. Yang menjadi kendala dalam proses produksi batik adalah ketersediaan bahan baku terutama untuk bahan pewarnaan, beberapa bahan harus didatangkan dari Jogjakarta, Semarang dan Solo.

Variabel Divisibilitas, (X4) memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian batik. Inovasi yang dilakukan menghasilkan perbaikan yang terus menerus terhadap produk batik dan juga mencoba hal-hal yang baru dalam memproduksi batik.

Variabel Komunikabilitas (X5), Juga memberikan pengaruh yang positif dan dominan terhadap keputusan pembelian batik. Menyangkut bagaimana hasil inovasi mudah di adopsi dan terlihat oleh konsumen. Meskipun sudah melakukan inovasi, pengrajin batik tetap mempertahankan batik ciri khas budaya Jambi. Konsumen menilai walaupun pengrajin Batik Jambi Maryana menciptakan motif-motif batik baru, dan atau memodifikasi dan menggabungkan motif-motif batik yang ada, namun penggunaan motif-motif lama yang melambangkan ciri khas budaya jambi tetap dipertahankan dan dilestarikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Seluruh variabel Inovasi Produk (keunggulan relative, kompatibilitas, kompleksitas divisibilitas, dan komunikabilitas) secara bersama-sama atau simultan dan parsial berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian konsumen. Variabel Kompleksitas dan Komunikabilitas memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan Pembelian batik Jambi Maryana,

Saran

Batik jambi merupakan unggulan Kota jambi perlu diperkuat dan ditingkatkan daya saingnya. Salah satu cara yang dilakukan adalah inovasi produk secara terus menerus dengan tidak meninggalkan ciri khas budaya lokal. Sehingga dapat dikembangkan jenis batik baru, motif baru dan warna baru. Diperlukan kerjasama dengan pemerintah untuk merumuskan program-program yang diarahkan untuk penguatan daya saing UKM Batik, baik berupa bantuan peralatan, teknik produksi, pelatihan-pelatihan yang tujuannya untuk meningkatkan kreatifitas pengrajin batik dan daya saing batik Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Titi Nifita, Yayuk Sriyudha, 2018. Analysis Of Preferences and Consumer Behavior Of Batik Jambi. Journal of Business studies and Management Review. Vol 2 No.1 December 2018. Hlm 28-34.
- Ade Titi Nifita, Garry Yuesa Rasyid, Ade Perdana Siregar, 2018. Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Lacak Terhadap Minat Konsumen pada Galery Zhorif

- di Seberang Jambi. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan. ISSN : 2252-8636. Vol 07 No.02 Mei-Agustus 2018. Hlm 121-126.
- Ade Octavia, Erida, Ade Titi Nifita, 2013. Analisis persepsi konsumen tentang Posisi Kompetitif produk Batik Jambi dan batik jawa.
- Azwar, S (2005). Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program SPSS. Semarang : UNDIP
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Elbert. 2006. Bisnis, Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga
- Hoyer, W.D, MacInnis, D.J; Pieters, R, 2013. Consumer Behavior 6*edition. ISBN 13; published by South-Western, Cengage Learning.
- Keegan, Warren J. 2002. Global Marketing Manajemen 7 Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran, Terjemahan. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Judul 1. Jakarta : Erlangga
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. Pemasaran, Terjemahan. Edisi Kelima. Jakarta : Salemba Empat
- Malhotra, N.K., dan Birks, D.F. (2007), Marketing Research: An Applied Orientation (3rd European Edition ed.). Harlow: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2000. Research Methods For Business: A Skill-Building Approach, 3rd ed. John Wiley & Sons : Inc.
- Suhendro, G. (2010), Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk mencapai Keunggulan bersaing berkelanjutan, Jurnal Fakultas Magister manajemen, UNDIP, Semarang.
- Sya'roni, D.A.W dan Sudirman, J.J. 2012. Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Teknologi, Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Vol.11 No.1
- Tamamudin, 2012. Analisis Pengaruh pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap keputusan Membeli dampaknya pada Loyalitas konsumen (Studi kasus : Produk Batik Sutra Halus Merek tamina), Jurnal Penelitian Vol.9, No.2 November 2012, hlm.283-300
- Winardi. 2010. Kepemimpinan dan Manajemen. Jakarta : PT. Rineka Cipta

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR POTENSIAL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-FILING* : PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) YANG TELAH DIMODIFIKASI

Misni Erwati¹⁾, Edy Firza²⁾

^{1,2)}Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Korespondensi email : misnie_asqary@yahoo.com, edyfirza@gmail.com

Abstract

This study aims to test the technology acceptance model using the Technology Acceptance Model (TAM) which has been modified in tax reporting by e-filing. The object of research is an individual taxpayer (WPOP) who does free work within the scope of the KPP Pratama Telanaipura and Pelayang who have used e-filing. The research design uses quantitative methods with a survey approach to obtain primary data, namely by distributing questionnaires to 170 taxpayers in the city of Jambi by using purposive sampling method in determining the sample. Then quantitative data is processed using Structural Equation Model (SEM) with SmartPLS software 3. Perceived ease, perceived usefulness, attitudes towards e-filing are simultaneously able to predict or be able to explain the relationship with WPOP intentions. This result supports several studies. Partial testing obtained different results from previous studies, where the perception of ease of perception has no positive effect on WPOP intentions. The intention of WPOP can be explained or can be predicted by the use and attitude towards e-filing.

Keywords : E-filing, Technology Acceptance Model (TAM), SmartPLS.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model penerimaan teknologi menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi pada pelaporan pajak dengan e-filing. Objek penelitian adalah wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang melakukan pekerjaan bebas dalam lingkup KPP Pratama Telanaipura dan Pelayangan yang telah menggunakan e-filing. Desain penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk memperoleh data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 170 Wajib pajak yang ada di kota Jambi dengan menggunakan metode purposive sampling dalam menentukan sampel. Kemudian data kuantitatif diolah menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan software SmartPLS 3. Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap terhadap e-filing secara bersamaan mampu memprediksi atau mampu menjelaskan hubungan dengan niat WPOP. Hasil ini mendukung dari beberapa penelitian. Pengujian secara partial diperoleh hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana persepsi kemudahan persepsi tidak berpengaruh positif dengan niat WPOP. Niat WPOP dapat dijelaskan atau dapat diprediksi oleh penggunaan dan sikap terhadap e-filing.

Kata Kunci : E-filing, Technology Acceptance Model (TAM), SmartPLS.

PENDAHULUAN

Nasirudin (2017) Kebutuhan akan teknologi infomasi semakin berkembang. Menteri Keuangan sebagai induk Ditjen Pajak telah menyetujui jalannya reformasi perpajakan melalui

Keputusan Menteri Keuangan Nomor 885/KMK.03/2016 tentang Pembentukan Tim Reformasi Perpajakan pada tanggal 9 Desember 2016. Salah satu titik pembenahan yang akan dilakukan adalah teknologi informasi dan basis data.

Widayati dan Nurlis (2010) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan Wajib Pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya, yaitu kesadaran membayar pajak; persepsi yang baik atas efektifitas perpajakan; pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan pajak. Ilham, dkk (2015) Inovasi di bidang pelayanan perpajakan bertujuan untuk memperbaiki efisiensi dan efektifitas kinerja serta meningkatkan penerimaan pajak dengan cara modernisasi perpajakan diseluruh unit kerjanya. Sebagai bentuk modernisasi perpajakan saat ini yang dapat dirasakan adalah pelaporan surat pemberitahuan pajak (SPT) tahunan online (e-filing).

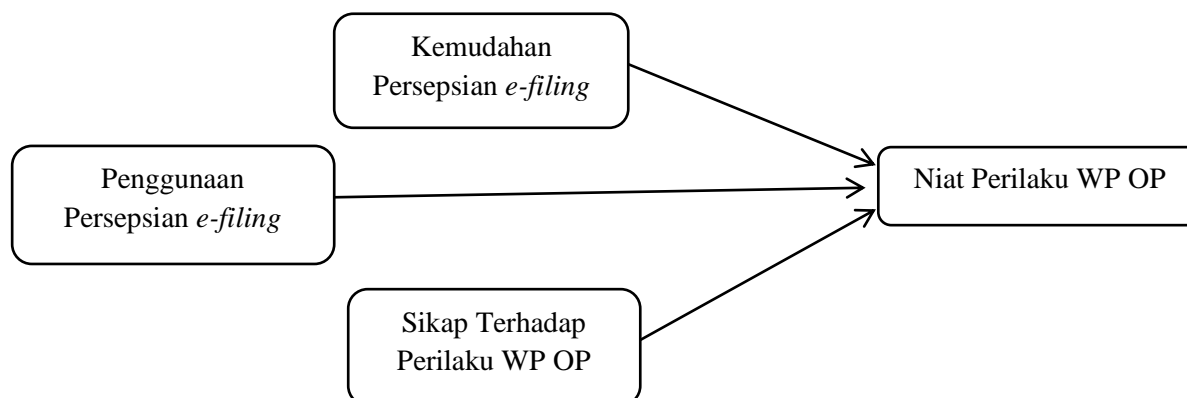
Chalik (2017), dengan melihat rasio jumlah wajib pajak terdaftar dan wajib pajak yang menggunakan e-filing dalam pelaporan SPT tahun 2016, maka timbul fenomena gap yaitu adanya perbedaan yang sangat jauh. Artinya bahwa masih banyak wajib yang belum memanfaatkan fasilitas e-filing. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chalik (2017) bahwa sebagian besar wajib pajak merasakan manfaat dari e-filing ini. Akan tetapi, tidak semua wajib pajak di negara kita semuanya mengerti atau mahir dalam menggunakan teknologi informasi seperti: komputer, laptop, handphone android, dan internet, apakah malah tidak menjadi dilema bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang akibatnya realisasi penerimaan pajak dan kepatuhan wajib pajak malah akan menurun (Arifin, dkk, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi tinggi rendahnya minat WP menggunakan e-filing sebagai media pelaporan pajak. Salah satu faktornya adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan teknologi diartikan sebagai kemudahan dipahami dan digunakan dan lebih sederhana dari sebelumnya (Davis, 1989). Jogianto (2007) salah satu teori tentang penggunaan teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan teknologi informasi adalah model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model / TAM). Teori TAM berargumentasi bahwa penerimaan individu terhadap teknologi informasi ditentukan oleh kedua konstruk tersebut yakni persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mencoba untuk menguji model TAM pada sistem e-filing yang digunakan oleh WPOP di Jambi. Pengujian dilakukan pada konstruk persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap WPOP terhadap niat WPOP menggunakan e-filing. Hasil penelitian ini diharapkan memperoleh bukti empiris penggunaan e-filing dengan model TAM.

E-filing adalah suatu cara penyampaian surat pemberitahuan yang dilakukan melalui online secara real time. Peraturan terbaru mengenai e-filing adalah Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER 48/PJ/2011 tentang perubahan kedua atas peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-19/PJ/2009 tentang tata cara penerimaan dan pengolahan surat pemberitahuan tahunan. Penyampaian SPT secara elektronik melalui e-filing pada situs Direktorat Jenderal Pajak diatur melalui Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-39/PJ/2011 tentang tata cara penyampaian surat pemberitahuan tahunan bagi wajib pajak orang pribadi menggunakan e-filing.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti mengembangkannya Model Technology Acceptance Model (TAM) yang telah di modifikasi dalam bentuk kerangka pemikiran berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Teori mengenai pengaruh kemudahan, Penggunaan dan Sikap terhadap Niat perilaku yang didukung oleh beberapa studi empiris yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang kemudian dijadikan referensi dalam penelitian ini untuk diusulkan menjadi hipotesa dalam membentuk kerangka konseptual penelitian. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap Niat perilaku wajib Pajak
- H2 : Kegunaan berpengaruh positif terhadap Niat perilaku wajib Pajak
- H3 : Berpengaruh positif terhadap Niat perilaku wajib Pajak

METODE PENELITIAN

Populasi seluruh wajib pajak di Kota Jambi dengan jumlah sample berjumlah 170 Orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah dengan pengambilan sampel bertujuan (purposive sampling) dengan teknik pengambilan sampel mempergunakan kuesioner. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Jambi; 2) Menggunakan e-filing melapor pajak.

