

**PROCEEDING SEMINAR NASIONAL
DAN CALL FOR PAPER 2017
STIE AUB SURAKARTA**

**”Menyongsong Perekonomian Indonesia 2018
dalam Perspektif Global”**

**25 NOVEMBER 2017
The Adhiwangsa Hotel & Convention Hall Surakarta**

**AUB PRESS
2017**

**PROCEEDING SEMINAR NASIONAL
DAN CALL FOR PAPER 2017
STIE AUB SURAKARTA**

**”Menyongsong Perekonomian Indonesia 2018
dalam Perspektif Global”**

**25 NOVEMBER 2017
The Adhiwangsa Hotel & Convention Hall Surakarta**

**AUB PRESS
2017**

**PROCEEDING SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER 2017
STIE AUB SURAKARTA
“Menyongsong Perekonomian Indonesia 2018 dalam Perspektif Global”**

Penulis:

Cahyani Tunggal Sari, dkk.

ISBN : 978-602-73337-5-8

Reviewer :

Dr. I Gusti Putu Diva Awatara, M.Si.

Dr. Aris Tri Haryanto, MM, M.Si

Editor :

Dr. Achmad Choerudin, ST, SE, MM

Desain Sampul dan Tata Letak:

M. Khoiruman

Penerbit:

AUB Press

Redaksi:

Jalan Mr. Sartono No. 97 Surakarta 57135

Telp. (0271) 857919, Fax (0271) 857919

Email : admin@magister-stieaub.ac.id

Distributor Tunggal:

Probank

Jalan Mr. Sartono No. 46 Surakarta 57135

Telp. (0271) 854803, Fax (0271) 853084

Email : aub.soni2@yahoo.com

Cetakan 1 : November 2017

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Wawasan perspektif global merupakan suatu cara pandang, cara tinjau dan cara berpikir terhadap suatu masalah, kejadian atau kegiatan dari suatu kepentingan global, yaitu dari sisi kepentingan dunia atau internasional. Dengan perspektif yang semakin mengglobal kita dapat memahami dunia dan seisinya, sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa dunia yang begitu kompleks dan luas itu dapat menjadi sempit dan sederhana. Ciri dan dampak globalisasi perekonomian Indonesia memiliki prospek yang sangat menjanjikan.

Arah perekonomian yang mulai membaik pada triwulan IV menjadi modal penting bagi perekonomian ke depan. Ekonomi Indonesia saat ini optimis pertumbuhan ekonomi yang meningkat dengan pertumbuhan dan pendapatan nasional yang semakin meningkat dapat melihat perkembangan dan kemajuan negara Indonesia pada negara lain. Pendapatan nasional per tahun Indonesia mampu memberikan kemajuan ekonomi makro yang sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi saat ini.

Salah satu pertumbuhan ekonomi itu dapat dilihat dengan permintaan domestik masih akan menjadi penopang utama kinerja perekonomian. Selain itu, ekspor dan impor, serta investasi, situasi ekonomi Indonesia masa kini dan masa mendatang, yang telah melonjak maju ke level tertinggi dalam beberapa tahun ini. Sementara pertumbuhan diperkirakan dulunya menjadi 6,1% pada tahun, pemerintah menganggap itu telah tumbuh menjadi 7,2%. (Bank Dunia memperkirakan sebelumnya hanya 6,4% pertumbuhan PDB) , jadi masa depan perekonomian Indonesia sangat cerah, Selain itu, negara Indonesia memiliki lembaga yang lebih baik dalam hal memantau pertumbuhan ekonomi, sehingga dapat mengatasi distorsi kurang dan ketergantungan lebih besar pada pasar.

SAMBUTAN

Dengan senang hati saya menyambut seluruh peserta di Seminar Nasional dan Call For Paper 2017 dengan tema “**MENYONGSONG PEREKONOMIAN INDONESIA 2018 DALAM PERSPEKTIF GLOBAL**”.