Data dalam penelitian adalah data kuantitatif. Data primer diperoleh secara langsung dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner disebar kepada wajib pajak orang pribadi di Kota Jambi yang telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kuesioner penelitian digunakan adalah kuesioner yang dikembangkan sendiri berdasarkan variabel-variabel teori TAM.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan daftar pernyataan berupa kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 1-5. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Kuesioner ini berisi daftar pernyataan terstruktur yang ditujukan kepada responden dengan maksud untuk memperoleh informasi tertulis terkait dengan variabel-variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2011), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model.

PLS merupakan metode analisis yang powerfull (Ghozali, 2011), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi terdistribusi normal, sampel tidak harus besar.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Cross Loading

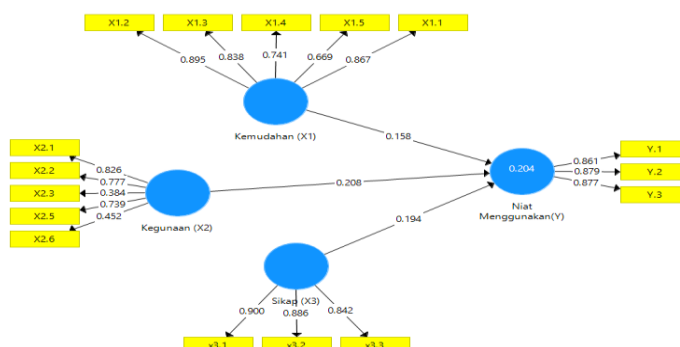
Cross Loading merupakan korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada ukuran blok lainnya (Fornell dan Larcker, dalam Ghozali, 2011). Hasil pengujian dari Cross Loading dapat dilihat pada table 1, dibawah ini :

Tabel 1. Cross Loadings Hasil Penelitian

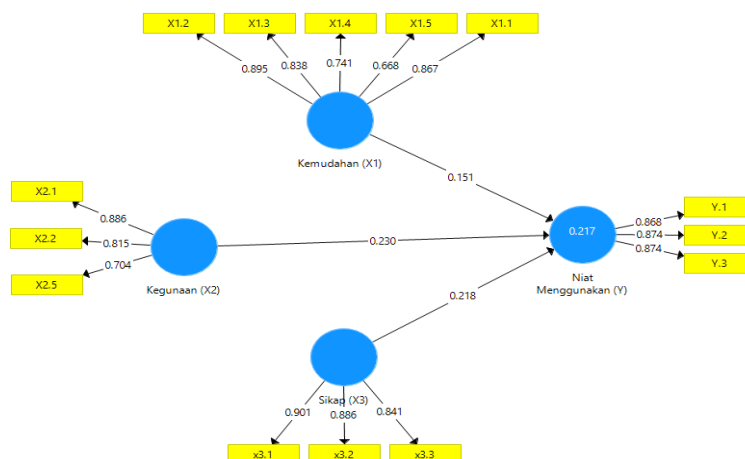
	Kegunaan (X2)	Kemudahan (X1)	Niat Menggunakan (Y)	Sikap (X3)
X1.2	0.357	0.895	0.319	0.474
X1.3	0.438	0.838	0.394	0.368
X1.4	0.446	0.741	0.158	0.428
X1.5	0.516	0.668	0.243	0.152
X2.1	0.886	0.497	0.393	0.249
X2.2	0.815	0.313	0.240	0.123
X2.5	0.704	0.434	0.184	0.251
Y.1	0.402	0.352	0.868	0.343
Y.2	0.233	0.306	0.874	0.271
Y.3	0.290	0.313	0.874	0.286
x3.1	0.274	0.430	0.337	0.901
x3.2	0.191	0.415	0.258	0.886
x3.3	0.202	0.407	0.313	0.841
X1.1	0.397	0.867	0.307	0.498

Convergent Validity

Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan construct yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, dalam Ghozali, 2011).



Gambar 2. Convergent Validity Awal Hasil Penelitian



Gambar 3. Convergent Validity Perbaikan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada gambar 2 model pengukuran diatas, masih ada indikator nilai loading dibawah 0,5 yaitu variable Kegunaan (X2) pada indicator X2.3 dan X2.6 sehingga indicator harus di crop seperti pada gambar3. Setelah itu hasil analisis pada variabel penelitian telah di atas loading factor lebih besar dari 0,50 sehingga dinyatakan signifikan atau memenuhi syarat convergent validity.

Average Variance Extracted (AVE) dan Corelation Laten

Metode lain untuk menilai discriminat validity adalah membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminat validity yang baik (Forwell dan Lacker, dalam Ghozali, 2011). Hasil pengujian AVE dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini

Tabel 2. Pengujian AVE dan Akar AVE

Konstruk	AVE	Akar AVE
Kemudahan	0,650	0,520
Kegunaan	0,648	0,805
Sikap	0,768	0,258
Niat Menggunakan	0,760	0,365

Melihat dari nilai AVE pada tabel diatas semua variabel nilainya > 0,50 sehingga dapat dikatakan bahwa tiap indikator yang telah diukur telah dapat merefleksikan variabelnya masing-masing secara valid.

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity adalah reliability konstruk dengan melihat output composite reliability atau cronbach's Alpha. Kriteria dikatakan reliabel adalah nilai composite reliability atau cronbach's Alpha lebih dari 0,70 (Yamin dan Heri Kurniawan dalam Ghozali, 2011).

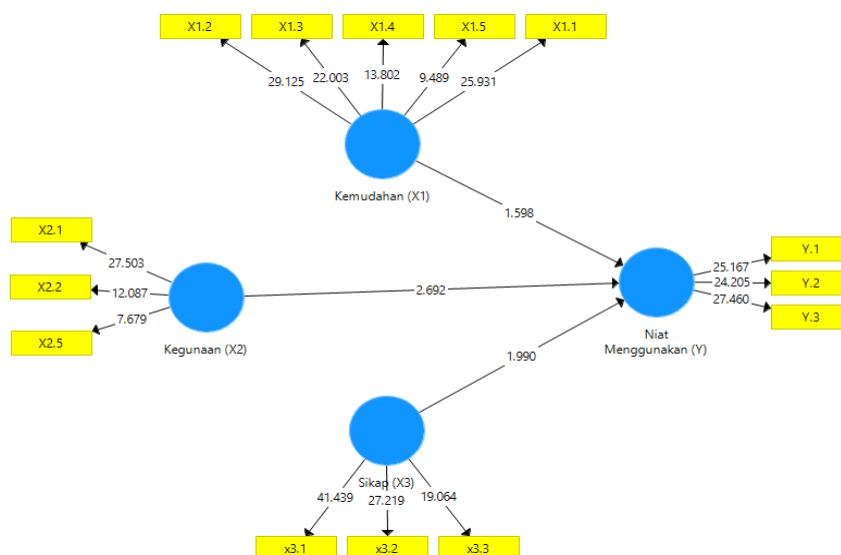
Tabel 3. Croanch's Alpha dan Composite Reliabilty

	Croanch's Alpha	Composite Reliabilty
Kemudahan	0,866	0,902
Kegunaan	0,745	0,846
Sikap	0,849	0,908
Niat Menggunakan	0,845	0.905

Evaluasi Inner Model

1. Uji Inner Model atau Uji Model Structural

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk laten seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian, Berdasarkan out put SmartPLS, didapatkan gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 4. Evaluasi Inner Model Hasil Penelitian

Hasil nilai inner weight gambar diatas menunjukkan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh positif pada niat menggunakan, sedangkan Kegunaan dan Sikap memiliki pengaruh positif pada Niat menggunakan yang ditunjukkan di pengujian hipotesis.

Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab Hipotesis penelitian dapat dilihat t-statistic pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Tabel Antar Konstruk

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Kegunaan (X2) -> Niat Menggunakan (Y)_	0.230	0.244	0.086	2.692	0.007
Kemudahan (X1) -> Niat Menggunakan (Y)_	0.151	0.163	0.094	1.598	0.111
Sikap (X3) -> Niat Menggunakan (Y)_	0.218	0.215	0.110	1.990	0.047

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: (a). Kemudahan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Niat Menggunakan sebesar 0.151, karena nilai T statistik sebesar 1.598 yang berarti kurang dari 1.96, sehingga hipotesis H1 dapat dinyatakan ditolak. (b). Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat Menggunakan sebesar 0.230, karena nilai T statistik sebesar 2.692 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga hipotesis H2 dapat dinyatakan diterima. (c). Sikap memiliki pengaruh positif terhadap Niat Menggunakan sebesar 0.218, karena nilai T statistik sebesar 1.990 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga hipotesis H3 dapat dinyatakan diterima.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan mendukung model yang dibangun oleh Davis (1989) dimana kemudahan persepsian tidak berpengaruh terhadap penerimaan teknologi jika suatu sistem wajib digunakan atau bersifat mandatory. Hal ini disebabkan karena pada April 2018 DJP Kementerian Keuangan mewajibkan pelaporan pajak secara online melalui e-filing untuk SPT Pajak Penghasilan (PPh), serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2018.

PMK yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan untuk menggunakan e-filing tanpa harus memperhatikan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Dengan kata lain, suatu sistem yang tidak mudah dan tidak memiliki banyak manfaat akan tetap digunakan jika terdapat suatu keharusan penggunaan. Hasil penelitian ini berimplikasi bahwa yang menentukan WPOP untuk menggunakan e-filing hanya tergantung dari sikap WPOP terhadap e-filing.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa model yang dibangun oleh Davis (1989) dapat diterapkan jika tidak ada kewajiban untuk menggunakan suatu sistem. Akan tetapi untuk lebih menguatkan hasil penelitian ini dapat dilakukan penelitian ulang dan menggunakan teknik analisa yang yang berbeda. Susanto (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penerimaan wajib pajak terhadap penerimaan e-filing adalah persepsi kegunaan, sikap terhadap penggunaan, kesukarelaan menggunakan, dan norma subjektif. Penelitian yang dilakukan peneliti mendukung penelitian ini.

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ilham, dkk (2015). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, interaksi antara kesukarelaan dengan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan e-filing dan interaksi antara kesukarelaan dengan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan e-filing. Penelitian selanjutnya juga mendukung penelitian sebelumnya yaitu Persepsi kegunaan, dan pengalaman dalam menggunakan e-filing berpengaruh terhadap niat wajib pajak dalam menggunakan e-filing (Ermawati dan Delima, 2016). Kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif terhadap sikap terhadap e-filing. Kegunaan persepsian, kemudahan penggunaan persepsian, dan sikap berpengaruh positif terhadap terhadap e-filing, dan niat menggunakan e-filing (Widiyanesti dan Reynaldi, 2016).

Penelitian lainnya yang didukung penelitian ini dilakukan oleh Noviana, dkk (2017). simpulan dari penelitian tersebut bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Kepuasan Pengguna, Sikap Terhadap Perilaku, Persepsi Pengalaman dan Persepsi kecepatan berpengaruh positif secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang pribadi pada penerapan e-filing dalam menyampaikan SPT Tahunan di KPP Kota Semarang.

Uji secara partial, penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2011), Tjahjadi, (2014), Ilham, dkk (2015), Candra dan Rahmawati (2016), Ermawati dan Delima (2016), Widiyanesti dan Reynaldi (2016), dan Noviana, dkk, (2017) diperoleh hasil bahwa kegunaan

persepsian, sikap terhadap e-filing berpengaruh atau dapat memprediksi niat WP. Hasil berbeda diperoleh pada penelitian ini hanya sikap terhadap e-filing yang dapat memprediksi niat WPOP. Penelitian ini menggunakan alat analisis yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya sehingga dapat menjadi salah satu faktor penyebab perbedaan hasil penelitian.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model TAM yang telah dimodifikasi pada sistem e-filing. Konstruksi TAM untuk menguji e-filing yaitu kegunaan persepsian, kemudahan persepsian, sikap terhadap e-filing pada niat WPOP. Hasil dari uji nilai inner weight semua variabel independen dapat memprediksi atau dapat menjelaskan variabel dependen, artinya variabel kegunaan persepsian, kemudahan persepsian, dan sikap terhadap e-filing mampu menjelaskan atau mampu memprediksi niat WPOP. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2018 mewajibkan pelaporan SPT menggunakan e-filing, berdampak pada hasil pengujian secara partial yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut hasil pengujian secara partial: 1) Variabel Kemudahan persepsian tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan e-filing; 2) Variabel Kegunaan Persepsian memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan e-filing; 3) Variabel sikap Persepsian memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan e-filing.