Seminar Nasional ini merupakan salah satu pertemuan akademis yang diadakan di kota Surakarta, akan menjadi gubahan besar dari tren pertemuan nasional yang terus berlanjut. Kami berharap seminar ini akan memberikan semua profesional akademisi di bidang inovasi ekonomi dengan sebuah pertemuan untuk berbagi dan saling bertukar kepentingan dan aplikasi penelitian.

Saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada tim kerja dari Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta atas kontribusi besar mereka terhadap pelaksanaan seminar ini secara baik.

Atas nama semua kolega saya, saya ingin menyampaikan harapan terbaik saya untuk seminar yang sukses, menstimulasi dan mengesankan.

Salam,

Dr. Achmad Choerudin S.T., S.E., M.M.

Ketua Panitia Seminar Nasional 2017

Dosen Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
SAMBUTAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR CALL FOR PAPER	
Membangun Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android pada Toko Batik Syandana Dwi Kuncoro, Sundari	1
Analisis Ekonomi Biaya Perkembangan Inovasi Teknologi Bekisting pada Pekerjaan Vertikal Gedung Bertingkat Mirnayani, Sukarman	11
Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Kredit pada PD. BPR Bank Daerah Karanganyar Budhi Poniman, Widyawati	19
Analisis Pengaruh ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO terhadap Perubahan Laba pada Perusahaan Perbankan Endang Saryanti	31
Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga melalui Pengelolaan Sampah Majelis Taklim di Lingkungan Rempoa Ciputat Erna Hernawati, Anita Nopiyaniti	38
Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tri Nurdyastuti	43
Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota terhadap Penggunaan Jasa Koperasi “Esgeef-878” Semarang Tantri Widiastuti, Tri Bodroastuti	53
Pelatihan Optimalisasi Lahan Pekarangan Di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen Joko Sekti Riyadi, I Gusti Putu Diva Awatara	60
Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Motivasi dan Disiplin terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Intervening (Studi pada BPBD Kabupaten Klaten) Mulyanto, Budyo Whisnu Bharoto	65

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang <i>In Indarti, Nurdhiana, Tjandra Tirtono</i>	75
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja Modal (Studi Empiris pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah 2011-2015) <i>Listiyowati, Wenny Ana Adnanti</i>	85
Kajian Initial Public Offering (IPO) Underpricing di Indonesia <i>Purwanto, Sari Widati, Ardian Prima Putra</i>	93
Anteseden Konflik Peran terhadap Kepuasan Kerja Auditor Kantor Akuntan Publik di Indonesia <i>Indriyana Widyastuti, Dian Nur Mastuti</i>	101
Alumni Service Information Systems Development Framework Pengembangan Framework Sistem Informasi Pelayanan Data Alumni <i>Ernes Cahyo Nugroho, Isadora Nugroho</i>	107
Model Penanganan Stres Kerja Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan di Industri Batik Laweyan Surakarta <i>Lukman Hakim, Eko Sugiyanto</i>	112
Analisis Abnormal Return Saham LQ 45 pada Saat American Shutdown <i>Cahyani Tunggal Sari</i>	123
Apakah Nilai Fungsional dan Nilai Sosial Berpengaruh terhadap Niat Pembelian Kembali pada Produk Ramah Lingkungan? <i>Yosephine Angelina Yulia</i>	131
Analisis dan Penilaian Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia <i>Yenni Khristiana, Rina Ani Sapariyah</i>	139
Pendidikan Profesi Akuntansi, Persepsi Mahasiswa dan Motivasi Diri terhadap Minat Karir Akuntan Publik <i>Andri Octaviani</i>	149
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas di Polres Rokan Hilir <i>Daud Sianturi, Sudarno, Nurmansyah SR</i>	155
Pengaruh Suku Bunga, Kurs, Tingkat Inflasi, Harga Minyak Dunia, dan Harga Emas Dunia terhadap Harga Saham pada Indeks Kompas 100 <i>Dwiana Indah Lestari, Bambang Supeno, Achmad Tavip Junaedi</i>	167
Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia <i>Roni Putra Adi</i>	175

Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, dan Kepemimpinan terhadap Motivasi yang Berimplikasi terhadap Kinerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak Sri Indriyani Ali	191
Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah di Kabupaten Kampar Provinsi Riau Yusriadi, Helwen Heri	215
Optimalisasi Pendapatan Retribusi Pelayanan Pasar pada Sewa Los (Studi Empiris di Pasar Rakyat Kota Surakarta) Achmad Choerudin	238
Pengaruh Syariah Governance terhadap Customer Loyalty PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Surakarta Siti Zulaikhah	249
Peran Citra dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dengan Menggunakan Kualitas Layanan Toko Retail di Wilayah Jawa Tengah Siti Fatonah	257
Efektivitas Mediasi Promotional Mix terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen yang Dipengaruhi oleh Orientasi Pelanggan Septiana Novita Dewi, Taupiq Nuzuli	265
Peran Perubahan Organisasi dalam Memoderasi Orientasi Pelanggan terhadap Orientasi Inovasi (Studi Empiris: Industri Mebel Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Jawa Tengah) Aris Tri Haryanto	273
Peran Lingkungan Perusahaan dalam Memaksimalkan Kinerja dengan Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Orientasi Pasar Berbasis Green Marketing di Surakarta Basuki Sri Rahayu	279
Pengaruh Ekstensifikasi dan Intensifikasi Pajak terhadap Tingkat Penerimaan Pajak Orang Pribadi dan Badan Dalmoko Heru Setiawan, Ifah Lathifah	289
Pengaruh Faktor Motivasi terhadap Keputusan Berwirausaha dengan Toleransi akan Resiko sebagai Variabel Intervening (Kasus Wirausaha Wanita di Surakarta) Dinna Riana	298
Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Iphone (Studi Kasus pada Karyawan PT Graha Farma) Chintya Dewi Ardianti, Nani Irma Susanti	310
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Kalijambe Adi Penawan	317

Comparison Of Efficiency Of Technical Analysissimple Moving Averagemethod And Exponential Moving Average Method In The Foreign Exchange Market Case Study On The Currency Pair Eur/Usd, Gbp/Usd, Aud/Usd, Usd/Jpy And Usd/Chf Period 1 April 2015 - 30 September 2015 <i>Imam Maliki, Dewi Rahmayanti</i>	321
Analisis Prediksi Lima Tahun yang akan Datang pada Pajak Daerah di Kota Surakarta Berdasarkan Tahun 2005-2010 <i>Yofhi Septian Panglipurningrum</i>	329
Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening <i>Tri Widiyanto</i>	333
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE "AUB" Surakarta <i>Lukman Ahmad Imron P, Endang Brotojoyo</i>	350

**DESIGN ONLINE SALES APPLICATIONS BASED ON ANDROID
ON THE STORY OF BATIK SYANDANA**

**MEMBANGUN APLIKASI PENJUALAN ONLINE BERBASIS ANDROID PADA
TOKO BATIK SYANDANA**

Dwi Kuncoro, Sundari

Program Studi : Sistem Informasi STMIK AUB Surakarta

e-mail : kuncoro@stmik-aub.ac.id, sundari@stmikdb.ac.id

Abstract

Syandana batik shop is a store that stood since March 2015 which is located at Jl. Sidoluhur No.7 Laweyan, Surakarta. In the process of starting from the production of clothing, marketing to sales. But at this time Batik Shop Syandana experience problems in the promotion and sale of products. The promotions used today are using social media. In the event of a change in the selling price where the Owner needs to inform changes in the price of the product before the customer makes a reservation payment. Different only if system sales system used is android application, customer can make order process using Smartphone customer. The purpose of this study is to create an online sales application in order to facilitate sales transactions. To design and build shopping applications using Java programming languages, PHP and with MySQL Database. System design on Batik Syandana application using, Android Studio 2.2.3, UML (Unified Modeling Language) and Sublime Text 3. The result of this android shopping application is an application that is able to reduce information errors, improve ordering services and save time result reports sales every day .

Keywords : Sales, Android Studio 2.2.3, Batik Shop Syandana.