Saran

Berikut beberapa saran untuk penelitian, yaitu: 1) Peneliti selanjutnya hendaknya dapat meneliti ulang penelitian ini dengan objek yang berbeda; 2) Peneliti selanjutnya dapat menguji sistem e-filing dengan menggunakan model yang lain; 3) Peneliti selanjutnya dapat menguji sistem e-filing pasca PMK Nomor 9/PMK.03/2018 dengan alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. 2017. Strategi Sistem Informasi E-Filing dan E-Billing Sebagai E-Communication Administrasi Perpajakan. Magister Akuntansi. Universitas Negeri Jember
- Candra dan Rahmawati. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E-SPT dalam Pelaporan Pajak. Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Nominal Volume V No 1 Tahun 2015
- Chalik, Irma Adchania. 2017. Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Pengguna E-filing (Studi terhadap Wajib Pajak di KPP Makasar Selatan). Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis. Vol. 2, No 1, Oktober 2017. ISSN 2541-1438; E-ISSN 2550-0783
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly 13. 3, 319-39.
- Direktorat Jenderal Pajak, 2004. Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ/2004 tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan secara Elektronik, Jakarta
- Ermawati, Nanik dan Delima, Zamrud Mirah. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Kegunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-filing (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kabupaten Pati. Universitas Muria Kudus. Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 5 No. 2 Juli 2016, hal. 163-174

- Ilham, dkk. 2015. Model Penerimaan Teknologi Pada Penggunaan Sistem E-Filing di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Dengan Kesukarelaan Sebagai Variabel Moderasi. Program Magister Akuntansi. Universitas Hasanuddin. Volume 4 No. 2 Agustus 2015. ISSN: 2089-7219
- Jogiyanto, HM. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Nasirudin, Moh Makhfal. 2017. Reformasi Teknologi Informasi Perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia
- Noviana, Elisabeth Deny dkk. 2017. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Penerapan E-Filing Terhadap Kepatuhan Dalam Menyampaikan SPT Tahunan di KPP Kota Semarang. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran: Semarang
- Susanto, Nugroho Agung. 2011. Analisis Perilaku Wajib Pajak Terhadap Penerapan Sistem E-filing Direktorat Jenderal Pajak. Tesis. Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Jakarta
- Tjahjadi, Yosef Ervin Riadi Oedi. 2014. Analisis Penerimaan E-filing Oleh Wajib Pajak. Tesis. Program Magister Akuntansi Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta
- Widayati dan Nurlis. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus Pada KPP Pratama Gambir Tiga. Makalah Simposium Nasional Akuntansi XIII: Purwokerto
- Widiyanesti, Sri dan Reynaldi, Mochamad Reno. 2016. Analisis Minat Penggunaan E-filing oleh Wajib Pajak Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di KPP Pratama Purwakarta. Jurnal Manajemen Indonesia Vol.16 – No. 1 April 2016

PENERAPAN SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PELAYANAN MEDIS PADA PUSKESMAS DI KOTA JAMBI

Reni Yustien¹⁾, Netty Herawaty²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Indonesia
Korespondensi email : reni.yustien@unja.ac.id

Abstract

This study intends to explain the application of management control systems and internal control on the performance of medical service employees at the puskesmas in the city of Jambi. This study uses primary data by distributing questionnaires to all Puskesmas staff working at the Jambi City Puskesmas. The way to determine the sample in this study is purposive sampling so as to obtain a sample of 10 accredited puskesmas. This research uses descriptive analysis. The first result shows that the management control system on the performance of the employees of the Jambi City Public Health Center medical services has been implemented effectively. Secondly, internal control on the performance of the employees of the Jambi City Puskesmas medical service has been carried out effectively. Third, the performance of employees in Jambi city health centers has been effective. Fourth, the implementation of a management control system and internal control over the performance of medical service employees at the Jambi City Health Center has been carried out effectively and efficiently.

Keywords : *Employee Performance, Internal Control, Management Control Systems.*

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan mengenai penerapan sistem pengendalian manajemen dan pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pelayanan medis pada puskesmas di kota Jambi. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner sebagai kepada pegawai puskesmas yang telah bekerja di puskesmas kota Jambi. Cara menentukan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling sehingga memperoleh sampel sebanyak 10 puskesmas yang terakreditasi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil pertama menunjukkan bahwa sistem pengendalian manajemen pada kinerja karyawan pelayanan medis puskesmas kota Jambi sudah dilaksanakan secara efektif. Kedua, pengendalian internal pada kinerja karyawan pelayanan medis puskesmas kota Jambi sudah dilaksanakan secara efektif. Ketiga, kinerja karyawan di puskesmas kota Jambi sudah efektif. Keempat, penerapan sistem pengendalian manajemen dan pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pelayanan medis pada puskesmas kota Jambi telah dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Kata Kunci : Kinerja Karyawan, Pengendalian Internal, Sistem Pengendalian Manajemen.

PENDAHULUAN

Sistem pengendalian manajemen penting dalam suatu organisasi, dimulai dari perencanaan, agar tujuan organisasi yang akan di kelola bisa terwujud atau tercapai yang akan menjadi pedoman, agar hasil akhir dari sistem pengendalian manajemen dapat tercapai

secara efektif dan efisien. Pengendalian ini penting dilakukan untuk menjamin apa yang telah dilakukan sesuai dengan yang direncanakan (Darmansyah, 2015). Tujuan organisasi dapat dicapai dengan efektif dan efisien jika pengendalian keseluruhan aktifitas dilakukan dengan konsep pengendalian manajemen yang tepat. Adapun wujud nyata dalam penyediaan layanan publik dibidang kesehatan adalah puskesmas. Pengendalian internal yang digunakan di dalam lingkup perusahaan terdiri dari kebijakan dan prosedur yang dirancang agar manajemen mendapat keyakinan yang memadai bahwa perusahaan mencapai tujuan dan sasarannya (Arens et al, 2013).

Masalah yang dirasakan sebagian besar masyarakat di kota Jambi adalah sikap yang kurang disiplin petugas medis pada unit pelayanan puskesmas juga menjadi sebuah masalah. Masyarakat kadangkala mengeluhkan adanya perlakuan kurang baik oleh para petugas medis yang dinilai cenderung arogan, kadang-kadang terbatasnya persediaan obat-obatan pada puskesmaspun menjadi alasan. Singkatnya jam kerja puskesmas yang hanya menjelang siang sampai jam 12, bahkan kadangkala jam 11 petugas medis sudah tidak mau menerima pasien yang dianggap sudah terlambat, beberapa hal lain diantaranya terbatasnya kemampuan keuangan, kurangnya wewenang puskesmas dalam memanfaatkan peluang yang ada, pengelolaan kegiatan puskesmas yang belum mandiri, serta motivasi dalam melaksanakan tugas di puskesmas yang masih rendah disebabkan kurangnya kesejahteraan.

Secara khusus, beberapa tujuan yang hendak dicapai sesuai dengan Penelitian ini : 1)

Melahirkan artikel-artikel ilmiah dari temuan-temuan baru yang diterbitkan di dalam jurnal ilmiah nasional terakreditasi; 2) Diseminasi temuan-temuan baru melalui kegiatan pertemuan ilmiah (seminar, lokakarya, simposium), baik tingkat regional maupun nasional.

Menurut Robert N. Anthony dan Vijay Govindarajan (2005) sistem pengendalian manajemen adalah sebagai suatu alat dari alat-alat lainnya untuk mengimplementasikan strategi yang berfungsi untuk memotivasi anggota-anggota organisasi guna mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian menurut pandangan ini perkembangan strategi dapat dipengaruhi sistem pengendalian manajemen.

Pengendalian manajemen memiliki tujuan yaitu menjamin bahwa strategi yang dijalankan sesuai dengan tujuan suatu perusahaan yang diinginkan. Adapun sifat pengendalian manajemen adalah menyeluruh dan terpadu yang berarti lebih mengarah ke berbagai upaya yang dilakukan manajemen agar tujuan organisasi terpenuhi (Evelyn, 2015).

Anthony dan Govindarajan (2005), menyatakan bahwa tujuan utama sistem pengendalian manajemen adalah : “Memastikan (sejauh mungkin) tingkat keselarasan tujuan (good congruence) yang tinggi. Dalam proses yang sejajar dengan tujuan, manusia diarahkan untuk mengambil tindakan yang sesuai dengan kepentingan pribadi mereka sendiri, yang sekaligus juga merupakan kepentingan suatu perusahaan”.

Sumarsan (2013), menyatakan bahwa sistem pengendalian manajemen memiliki tujuan, yaitu: 1)memiliki keandalan dan integritas, 2)Patuh pada kebijakan, rencana, prosedur, peraturan dan ketentuan yang berlaku, 3)Melindungi harta perusahaan, 4)Pencapaian kegiatan yang ekonomi dan efisien, sumber daya bersifat terbatas mendorong organisasi menerapkan prinsip ekonomi.

Sistem pengendalian manajemen memiliki unsur-unsur yang dapat diandalkan (reliable) yaitu sebagai berikut (Sumarsan, 2013): a) Keahlian karyawan sesuai dengan tanggungjawabnya, b)pemisahan tugas, c) sistem pemberian wewenang, tujuan dan teknik serta pengawasan yang wajar untuk mengadakan pengendalian atas harta, utang penerimaan dan pengeluaran, d) Pengendalian terhadap penggunaan harta dan dokumen serta formulir

yang penting, dan e)Periksa fisik harta dengan catatan-catatan harta dan utang, atau yang benar-benar ada, dan mengadakan tindakan koreksi jika dijumpai adanya perbedaan.

Menurut Victor, dkk (2007), sistem pengendalian manajemen memiliki keterbatasan, yaitu 1)Kurang matangnya suatu pertimbangan, artinya efektivitas pengendalian seringkali dibatasi dengan adanya keterbatasan manusia dalam pengambilan keputusan. 2)Kegagalan menerjemahkan perintah, artinya pengendalian telah didesain sebaik-baiknya, tetapi kegagalan dapat terjadi dikarenakan adanya pegawai/staf salah dalam menerjemahkan suatu perintah dari pimpinan. 3)Pengabaian manajemen, artinya pengendalian manajemen dapat berjalan dengan efektif apabila pihak dalam organisasi dari tingkat tertinggi hingga terendah melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai kewenangan serta tanggung jawabnya. 4)Adanya kolusi, artinya salah satu ancaman dari pengendalian yang efektif.

Pengendalian internal adalah meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen (Mulyadi, 2013). Sedangkan menurut COSO, pengendalian internal adalah suatu proses yang dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen dan karyawan yang dirancang untuk memberikan jaminan yang meyakinkan bahwa tujuan suatu organisasi dapat tercapai melalui efisiensi dan efektivitas operasi, penyajian laporan keuangan dapat dipercaya, ketaatan terhadap undang-undang dan aturan yang berlaku.

Menurut Sukrisno (2004), komponen pengendalian internal terdiri dari: 1) Lingkungan pengendalian, menetapkan corak suatu organisasi, mempengaruhi kesadaran pengendalian orang-orangnya, 2) Penaksiran risiko, mengidentifikasi risiko dan analisis terhadap risiko yang relevan untuk mencapai tujuannya, 3) Aktivitas pengendalian, kebijakan dan prosedur yang membantu menjamin bahwa arahan manajemen dilaksanakan, 4) Informasi dan komunikasi, pengidentifikasian, penangkapan, dan pertukaran informasi dalam suatu bentuk dan waktu yang memungkinkan orang melaksanakan tanggungjawab mereka, dan 5) Pemantauan, proses yang menentukan kualitas kinerja pengendalian intern sepanjang waktu.

Mangkunegara (2009) bahwa “kinerja karyawan adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sehingga mendapatkan tanggung jawab yang sesuai diberikan kepadanya”.

Menurut Mangkuprawira (2007) ada 3 faktor: 1) Faktor personal atau individual, meliputi unsur pengetahuan ketrampilan (skill), kemampuan, kepercayaan diri, motivasi, dan komitmen yang dimiliki oleh tiap individu karyawan. 2) Faktor kepemimpinan, meliputi aspek kualitas manajer dan teamleader dalam memberikan dorongan, semangat, arahan dan dukungan kerja kepada karyawan melalui pemberian insentif, bonus, penghargaan dan lainnya. 3)Faktor tim, meliputi kualitas dukungan dan semangat yang diberikan oleh rekan dalam satu tim, kepercayaan terhadap sesama anggota tim, kekompakan dan keeratn anggota tim.

Iwan Setiawan, Kartika Titisari, Anita Wijayanti (2016) Pengaruh sistem akuntansi manajemen dan sistem pengendalian manajemen terhadap kinerja manajerial di lorin group, hasilnya Sistem akuntansi manajemen secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja manajerial di Lorin Group, dan sistem pengendalian manajemen secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja manajerial di Lorin Group tetapi sistem akuntansi manajemen dan sistem pengendalian manajemen secara simultan berpengaruh terhadap kinerja manajerial di Lorin Group.

Pengaruh penerapan struktur pengendalian manajemen melalui proses pengendalian manajemen Terhadap kinerja manajerial pada rumah sakit Pemerintah di kota Jambi (Reni Yustien, Andi Mirdah, Ratih Kusumastuti 2013).

Pengaruh sistem pengendalian manajemen dan implementasi manajemen kualitas terhadap kinerja perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Konstruksi di Kota Padang).rial SKPD. Sistem pengendalian manajemen berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan sedangkan implementasi Manajemen Kualitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan (Gani Abdel Majed 2013).

Reni Yustien (2012) Pengaruh penerapan sistem pengendalian manajemen pada pusat pendapatan dan pusat manajerial rumah sakit umum tipe B di Provinsi Jawa Barat. Hasilnya.Penerapan struktur pengendalian manajemen berpengaruh positif terhadap proses pengendalian manajemen pada pusat pendapatan dan pusat biaya RSUD tipe B di Provinsi Jawa Barat.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data merupakan pengelompokan data yang didasarkan pada sifat data tersebut (Ikhsan dan Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data primer. Penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk persepsi atau jawaban responden (sampel), penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada manajer yang terkait. Kuesioner yang akan disampaikan kepada responden dengan jenis pertanyaan yang bersifat tertutup.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah puskesmas di kota Jambi yang sudah terakreditasi sesuai dengan standar akreditasi yang ditetapkan berdasarkan permenkes no.46 thn 2015 mengenai akreditasi puskesmas. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh karyawan pelayanan medis puskesmas, adapun untuk jumlah puskesmas yang sudah terakreditasi di kota Jambi berjumlah sepuluh (10) puskesmas dengan pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling, yaitu pengambilan sampel secara keseluruhan dari populasi (puskesmas) yang sudah terakreditasi. Penelitian ini dilakukan di Puskesmas kota Jambi yang sudah sumber data penelitian ini diperoleh dengan pengumpulan data primer melalui kuisioner. Teknik pengumpulan data dalam penenlitian ini dengan tiga cara, yaitu wawancara, penyebaran kuesioner kepada pihak yang bersangkutan dan observasi.

Sampel

Penelitian ini menggunakan purposive sampling sebagai penentuan sampel. Kriteria-kriteria penarikan sampel adalah karyawan yang menerapkan sistem pengendalian manajemen pada puskesmas di kota Jambi. Dari hasil seleksi tersebut diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 orang karyawan.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan kualitas kinerja karyawan medis puskesmas di kota Jambi. Sedangkan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah puskesmas yang terakreditasi di kota Jambi.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas, penelitian ini menggunakan Pearson Correlation sebagai pengujian validitas. Apabila Pearson Correlation yang didapat memiliki nilai di bawah 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid (Ghozali, 2011). Untuk mengukurnya menggunakan IBM SPSS Statistics 21 for Windows.

Uji Reliabilitas, penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach's alpha (α) sebagai uji reliabilitasnya, dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,6$. Untuk mengukurnya menggunakan IBM SPSS Statistics 21 for Windows.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Tabel 1 Data Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Frekuensi	%
Kuesioner yang disebar	50	100%
Kuesioner yang kembali	50	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%

Sumber: Data Primer yang diolah (2019)

Puskesmas yang sudah terakreditasi di kota Jambi berjumlah sepuluh (10) puskesmas, diantaranya : 1. Puskesmas Putri Ayu Telanai kota Jambi, 2. Puskesmas Pakuan Baru jalan Sudirman kota Jambi, 3. Puskesmas Rawa Sarijala TP Sri Wijaya kota Jambi, 4. Puskesmas Simpang Kawat kota Jambi, 5. Puskesmas Koni kota Jambi, 6. Puskesmas Aur Duri Perumnas Aur Duri, 7. Puskesmas Paal V kota Jambi, 8. Puskesmas X kota Jambi, 9. Puskesmas Empat Sipin, 10. Puskesmas Talang Bakung kota Jambi.

Keterangan pada tabel 1 diatas ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian kuesioner sebesar 100% atau 50 kuesioner, berarti hampir seluruh kuesioner yang disebar kembali pada peneliti. Kuesioner yang dapat diolah sebanyak 50 responden. Hal ini menyakaan bahwa responden pada penelitian ini cukup memiliki pemahaman dan keseriusan untuk memberikan persepsinya terhadap kuesioner yang diisi.

Sistem Pengendalian Manajemen

Hasil tabel 2 dibawah dapat dijelaskan bahwa penerapan sistem pengendalian manajemen di puskesmas kota Jambi sudah terlaksana dengan baik, dapat dilihat melalui indikator struktur pengendalian manajemen termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor 172,9 dan indikator proses sistem pengendalian manajemen juga termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor 172,3.

Sistem pengendalian manajemen adalah sebuah sistem yang terdiri dari subsistem yang saling berhubungan, yaitu pemrograman, penganggaran, pelaporan akuntabilitas, dan kinerja serta sistem pendelegasian wewenang dalam membantu manajemen di organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang strategi secara efisien dan efektif (Annisa, 2018).

Tabel 2. Deskripsi Tanggapan Responden untuk Variabel Sistem Pengendalian Manajemen

No	Indikator	Total Skor	Rata-rata skor	Ket
1	Struktur pengendalian manajemen	2248	172,9	BAIK
2	Proses sistem pengendalian manajemen	2067	172,3	BAIK

Sumber: Hasil data olah dari kuesioner (2019)

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan variable sistem pengendalian manajemen efisien dan efektif artinya sistem pengendalian yang didapat di suatu puskesmas dapat dihandalkan/baik, hal ini ditunjukkan dari struktur pengendalian manajemen dan proses

system pengendalian manajemen akurat dalam memberikan informasi dan tepat waktu dalam mengerjakan tugas.

Pengendalian internal

Hasil tabel 3 dibawah dapat dijelaskan bahwa penerapan variabel pengendalian internal di puskesmas kota Jambi telah dilaksanakan dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari indikator lingkungan pengendalian memiliki rata-rata skor 173 dengan kategori baik, artinya sikap para manajemen dan karyawan terhadap pentingnya pengendalian di suatu perusahaan/organisasi sangat baik sesuai dengan yang diharapkan dan di terapkan oleh perusahaan/organisasi. Indikator penilaian resiko mendapatkan kategori baik dengan rata-rata skor 179,7, artinya manajemen dapat mengatasi resiko dan tindakan-tindakan yang perlu diatasi supaya tidak terjadi hal-hal yang merugikan suatu perusahaan/organisasi. Indikator aktivitas pengendalian dengan rata-rata skor 176 memiliki kategori baik, artinya pengendalian memiliki keyakinan yang sangat memadai guna mewujudkan tujuan perusahaan dan menghindari kecurangan. Indikator informasi dan komunikasi termasuk didalam kategori baik dengan rata-rata skor 175,3, artinya informasi dan komunikasi sudah memberikan keputusan yang baik dalam perusahaan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Indikator terakhir adalah pemantauan memiliki rata-rata skor 182,3 dengan kategori baik, artinya pengawasan yang terapkan di perusahaan sudah dilakukan sesuai dengan tugas yang telah diberikan dalam mengamati atau mengawasi perilaku karyawan.

Farida (2019) menyatakan bahwa pengendalian internal memberikan jaminan yang sangat memadai sehingga asset yang dimiliki oleh perusahaan dapat diamankan sebagaimana semestinya, informasi akuntansi yang akurat dan dapat diandalkan dalam mengambil keputusan dan karyawan yang bisa diandalkan dalam menataati hukum dan peraturan yang berlaku. Berikut ini tabel 3 variabel pengendalian internal

Tabel 3. Deskripsi Tanggapan Responden untuk Variabel Pengendalian Internal

No	Indikator	Total Skor	Rata-rata skor	Ket
1	Lingkungan pengendalian	1038	173	BAIK
2	Penilaian resiko	539	179,7	BAIK
3	Aktivitas pengendalian	880	176	BAIK
4	Informasi dan komunikasi	701	175,3	BAIK
5	Pemantauan	547	182,3	BAIK

Sumber: Hasil data olah dari kuesioner (2019)

Kinerja Karyawan

Tabel 4. Deskripsi Tanggapan Responden untuk Variabel Kinerja Karyawan

No	Indikator	Total Skor	Rata-rata skor	Ket
1	Efektivitas dan efisiensi	2001	181,9	BAIK
2	Tanggung jawab	1600	177,8	BAIK
3	Disiplin	1233	176,1	BAIK
4	Inisiatif	2352	180,9	BAIK

Sumber: Hasil data olah dari kuesioner (2019)

Hasil dari tanggapan responden pada tabel 4 diatas dapat di lihat bahwa kinerja karyawan tergolong dalam kategori baik, sesuai dengan yang dinyatakan oleh sedarmayanthi

(2010) bahwa karyawan memberikan hasil kerja sesuai dengan standar kerja yang diterapkan. Hal ini terlihat dari indikator variabel kinerja karyawan yang menunjukkan: 1. Efektivitas dan efisiensi memiliki rata-rata skor 181,9 dengan kategori baik, hal ini dapat diartikan bahwa kinerja karyawan di puskesmas kota Jambi sudah dilaksanakan sesuai dengan prosedur sehingga mampu mencapai sasaran atau tujuan yang diinginkan. 2. Indikator tanggung jawab memiliki rata-rata skor 177,8 dengan kategori baik, artinya karyawan mematuhi aturan yang diterapkan, seperti datang tepat waktu, jujur dalam melakukan pekerjaan yang diberikan, konsisten dalam bekerja, memiliki etika yang baik dan bisa bekerja dalam tim. Sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan pihak puskesmas, hal ini terbukti dari instrumen penelitian yang telah diisi oleh responden penelitian. 3. Indikator disiplin memiliki rata-rata skor 176,1 dengan kategori baik, hal ini menunjukkan karyawan pelayanan medis dapat bertanggung jawab dalam menerapkan disiplin waktu, dan penerapan tanggung jawab yang diterapkan saat ini. Hal ini terbukti dari hasil instrumen penelitian yang menunjukkan kedisiplinan dalam peraturan berpakaian, tingkah laku dan berbicara. 4. Indikator inisiatif memiliki rata-rata skor 180,9 dengan kategori baik. Karyawan pelayanan medis puskesmas memiliki keinginan untuk mengerti akan tugasnya sesuai dengan tanggung jawabnya sebagai pelayanan medis puskesmas.

Penerapan sistem pengendalian manajemen dan pengendalian internal terhadap kinerja karyawan

Penerapan sistem pengendalian manajemen dan pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pelayanan medis pada puskesmas telah dilaksanakan secara efektif dan efisien, dikarenakan dengan penerapan sistem pengendalian manajemen akan mempermudah, mempercepat dan tepat waktu dalam menyelesaikan tugas yang dilakukan sehingga karyawan bisa mengerjakan tugas yang lain. Hasil penelitian ini senada dengan annisa (2019) dan Hinaya (2018) menyatakan bahwa sistem pengendalian manajemen berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Sedangkan Farida (2019), Ida Ayu (2019) dan Maharani (2015) yang menyatakan bahwa pengendalian internal berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Pengendalian internal yang ada pada setiap karyawan pelayanan medis puskesmas telah memadai dalam setiap unsur-unsurnya antara lain: lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, pemantauan. Apabila karyawan memahami lingkungan pengendalian yang ada maka dapat dipastikan bahwa kinerja yang dilakukan oleh karyawan dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai organisasi, sehingga dengan penerapan kinerja karyawan dapat terlaksana dengan baik. Indikator pemantauan memiliki rata-rata skor paling tinggi, hal ini membuktikan kinerja karyawan pelayanan medis telah menerapkan pengendalian internal pada puskesmas secara efektif dan efisien.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Sistem pengendalian manajemen pada kinerja karyawan pelayanan medis puskesmas kota Jambi sudah dilaksanakan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari indikator struktur pengendalian manajemen dan proses sistem pengendalian manajemen dalam kategori baik.