Abstrak

Toko batik Syandana merupakan toko yang berdiri sejak bulan Maret 2015 yang beralamat di Jl. Sidoluhur No.7 Laweyan, Surakarta. Dalam proses kegiatan dimulai dari produksi pakaian, pemasaran sampai ke penjualan. Namun pada saat ini Toko batik Syandana mengalami permasalahan pada bagian promosi dan penjualan produk. Promosi yang digunakan saat ini menggunakan media social. Pada saat terjadi perubahan harga jual dimana Owner perlu menginformasikan perubahan harga produk sebelum customer melakukan pembayaran pemesanan. Berbeda hanya jika system system penjualan yang digunakan adalah aplikasi android, customer bisa melakukan proses pemesanan menggunakan Smartphone customer. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat aplikasi penjualan online agar dapat memudahkan transaksi penjualan. Untuk merancang dan membangun aplikasi belanja dengan menggunakan bahasa pemrograman Java, PHP dan dengan Database MySQL. Perancangan sistem pada Aplikasi Batik Syandana menggunakan, Android Studio 2.2.3, UML (Unified Modeling Language) dan Sublime Text 3. Hasil dari aplikasi android belanja ini adalah aplikasi yang mampu mengurangi kesalahan informasi, meningkatkan layanan pemesanan dan menghemat waktu rekap laporan penjualan setiap harinya.

Kata Kunci : Penjualan, Android Studio 2.2.3, Toko Batik Syandana.

PENDAHULUAN

Perkembangan batik di Indonesia sangat diminati oleh pasar lokal maupun interlokal. Untuk itu dalam pemasaran dan pengiklanan produk harus bisa lebih efektif dan dapat mencakup ke jaringan yang lebih luas. Dalam hal ini toko Batik Syandana mengalami permasalahan pada bagian promosi dan penjualan produk. Promosi yang dilakukan pada saat ini menggunakan media sosial seperti Instagram. Instagram dengan nama akun syandana_batik digunakan oleh *owner* untuk mengenalkan produk yang tersedia untuk dijual. Tentu hal itu sudah biasa dalam mempromosikan dan melakukan pengenalan produk.

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya. Sejalan dengan perkembangan manusia, cara dan sarana untuk memasarkan produk senantiasa berubah seiring dengan berkembangnya teknologi. Kemajuan teknologi yang semakin cepat saat ini menyebabkan banyak perubahan di segala aspek kehidupan di era globalisasi yang menuntut segala sesuatunya serba *digital*, perusahaan telah dituntut untuk bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang telah ada seperti

media *internet* dan *smartphone/tablet* Android yang menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis di dalam pemasarannya.

Namun karena di Toko Batik Syandana belum mempunyai aplikasi belanja yang terintegrasi secara online, promosi untuk pengenalan produk dan penjualan masih terpisah. Promosi yang telah dilakukan melalui media sosial Instagram Batik Syandana. Kemudian pemesanan dan penjualan dilanjutkan dengan caramenggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi antara kustomer dengan kasir. Kasir mencatatdaftar produk pesanan kustomer pada nota penjualan,kemudian disalin pada buku laporan penjualan, proses rekapitulasi transaksi penjualan ini dilakukan setiap hari setelah toko Batik Syandana tutup. Tidak adanya sistem yang terintegrasi dari promosi, pemesanan sampai penjualan membuat proses penjualan produk pada toko Batik Syandana mengalami beberapa kendala, diantaranya adalah : owner harus meng-upload produk melalui Instagram, pada saat kustomer menanyakan kesediaan produk karyawan harus memeriksa stok, ketika terjadi transaksi dari kustomer, pesanan harus dicatat pada buku laporan penjualan,pada bukulaporan penjualan tidak ada sorting jadwal pengiriman sehingga prioritas pengiriman tidak sesuai seperti pada saat kustomer melakukan pemesanan.