Pengendalian internal pada kinerja karyawan pelayanan medis puskesmas kota Jambi sudah dilaksanakan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari indikator lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi serta pemantauan telah masuk dalam kategori baik, artinya pengendalian internal telah melaksanakan tugas yang sesuai dengan aturan atau prosedur yang diterapkan di puskesmas.

Kinerja karyawan di puskesmas kota Jambi sudah efektif. Hal ini dilihat dari indikator efektivitas dan efisiensi, tanggung jawab, disiplin dan inisiatif. Dengan efektivitas dan efisiensi yang baik mampu mencapai sasaran atau tujuan yang diinginkan oleh puskesmas, tanggung jawab yang baik dalam bekerja mampu mengambil resiko atas tugas yang diberikan. Penerapan sistem pengendalian manajemen dan pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pelayanan medis pada puskesmas telah dilaksanakan secara efektif dan efisien

Saran

Dalam meningkatkan sistem pengendalian manajemen yang lebih baik lagi, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi dan memberikan keamanan dalam keakuratan informasi seperti keamanan sistem dengan selalu mengecek kerusakan terhadap sistem secara berkala.

Puskesmas mampu mempertahankan pengendalian manajemen agar tetap stabil sehingga dapat bersaing dengan rumah sakit untuk mendapatkan pendapatan dan laba dengan mempertahankan pelanggan.

Dalam memberikan pelatihan terhadap karyawan supaya karyawan bisa berperan aktif dalam memberikan ide, gagasan, ataupun kritikan dalam pelaksanaan tugas yang diberikan perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Jambi yang membantu pendanaan penelitian ini melalui PNPB Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi tahun 2019 dan seluruh puskesmas yang terakreditasi di kota Jambi atas informasi dan partisipasinya dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony N Robert, Govindarajan Vijay. 2005. Management Control System. Jakarta: Selemba Empat.
- Arens, et al. 2013. Audit dan Jasa Assurance: Pendekatan Terpadu (Adaptasi Indonesia). Jakarta: Penerbit Selemba Empat.
- Darmansyah. 2015. <http://darmansyah.weblog.esaunggul.ac.id/2015/03/23/mengapa-perlu-sistem-pengendalian-manajemen/> (Diakses pada tanggal 21 Januari 2017).
- Hakim, annisa. 2018. Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Inti Bumi Perkasa. Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi, Vol.2, No.4, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana.
- Hinaya. 2018. Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Federal Internasional Finance Cabang Palopo. Jurnal of economic, management, and accounting, Vol 1, No 1, Fakultas Ekonomi, Universitas Andi Djemma.
- Ida Ayu, D. P. M. 2019. Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Akuntansi, Vol.28, No.1, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.
- Ismail, F. Farida. 2019. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada. Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi, Vol.3, No.1, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana.

- Jusup Haryono. 2014. Auditing (Pengauditan Berbasis ISA). Yogyakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Maharani, F.L. 2015. Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan pada Divisi Pelayanan Medis di Rumah Sakit Jember Klinik. *Jurnal Akuntansi*, Vol.13, No.2, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.
- Majed Abdel Gani. 2013. Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen Dan Implementasi Manajemen Kualitas Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Universitas Negeri Padang.
- Mangkunegara, A.P. 2009. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Mangkuprawira, Sjafrri & Hubeis, A.V. 2007. Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyadi. 2013. Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014
- Setiawan Iwan, Titisari Kartika, Wijayanti Anita. 2016. Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Dan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial Di Lorin Group: Simposium Nasional Akuntansi, Universitas Islam Batik.
- Sharlica,
Evelyn.2015.<http://www.jtanzilco.com/blog/detail/199/slug/pentingnyasistempengendalian-manajemen>(Diakses pada tanggal 12 Oktober 2019).
- Sitorus Victor, dkk. 2007. Sistem Pengendalian Manajemen. Edisi Kelima. Bogor: Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pengawasan BPKP.
- Sukrisno, Agoes. 2004. Auditing (Pemeriksaan Akuntan) oleh Kantor Akuntan Publik, Edisi ketiga, Jilid 1. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia.
- Sumarsan, Thomas. 2013. Sistem Pengendalian Manajemen, Konsep, Aplikasi dan Pengukuran Kinerja. Edisi 2. Indeks.
- Yustien Reni, dkk. 2013. Pengaruh Penerapan Struktur Pengendalian Manajemen Melalui Proses Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Pemerintah Dikota Jambi. *Jurnal ISSN*, Volume 15, Nomor 1, Hal.98-112. Fakultas Ekonomi, Universitas Jambi.
- Yustien Reni. 2012. Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen pada Pusat Pendapatan dan Pusat Biaya Terhadap Kinerja Manajerial Rumah Sakit Umum Tipe B di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi*, Vol.4, No.1, Hal 44-53. Fakultas Ekonomi, Universitas Riau.

PROGRAM LOYALITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Mulyadi Raf¹⁾, Agus Syarif²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi Universitas Jambi

Korespondensi email : mulyadi_raf@unja.ac.id, agus_syarif@unja.ac.id

Abstract

This study aims to analyze 1) the effect of the loyalty program on customer satisfaction, 2) the effect of customer satisfaction and customer loyalty, and 3) the role of customer satisfaction in mediating the relationship of customer loyalty programs and cellular customer loyalty to cellular service operators in Jambi City. To examine the relationship between the constructs of this study, a model was designed as a conceptual framework for research. A total of 202 samples were randomly drawn from the population of cellular card users in the city of Jambi. Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS software version 3. was used for analysis. The results showed that customer perceptions of the benefits of the loyalty program had a direct and significant effect on customer loyalty with path coefficient of 0.237 (t statistics = 2.669 < t able 1.96). Customer perceptions of the benefits of the customer loyalty program also significantly influence customer satisfaction with a path coefficient of 0.625 (t statistics = 2.669 > t table 1.96). Customer satisfaction also has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient with a path coefficient of 0.256 (t statistics = 2.893 > t tables = 1.96). Customer satisfaction is a role as a mediating variable that is partial (quasi mediation).

Keywords : *Loyalty program, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) pengaruh program loyalitas terhadap kepuasan pelanggan, 2) pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan 3) peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan program loyalitas pelanggan dan loyalitas pelanggan seluler pada operator layanan seluler di Kota Jambi. Untuk menguji hubungan antar konstruk penelitian ini, maka dirancang sebuah model sebagai kerangka konseptual penelitian. Sebanyak Sampel 202 sampel ditarik secara acak dari populasi pengguna kartu seluler di Kota Jambi. Structural Equation Modeling (SEM) dengan software Smart PLS versi 3. digunakan untuk analisis. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa persepsi pelanggan terhadap manfaat program loyalitas berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan koefisien jalur 0,237 (t statistik = 2,669 < t tabel 1,96). Persepsi pelanggan terhadap manfaat program loyalitas pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,625 (t statistik = 2,669 > t tabel 1,96). Kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur dengan koefisien jalur 0,256 (t statistik = 2,893 > t tabel = 1,96). Kepuasan pelanggan merupakan berperan sebagai variabel mediasi yang bersifat parsial (quasi mediation).

Kata Kunci : *Program loyalitas, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Industri seluler Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat selama dekade terakhir. Beberapa restrukturisasi pasar yang terjadi membuat persaingan pasar seluler semakin intens. Pada tahun 2017 penyelenggara telepon selular terdiri atas 8 perusahaan telekomunikasi, yaitu PT Indosat, PT Telkomsel, PT Smart Telecom, PT Smartfren Telecom, PT XLAxiata, PT Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (STI), PT Axis Telecom Indonesia, dan PT Hutchison CP Telecommunication. Seiring dengan berkembangnya jumlah penyelenggara layanan telepon selular, jumlah pelanggan telepon selular di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Selama periode 2013—2017, jumlah pelanggan telepon selular meningkat hampir dua kali lipatnya dengan pertumbuhan 9,73 persen per tahun.

Namun di sisi lain, tingkat difusi atau akumulasi presentase pangadopsian produk atau jasa baru seluler mengalami stagnan, yang ditunjukkan oleh penurunan tingkat kenaikan jumlah pelanggan. Ini merupakan indikasi bahwa pasar telah sampai pada tahap kejenuhan. Dalam kondisi yang seperti ini para penyedia jasa telekomunikasi mengalami ketidak stabilan penjualan, arus kas dan laba secara berkelanjutan. Penyebab utamanya menurut Matzler et al., (2015) adalah meningkatnya persaingan dan menurunnya loyalitas pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang intens, menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada tidak hanya sulit tetapi juga mahal (Kim et al., 2004). Penelitian pasar yang dilakukan oleh Zoratti (2012) mengungkapkan bahwa rata-rata pengguna ponsel berpindah operator setiap 48 bulan untuk mengambil keuntungan dari biaya rendah dan manfaat dari penandatanganan kontrak baru.

Keropyan dan Gil-Lafuente (2012) mengatakan bahwa dalam situasi bersaing yang semakin intens program loyalitas dapat memberikan manfaat yang besar bagi penyedia jasa seluler. Hal yang senada juga dikatakan oleh Dorotic et al., (2012) bahwa strategi pemasaran perusahaan mestinya bergeser dari upaya untuk mengakuisisi pembeli (customer acquisition) kepada upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Czajkowski dan Sobolewski (2016) bahwa perusahaan jasa telekomunikasi seluler harus memanfaatkan konsumen yang ada untuk meningkatkan keuntungan mereka. Salah satu bentuk program yang paling umum dilaksanakan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri jasa adalah program loyalitas (Baran, Strunk, & Galka, 2008).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mempelajari program loyalitas, misalnya bagaimana pelanggan memahami persepsi manfaat dari program loyalitas (Bose & Rao, 2011; Radder et al., 2015), mengembangkan skala yang mengukur manfaat utama yang dipersepsi pelanggan ketika mereka berpartisipasi dalam program loyalitas (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010); dampak nilai hedonic dan utilitarian terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku (Hanzaee & Rezaeyeh, 2013); hubungan antara manfaat program (Omar et al., 2015), keterkaitan antara manfaat yang dirasakan dari program loyalitas ritel (Kim et al., 2013; Omar et al., 2015), Namun demikian, tidak banyak penelitian tentang pengaruh program loyalitas pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam sektor jasa telekomunikasi seluler. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana program loyalitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan operator seluler dengan kepuasan pelanggan berperan variabel mediasi.

Loyalitas pelanggan merupakan elemen penting dari keberhasilan organisasi dan profitabilitas (Oliver 1997), karena konsumen yang menunjukkan loyalitasnya terhadap suatu jasa lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dengan lebih sering dan lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli (Dehghan dan Shahin 2011). Akademisi dan praktisi telah

mengeksplorasi berbagai manfaat loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif dalam setiap lingkungan bisnis yang persaingannya sangat ketat (Seto-Pamies, 2012; Saleem, Zahra, Ahmad, & Ismail, 2016). Pan et al., (2012) misalnya menjelaskan bahwa menciptakan dan memperahankan pelanggan membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang saling menguntungkan. Pelanggan yang loyal memperlihatkan keterikatan dan komitmen terhadap perusahaan, dan tidak tertarik dengan tawaran pesaing (So et al., 2013). Pelanggan yang loyal mau membayar lebih, memperlihatkan niat beli yang lebih tinggi dan tidak mau pindah ke pesaing (Evanschitzky et al., 2012). Pelanggan yang loyal memperlihatkan lima jenis perilaku ini; (1) Mengatakan hal positif penyedia jasa kepada orang lain, (2) merekomendasikan penyedia jasa kepada orang lain, (3) mendorong teman-teman dan kerabat untuk berlangganan penyedia jasa tersebut, (4) memprioritaskan produk penyedia jasa kepada orang lain, dan (5) melaksanakan pembelian ulang.

Chi-Chen, Chang, & Chuang (2016). Mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan bisnis di tengah-tengah lingkungan kompetitif banyak perusahaan menggunakan strategi defensif. Salah satu bentuk strategi defensif adalah program loyalitas. Strategi ini menjadi populer karena kemampuannya dalam mempertahankan pelanggan dan mengubah mereka menjadi loyal (Seto-Pamies (2012). Program loyalitas pelanggan adalah strategi pemasaran yang dirancang untuk memberikan insentif kepada pelanggan guna memperkuat pertukaran pemasaran lanjutan dengan pelanggan dan memperoleh loyalitas mereka berbasis terkoordinasi dan keanggotaan, (Sandada dan Matibiri, 2015).

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa program loyalitas berperan penting untuk memastikan pelanggan mereka puas dan dipertahankan (Bahri-Ammari & Bilgihau, 2017). Efektivitas program loyalitas diukur melalui pencapaian tingkat tertentu ambang kepuasan pelanggan (Keh & Lee, 2006). Demoulin & Ziddah (2008) mengungkapkan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang juga merupakan anggota program loyalitas, dan mereka cenderung lebih loyal dan kurang sensitif terhadap harga.

Kepuasan pelanggan juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kumar dan Vandana (2011) dalam penelitian mereka pada industri komunikasi di India menemukan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai kaitan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam lingkungan industri yang berbeda (Chen dan Cheng (2012); Deng et al., 2010). Penelitian oleh Zhang dan Lu et al (2014) menunjukkan bahwa dalam konteks layanan komunikasi mobile kepuasan pelanggan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap dalam berbagai studi sebagai variabel penting dalam model loyalitas pelanggan (Chen dan Cheng, 2012; Deng et al., 2010).

Omar, Aziz, & Nazri (2011) mengemukakan bahwa pada aspek lain dari kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara program loyalitas dan loyalitas pelanggan. Literatur lainnya lebih lanjut mengungkapkan bahwa program loyalitas adalah anteseden dari kepuasan pelanggan (Soderlund & Colliander, 2015; Meyer-Waarden, 2007; DeMoulin & Ziddah, 2008) dan kepuasan pelanggan adalah anteseden dari loyalitas pelanggan (Keh & Lee, 2006; Kandampully, Zhang, & Bilgihan, 2015). Argumen lebih lanjut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah salah satu dari anteseden loyalitas pelanggan yang cenderung sesuai dengan emosi dan kognisi pelanggan (Vesel & Zabkar, 2009) dan faktor-faktor lain yang diperlukan untuk mencegah setiap pembelotan pelanggan.

Lennheer et al. (2007) mengatakan bahwa pelanggan lebih cenderung untuk bergabung dengan program loyalitas jika mereka melihat bahwa mereka mendapatkan manfaat finansial

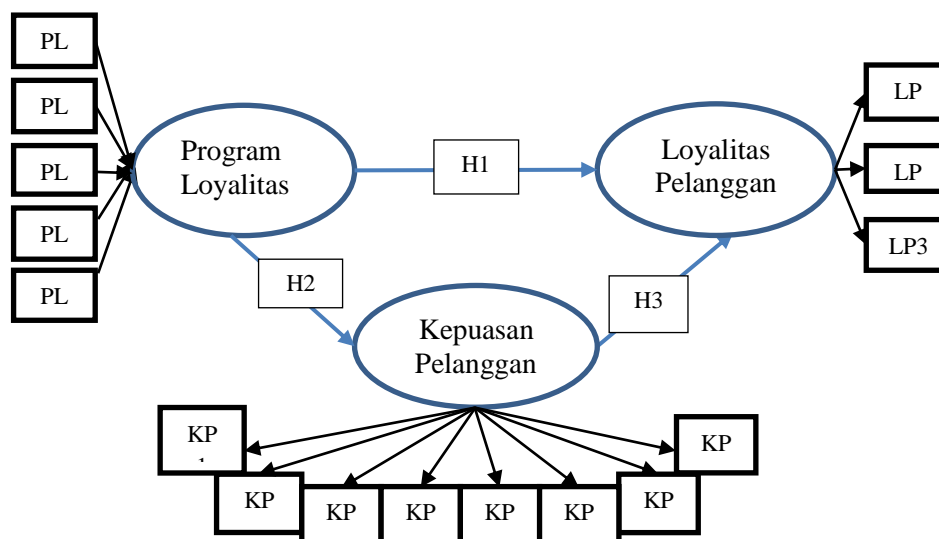
maupun non-finansial. Menurut Mimouni-Chaabane & Volle (2010), manfaat yang dirasakan pelanggan dapat dibagi menjadi 4 kategori, yaitu: manfaat utilitarian, hedonic dan simbolik. Manfaat utilitarian terdiri dari manfaat moneter dan kenyamanan (Kyguoliene and Grigaliunaite, 2017); Manfaat moneter dapat berupa diskon, bonus, uang kembali menawarkan, kupon, dan rabat (Kyguoliene and Grigaliunaite, 2017). Sedangkan manfaat kenyamanan dapat dalam bentuk pengurangan biaya penelusuran dan keputusan konsumen melalui layanan bernilai tambah, melibatkan konsumen untuk mulai mengenal organisasi, produk, jasa (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010), menghemat waktu, meningkatkan kenyamanan belanja (Radder et al., 2015).

Manfaat Hedonic menurut Mimouni-Chaabane & Volle (2010) muncul melalui dimensi eksplorasi dan hiburan yang merupakan daya tarik untuk kesenangan dan kepuasan. Manfaat eksplorasi meliputi memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mencoba produk baru, promosi (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010). Dimensi hiburan dapat berupa mengumpulkan dan menukarkan poin (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010), berpartisipasi dalam acara, kompetisi terbuka untuk anggota program loyalitas (Radder et al., 2015).

Manfaat Simbolik adalah manfaat tidak berwujud, terkait dengan atribut non-produk (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010). Manfaat simbolis diungkapkan melalui pengakuan dan manfaat sosial (Omar et al. 2015),. Manfaat pengakuan muncul ketika anggota program loyalitas diperlakukan lebih baik daripada non-anggota, memiliki status khusus, prestise (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010). Manfaat Sosial diperoleh melalui menjadi bagian dari kelompok khusus, rasa memiliki, nilai-nilai umum yang dimiliki bersama, pelanggan merasa diistimewakan, perasaan sebagai orang penting (Mimouni-Chaabane & Volle, 2010).

Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan revidi literatur yang telah dilakukan maka kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagaimana terlihat pada gambar 1 di bawah ini. Kerangka penelitian ini menggambarkan model konseptual.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kajian pustaka, dan kerangka konseptual penelitian, maka dapat di rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Hipotesis 1 : Persepsi manfaat program loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Hipotesis 2 : Persepsi manfaat program loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Hipotesis 3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Hipotesis 4 : Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan Program Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Data utama penelitian ini adalah data primer berupa persepsi responden terhadap variabel-variabel pada penelitian ini, yaitu manfaat program loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Data ini diambil dari pelanggan pada jasa operator seluler di kota Jambi. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan instrument kuesioner di mana pertanyaan-pertanyaan didesain bersifat tertutup (*close-ended questions*).

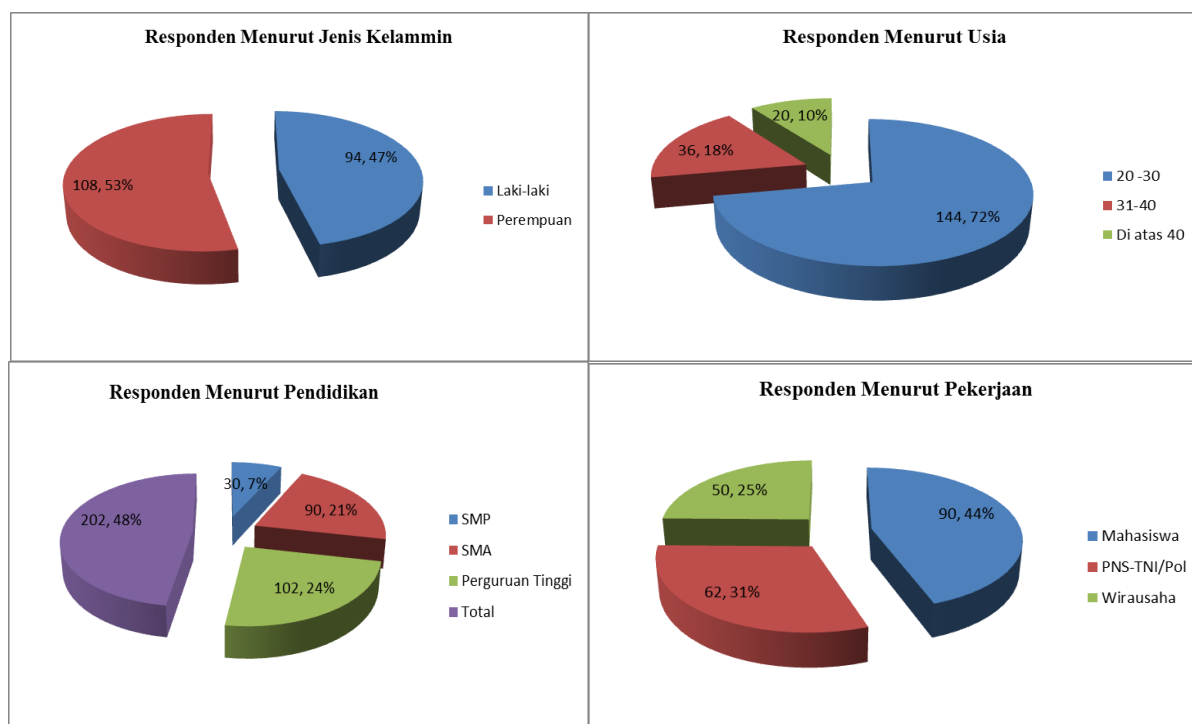
Kuesioner didistribusikan dengan menemui responden yang terpilih sebagai sampel secara langsung (*face to face*). Kuesioner Variabel Program Loyalitas diadopsi dari Mimouni-Chaabane and Volle (2010) dan kuesioner variabel Loyalitas Pelanggan diadopsi dari Chaudhuri and Holbrook (2001), diukur dengan skala Likert 5 angka yang berkisar dari angka 1 = sangat tidak setuju sampai dengan angka 5 = sangat setuju. Untuk kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan diadopsi dari Chaudhuri and Holbrook (2001), diukur dengan menggunakan skala 5 angka yang berkisar dari angka 1 = sangat tidak puas sampai angka 5 = sangat puas. Kualitas pelayanan dan

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan jasa telepon seluler yang ada di Kota Jambi yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Dari populasi tersebut diambil sampel menurut ketentuan yang ditetapkan untuk kepentingan alat analisis SEM. Dalam menentukan ukuran sampel berpedoman persyaratan SEM salah satunya, yaitu ukuran sampel bergantung pada metode estimasi parameter yang dipakai Hair, dkk. (1998). Bila estimasi parameter menggunakan metode Maximum Likelihood (ML), ukuran sampel yang disarankan adalah antara 100-200. Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlah responden yang diambil adalah 100 sampel. Menurut Ghazali (2014), bahwa kekuatan analisis didasarkan pada porsi dari model yang memiliki jumlah indikator terbesar. Penarikan sampel menggunakan *probability sampling*.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Deskripsi Responden.

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada diagram pie berikut ini:



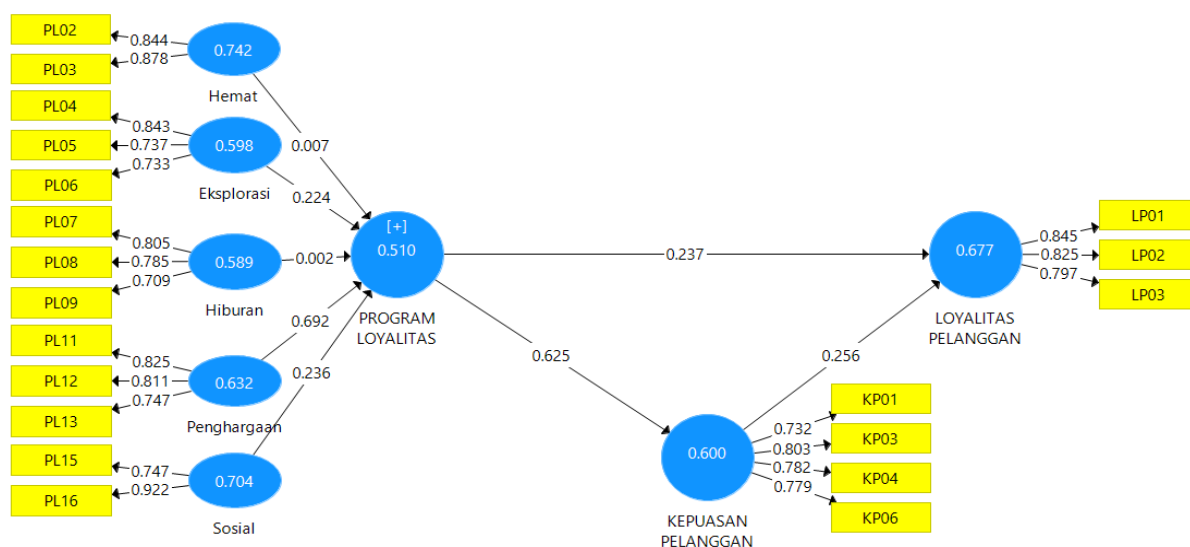
Gambar 2. Diagram pie tentang demografi pelanggan

Evaluasi Konstruk Penelitian Outer Model

Analisis outer model (model pengukuran) adalah untuk mengevaluasi validitas konstruk dan reliabilitas instrument penelitian. Konstruk dalam penelitian ini terdiri dari tiga konstruk laten endogen yaitu: (1) Program Loyalitas Pelanggan merupakan konstruk endogen second order. (2) Kepuasan pelanggan adalah konstruk eksogen merupakan variabel memediasi yang berbentuk first order reflektif. 3) Loyalitas Pelanggan merupakan variabel laten endogen yang berbentuk first order reflektif. Variabel laten Program Loyalitas diukur dengan 5 dimensi yaitu: Hemat secara moneter (X1.1), Eksplorasi (X1.2), Hiburan (X1.3), Penghargaan (X1.4) dan Sosial (X1.5), dan terdiri dari 16 indikator. Sedangkan dua konstruk laten lainnya yaitu kepuasan pelanggan (X2) yang terdiri dari 8 indikator dan Loyalitas Pelanggan (Y) merupakan konstruk endogen first order yang terdiri dari tiga indikator.

Pengujian validitas.

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang harus diukurnya. Uji validitas dilakukan dengan melihat convergent validity dan discriminant validity dari setiap indikator variabel laten. Setelah seluruh indikator yang nilai loading factor nya kurang dari 0,70 dihapus dari model penelitian, maka diperoleh diagram jalur yang memiliki loading faktor yang layak digunakan untuk pengujian hipotesis sebagai mana terlihat pada gambar 2 di bawah ini sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut telah memiliki kekuatan yang baik untuk merefleksikan variabel laten second order.



Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS 03

Gambar 3. Model Struktural

Pengujian reliabilitas

Berdasarkan kriteria penilaian atau evaluasi seluruh indikator Program Loyalitas (X1), Kepuasan Pelanggan (X2) sebagaimana terlihat pada tabel 5.5 di atas menunjukkan bahwa reliabilitas dan validitas konstruk telah memenuhi kriteria penilaian karena semua nilai CR dan lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50. Hasil pengujian reliabilitas internal dan validitas untuk variabel laten endogen dan exogen dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil CR dan AVE Indikator terhadap Variabel Laten

Variabel	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extract (AVE)	Akar Kuadrat AVE
Program Loyalitas (X1)	0,839	0,510	0,714
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,857	0,600	0,774
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,862	0,677	0,822

Hasil uji reliabilitas dan validitas konstruk sebagaimana terlihat pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa variabel Program Loyalitas Pelanggan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y) yang ditentukan dengan nilai CR dan AVE adalah reliable dan valid dengan nilai CR lebih besar dari pada 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari pada 0,50.

Pengujian Validitas Discriminat

Uji validitas discriminant adalah untuk mengukur apakah indikator-indikator (variabel manifest) konstruk berbeda satu sama lain atau tidak memiliki korelasi yang tinggi. Hasil pengujian discriminat dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Validitas discriminant

	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	Program Loyalitas
Kepuasan Pelanggan	0,768		
Loyalitas Pelanggan	0,404	0,823	
Program Loyalitas	0,625	0,397	0,714

Pada tabel 2 di atas terlihat bahwa nilai akar kuadrat AVE berada di atas 0,70 dan juga lebih besar dari korelasi antar variabel laten. Nilai akar kuadrat AVE pada tabel di atas ditunjukkan secara diagonal dan nilai dibawahnya adalah nilai korelasi antar variabel laten. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa model diagram jalur pada penelitian ini reliable dan valid untuk digunakan dalam analisis selanjutnya, yaitu analisis inner model.

Analisis Inner Model

Analisis *Inner Model* adalah untuk menjelaskan apakah variabel laten eksogen (X) tertentu mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel laten endogen (Y). Penilaiannya berpedoman kepada *R-Square* (Ghozali, 2014). Apabila Nilai *R-Square* 0,70 berarti bahwa model berada pada level kuat, jika *R-Square* 0,50 menunjukkan model berada pada level *moderate*, dan jika *R-Square* 0,25 mengindikasikan model berada pada level lemah. Hasil penilaian dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0,391	0,388
Kualitas Layanan	0,198	0,190
Loyalitas Pelanggan	0,969	0,968

Berdasarkan tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai R Squar variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,391 (level rendah) yang berarti bahwa pengaruh Kepuasan Pelanggan 39,1% dijelaskan oleh variabel Loyalitas pelanggan 60,9% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai *R Square variabel eksogen* Loyalitas Pelanggan 0,198 (level rendah) artinya pengaruh Loyalitas Pelanggan hanya sebagian kecil 19,8 persen dijelaskan oleh variabel Program Loyalitas, selebihnya dijelaskan variabel lain. Untuk variabel Program Loyalitas nilai *R Square*-nya adalah 0,969 (level tinggi) artinya bahwa variabel Program Loyalitas sebagian besar 96,9% mampu dijelaskan oleh variabel Kepuasan Pelanggan dan Variabel Loyalitas Pelanggan, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian diuji berdasarkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) dengan prosedur membandingkan nilai koefisien parameter dan nilai t-statistik (t-hitung), sehingga dapat diketahui signifikansi pengaruh antar konstruk. Pengujian dilakukan secara 2 (dua) sisi, dengan batasan untuk menolak ataupun menerima hipotesis yang diajukan menggunakan nilai α sebesar 5%, dengan t-tabel sebesar 1,96. Jika nilai t-statistik lebih dari 1,96, maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika nilai t-statistik kurang dari 1,96 maka hipotesis akan ditolak. Nilai *Path Coefficient* diperoleh melalui proses *bootstrapping* dan nilainya dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4 Coefficient Path

	Orinal Sample	Mean Sample	Std Devisi	T Statistik	P Vallue
Kepuasan Pelanggan ->Loyalitas Pelanggan	0,256	0,262	0,086	2,960	0,003
Program Loyalitas-> Kepuasan Pelanggan	0,652	0,630	0,045	14,028	0,000
Program Loyalitas -> Loyalitas Pelanggan	0,237	0,234	0,088	2,710	0,007

Untuk memastikan diterima atau tidaknya sebuah hipotesis yang diajukan, bisa dilakukan dengan menggunakan fungsi *Bootstrapping* pada SmartPLS 3.0. Hipotesis tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t-value melebihi nilai t *statistics* untuk tingkat signifikansi 5% sebesar 1,96 dapat dilihat hasil *path coefficient* pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5 Hasil Path Coefficient

Variabel/Konstruk	Original Sampel	Sample Man	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Hasil
H1 Program Loyalitas -> Loyalitas Pelanggan	0,237	0,234	0,088	2,710	0,007	Diterima
H2 Program Loyalitas ->Kepuasan Pelanggan	0,625	0,630	0,045	14,028	0,000	Diterima
H3 Kepuasan Pelanggan ->Loyalitas pelanggan	0,256	0,262	0,086	2,960	0,003	Diterima

Sumber: hasil penelitian, diolah dengan Smart PLS 3.0, 2019

Berdasarkan tabel 5 di atas terlihat bahwa pengaruh Program Loyalitas Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan positif dan signifikan, pada nilai t-statistics sebesar 2,710 > 1,96 atau bisa dilihat dari p value yang bernilai sebesar 0,007 < 0,05. Nilai original sampel positif 0,237 dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Hipotesis kedua yaitu Program Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan seluler. Hipotesis ke dua diterima pada (t *statistics* 5,79 > t tabel 1,96) atau dapat dilihat dari nilai p value nya yang bernilai 0,000 < 0,05. Nilai original sampelnya positif 0,625 menunjukkan bahwa arah hubungan antara Program Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan adalah positif, dapat disimpulkan hipotesis kedua dapat diterima.

Hipotesis ketiga yaitu Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan seluler. Hipotesis ketiga juga dapat diterima karena nilai t-statistics pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan lebih besar dari t tabel (t-statistics 1,06 > t tabel 1,96) atau dapat dilihat dari nilai p value nya yang bernilai 0,003 < 0,05 yang menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai original sampel adalah positif sebesar 0,256 menunjukkan bahwa arah hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah positif, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga juga diterima. Ini dapat diartikan bahwa Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Loyalitas Pelanggan. Naik atau turunnya skor variabel Kepuasan Pelanggan akan berpengaruh berarti terhadap Loyalitas Pelanggan.

Analisis Variabel Mediasi

Hubungan variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Indirect Effect* di bawah ini.

Tabel 6 Indirect effect

Variabel/Konstruk	Original Sampel	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Hasil
Program Loyalitas ->Kepuasan Pelanggan H4 -> Loyalitas pelanggan	0,160	0,165	0,056	2,840	0,005	Diterima

Sumber: hasil penelitian, diolah dengan Smart PLS 3.0, 2019

Tabel 6 di atas memperlihatkan pengaruh tidak langsung Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki nilai yang signifikan, yang terlihat dari nilai t statistics 5,529 > 1,96 atau p value 0,005 < 0,05. Untuk melihat apakah Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh mediasi sempurna (full mediation) atau mediasi sebagian (quasi mediation), maka dapat dilihat dari pengaruh Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tetap memasukkan pengaruh mediator (Kepuasan Pelanggan). Dari pengujian terlihat bahwa apabila pengaruh dari mediator dimasukkan pada model hasilnya adalah Program Loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan adanya pengaruh langsung dari Program loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh mediasi yang semu atau parsial (quasi mediation).

Untuk menentukan apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan Program Loyalitas dengan Loyalitas Pelanggan ditentukan dengan menghitung nilai VAF. VAF merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel pemediasi mampu menyerap pengaruh langsung. Jika nilai VAF lebih besar dari 80%, maka variabel pemediasi dapat disebut sebagai *full mediation*. Jika nilai VAF berkisar di antara 20%-80%, maka peran variabel pemediasi disebut dengan *partial mediation*, tetapi jika nilainya di bawah 20%, maka dinyatakan hampir tidak ada mediasi sama sekali (Hair et al., 2013). Berikut ini adalah nilai VAF yang dihitung dengan menggunakan rumus :

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh langsung} + \text{Pengaruh tidak langsung}}$$

$$VAF = \frac{(0,625 * 0,265)}{0,237 + (0,625 * 0,265)}$$

$$VAF = \frac{0,165}{0,402} = 0,410$$

Dengan berpedoman kepada *Hair et al. (2013)* maka nilai VAF 41,0% berarti variabel *Kepuasan pelanggan* memediasi secara parsial (quasi mediation) hubungan antara *Program Loyalitas* dengan *LoyalitasPrlanggan*. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Tabel berikut ini adalah kesimpulan dari uji hipotesis pada penelitian ini.

Tabel 7. Kesimpulan pengujian hipotesis.

No	Hipotesis	Kesimpulan
1	Persepsi atas manfaat program loyalitas pelanggan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan.	diterima
2	Persepsi manfaat program loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	diterima
3	Persepsi terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	diterima
4	Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Program Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas pelanggan	diterima

Pembahasan

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada pengetahuan yang ada dalam literatur loyalitas pelanggan dengan membangun dan menguji pengaruh program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan dan efek mediasi kepuasan pelanggan pada hubungan program loyalitas dan loyalitas pelanggan seluler. Ada sejumlah penelitian yang telah meneliti efek langsung program loyalitas pada loyalitas pelanggan dan juga bagaimana kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun, tidak banyak penelitian tentang efek mediasi kepuasan pelanggan pada hubungan antara program loyalitas dan loyalitas pelanggan terutama dalam konteks layanan seluler. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel yang memediasi hubungan program loyalitas dan loyalitas pelanggan.

Hipotesis 1: Uji hipotesis memperlihatkan bahwa program loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa program loyalitas adalah predictor dari loyalitas pelanggan. Temuan ini konsisten dengan Ou, et al., (2011). yang mengatakan bahwa program loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif pada loyalitas pelanggan, Sandada dan Matibiri (2015) dan Waary et al (2018). Shoemaker dan Lewis (1999) mengatakan bahwa program loyalitas pelanggan yang memuaskan mengurangi ketidakpuasan pelanggan dan memperkuat kepuasan pelanggan. Namun, apabila program loyalitas pelanggan tidak dirancang baik dapat menghasilkan efek samping yang negatif.

Hipotesis 2. Uji hipotesis memperlihatkan bahwa Program loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan temuan Sandada dan Matibiri(2015), sehingga loyalitas pelanggan merupakan predictor dari kepuasan pelanggan. Hipotesis 3: Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis terbukti bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu seperti Lee (2010) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan. Mereka mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi loyalitasnya.

Hipotesis 3 Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Program Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel kepuasan pelanggan memediasi hubungan variabel program loyalitas dengan variabel loyalitas pelanggan. Temuan monuport temuan pada penelitian yang dilakukan oleh Sandada dan Matibiri(2015).

Implikasi

Penelitian ini memiliki implikasi praktis. Pertama, temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan tingkat kepuasan anggota program loyalitas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kedua, temuan penelitian ini dapat membantu praktisi dalam memahami jalur loyalitas pelanggan dan peran penting yang dimainkan oleh peran mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menegaskan hubungan langsung antara manfaat program loyalitas dan loyalitas pelanggan, efeknya bahwa loyalitas dapat meningkat atau menjadi lebih kuat ketika kepuasan memediasi hubungan tersebut. Meskipun kepuasan pelanggan menunjukkan penguatan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri seluler, loyalitas pelanggan dapat melemah disebabkan oleh faktor lain seperti layanan pelanggan, pengalaman layanan, bukti fisik dan proses pelayanan (Kaura, 2013).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Evaluasi terhadap model pengukuran menunjukkan bahwa diagram jalur yang dibangun dan indikator-indikator yang mengukur variabel-variabel penelitian yaitu program loyalitas, Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan variabel laten eksogen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel laten endogen, telah memenuhi kriteria penilaian validitas dan reliabilitas, sehingga model diagram jalur pada penelitian ini reliabel dan valid untuk digunakan dalam analisis hubungan antar variabel laten dan pengujian hipotesis penelitian.

Hasil pengukuran terhadap hubungan antar variabel berdasarkan analisa path coefficients menunjukkan bahwa program loyalitas pada operator seluler di Kota Jambi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pengaruh Program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan dimediasi secara parsial oleh kepuasan pelanggan.

Saran

Oleh karena program loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan maka penting bagi pihak penyedia layanan seluler untuk merancang program loyalitas yang menarik dan memberi manfaat bagi pelanggan. Penelitian ini menggunakan variabel yang terbatas untuk memahami loyalitas pelanggan dan hanya pada populasi yang terbatas sehingga kesimpulan tidak bisa digeneralisasi. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan variabel yang lebih banyak dan mencakup layanan populasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri-Ammari, N. (2014a) 'The role of Loyalty Program (LP) in establishing brand attachment and word-of-mouth intentions: an empirical investigation in the mobile sector', *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, Vol. 5, No. 3, July–September, pp.49–68.
- Baran, R., Strunk, D., & Galka, R. (2008). *Principles of Customer Relationship Management*. Ohio: Thomson Southern - Western.
- Bose, S., & Rao, V. (2011). Perceived benefits of customer loyalty programs: validating the scale in the Indian context. *Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6 (4), 543-560.

- Chaudhuri, A., & Holbrook, B.M. (2001). The Chain of Effects From Brand Trust and Brand Affects to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65, 81-93
- Chen, C. and Cheng, L. (2012). A study on mobile phone service loyalty in Taiwan. *Total quality management and business excellence*, Doi: 10.1080/ 14783363. 2012. 661129.
- Chi-Chen Li ,Tin-chang Chang (2016),Shu-Hui ChuangCustomer Satisfaction and Customer Loyalty towards the Green Hote. Based on cases studied in Ken-ding area in Taiwan. Department of Business Administration, Asia University Taichung, Taiwan.
- Czajkowski, M. and Sobolewski, M. (2016) ‘How much do switching costs and local network effects contribute to consumer lock-in in mobile telephony?’, *Telecommunications Policy*, Vol. 40, No. 9, pp.855–869.
- Deghan, A. and Sahin, A. (2011). Customer Loyalty Assessment: A Case Study in MADDIRAN, the Distributor of LG Electronics in Iran. *Business Management and Strategy*. Vol. 2, No. 1: E2.
- Demoulin, N., & Ziddah, T. (2008). On the impact of loyalty cards on store loyalty: Does the customers' satisfaction with the reward scheme matters? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15 (5), 386-398.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289-300
- Dorotic, M., Bijmolt, T. H. A.,&Verhoef, P.C. (2012). Loyalty programs: Current knowledge and research directions. *International Journal of Management Reviews*, 14(3), 217–237.
- Evanschitzky, H., Ramaseshan, B., Woisetschlager, D.M., Richelsen, V., Blut, M. and Backhaus, C. (2012), “Consequences of customer loyalty to the loyalty program and to the company”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 40 No. 5, pp. 625-638.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan. Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas..
- Gudono. (2014). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE
- Hair, Joseph, E.J.R Anderson Ralph E, Tathan Ronald L, and Black William C, 1998. *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hanzaee, K. H., & Rezaeyeh, S. P. (2013). Investigation of the effects of hedonic value and utilitarian value on customer satisfaction and behavioural intentions. *African Journal of Business Management*, 7(11), 818-825.
- Kandampully, J., Zhang, T. and Bilgihan, A. (2015) ‘Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry’, *International Journal of Contemporary and Hospitality Management*, Vol. 27, No. 3, pp.379–414.
- Kaura, V. (2013). “Antecedents of customer satisfaction: a study of Indian public and private sector banks”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 31 No. 3, pp. 167-186. , 31 (3), 167-186.
- Keh, H., & Lee, Y. (2006). Do Reward Programs Build Loyalty for Services? The Moderating Effect of Customer Satisfaction on Type and Timing of Rewards. *Journal of Retailing*, 82 (2), 127-136.

- Keropyan, A. and Gil-Lafuente, A.M. (2012) ‘Customer loyalty programs to sustain consumer fidelity in mobile telecommunication market’, *Expert Systems with Applications*, Vol. 39, No. 12, pp.11269–11275.
- Kim, M, Park, M & Jeong, D (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications Policy*, 28, 145-159.
- Kim, H. Y., Lee, J. Y., Choi, D., Wu, J., & Johnson, K. K. P (2013). Perceived benefits of retail loyalty programs: their effects on program loyalty and customer loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 12(2), 95-113. <https://doi.org/10.1080/15332667.2013.794100>
- Kumar, G, and Vandara, S (2011), “An empirical research on factors affecting mobile subscriber intention for switching between service providers in India”, *International Journal of Management & Business Studies*, Vol. 1 No. 3.
- Kyguoliene, A. and Grigaliunaite, V. (2017). The influence of perceived benefits on the satisfaction with the loyalty program. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 2017, 28(1), 101–109
- Lee, H. S. (2010). Factors influencing customer loyalty of mobile phone service: Empirical evidence from Koreans. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(2), 1-14.
- Leenheer, J., van Heerde, H., Bijmolt, T., & Smidts, A. (2007). Do loyalty programs really enhance behavioral loyalty? An empirical analysis accounting for self-selecting members. *International Journal of Research in Marketing*, 24(1), 31-47. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.10.005>
- Matzler, K., Strobl, A., Thurner, N. and Füller, J. (2015) ‘Switching experience, customer satisfaction, and switching costs in the ICT industry’, *Journal of Service Management*, Vol. 26, No. 1, pp.117–136.
- Meyer-Waarden, L. (2007) ‘The effects of loyalty programs on customer lifetime duration and share of wallet’, *Journal of Retailing*, Vol. 83, No. 2, pp.223–236.
- Mimouni-Chaabane, A., & Volle, P. (2010). Perceived benefits of loyalty programs: Scale development and implications for relational strategies. *Journal of Business Research*, 63 (1), 32-37.
- Ou, W.-M., Shih, C.-M., Chen, C.-Y. and Wang, K.-C. (2011), “Relationships among customer loyalty programs, service quality, relationship quality and loyalty: an empirical study”, *Chinese Management Studies*, Vol. 5 No. 2, pp. 194-206.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Omar, N. A., Ramly, S. M., Alam, S. S., & Nazri, M. A. (2015). Assessing the effect of Loyalty Program Benefits in Satisfaction-Loyalty Relationship: Evidence from Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 43, 145-159. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2015-43-13> *Qualitative Research in Financial Markets*, 5(2), 139-160. doi: 10.1108/QRFM-11-2011-0028
- Pan, Y., Sheng, S. and Xie, F.T. (2012) ‘Antecedents of customer loyalty: an empirical synthesis and reexamination’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19, No. 1, pp.150–158.
- Radder, L., Eyk, van M., & Swiegelarr, C. (2015). Levels of customer loyalty and perceptions of loyalty programme benefits: a South Africa retail example. *The retail and Marketing Review*, 11(1), 92-105.

- Saleem, M., Zahra, S., Ahmad, R., & Ismail, H. (2016). "Predictors of customer loyalty in the Pakistani banking industry: a moderated-mediation study", *International Journal of Bank Marketing*, 34 (3), 411-430,
- Sandada, Maxwell., Matibiri, Bright. (2015). "The Mediating Influence of Passenger Satisfaction on the Relationship between Passenger Loyalty Programmes and Passenger Loyalty. *STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI OECONOMICA*, (VOLUME 60, ISSUE 3, 20).
- Seto-Pamies, D. (2012). Customer loyalty to service providers: examining the role of service quality, customer satisfaction, and trust. *Total Quality Management*, 23 (11), 1257-1271.
- Shoemaker, S. & Lewis, RC, (1999), "Customer loyalty: the future of hospitality marketing", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 18, No. 4, pp. 345-370
- So, K.K.F., King, C., Sparks, B.A. and Wang, Y. (2013), "The influence of customer brand identification on hotel brand evaluation and loyalty development", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 34, pp. 31-41.
- Söderlund, M. and Colliander, J. (2015) 'Loyalty program rewards and their impact on perceived justice, customer satisfaction, and repatronize intentions', *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 25, pp.47–57.
- Vesel, P., & Zabkar, V. (2009). Managing customer loyalty through the mediating role of satisfaction in the DIY retail loyalty program. *Journal of retailing and customer services*, 16, 396-406.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*, NY, Wiley.
- Waari, et al., (2018) Loyalty Programs Benefits And Customer Loyalty: The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. Vol. VI, Issue 4.
- Zhang and Lu et al. (2014). zhang & Lu, Gupta, Zhao &Chen, and Huang. (2014). Understanding the antecedents of customer. *Int. J. Mobile Communications*, Vol. 12, No. 6, 2014
- Zoratti, S. (2012) A Lesson in Loyalty from Mobile Phone Subscribers, CMO.by Adobe, Available at: <http://www.cmo.com/articles/2012/9/17/a-lesson-in-loyalty-from-mobile-phonesubscribers.html>



ISBN 978-623-92349-0-4



9 786239 234904