Permasalahan lain adalah saat terjadi perubahan harga jual dimana ownerperlu menginformasikan perubahan harga pakaian sebelum kustomer melakukan pembayaran pemesanan. Aplikasi Belanja ini akan dibuat lebih user friendly dengan menggunakan Android Studio untuk membuat aplikasi Belanja berbasis Android. Kustomer bisa langsung terhubung dengan toko Batik Syandana untuk melihat pakaian batik yang dijual, melihat diskon yang tersedia, melakukan pemesanan dan pembelian bisa dilakukan melalui aplikasi belanja pada *smartphone* Android. Bukti pembayaran dan nomor resi tidak lagi perlu dikirimkan melalui WhatsApp karena pada aplikasi belanja ini sudah terdapat fitur untuk melihat bukti pembayaran dan nomor resi pengiriman.

Pada fitur daftar pemesanan terdapat nomor order pesanan kustomer, nomor order ini digunakan untuk melunasi tagihan pesanan. Kustomer bisa melakukan pembayaran melalui transfer bank dengan menuliskan nomor order pesanan. Pada Server aplikasi belanja pembuatan nota penjualan danlaporan transaksi penjualansudah ditangani secara otomatis oleh sistem. Owner bisa mengubah harga penjualan produk melalui aplikasi belanja ini. Selain itu ownerjuga bisa melihat maupun mencetaklaporan penjualan dan jadwal pengiriman pakaian tanpa menunggu toko tutup.

METODE

Prosedur pemesanan

1. Pemesanan

Customer memesan produk batik melalui *WhatsApp* dan *instagram* kepada karyawan toko Batik Syandana. Kemudian karyawan toko mencatat pemesanan ,alamat serta nama kustomer pada buku pemesanan.

2. Pembayaran Pesanan

Customer yang sudah melakukan pemesanan membayar tagihan melalui transfer pada rekening Bank yang sudah disediakan toko Batik Syandana. Kemudian kustomer mengirimkan bukti pembayaran melalui *WhatsApp*. Karyawan toko menyiapkan pesanan kustomer, kemudian mendaftarkan paket pesanan ke ekspedisi pengiriman paket JNE/Tiki. Kustomer menerima paket pemesanan dari kurir JNE/Tiki.

3. Pembuatan Laporan Penjualan

Pembuatan laporan ini dibuat oleh karyawan toko secara manual dengan cara menulis ulang semua nota pemesanan satu per satu ke dalam buku laporan penjualan. Proses pembuatan laporan dilakukan setiap hari setelah toko tutup. Setelah itu laporan tersebut akan diserahkan untuk diperiksa dan di tanda tangani oleh *owner*.

Penjualan Produk Batik yang sedang berjalan. Dimulai dari kustomer melihat produk, memesan melalui sosial media kemudian karyawan toko mengecek stok produk, jika stok tersedia karyawan toko akan memberikan tagihan yang harus dilunasi kepada kustomer. Kustomer akan membayar pemesanan kemudian mengirimkan bukti pembayarannya melalui sosial media. Karyawan toko menerima bukti pembayaran, menuliskan nama, alamat kustomer kemudian menyiapkan pesanan

untuk dikirimkan. Karyawan juga menuliskan pemesanan pada buku laporan pembayaran kemudian mengantarkan paket pesanan ke ekspedisi JNE/Tiki. Kurir JNE/Tiki akan mengantarkan pesanan kepada kustomer.

Analisa Sistem yang Sedang Berjalan

Analisa sistem adalah penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan.

Analisa Kelemahan Sistem Lama

Untuk menganalisa kelemahan sistem diperlukan langkah untuk mengidentifikasi dan memberikan solusi terhadap kelemahan sistem yang ada, maka sebagai landasan penulis menggunakan metode atau kerangka PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Efficiency and Service*). Analisa ini digunakan untuk mengetahui kelemahan sistem. Dan dengan menggunakan analisa ini maka sistem yang baru dapat lebih baik dari sistem yang lama. Antara lain :

1. Analisa Kinerja (*Performance*)

Parameter respon *time* beserta hasil dari hasil analisa respon *time* waktu untuk memesan produk dengan cara memesan melalui sosial media masih lama, karena tidak terintegrasi dengan komputer, karyawan toko perlu menuliskan ulang nota pemesanan kustomer. Waktu yang digunakan lebih lama apabila pesanan melalui sosial media sedang ramai. Rekapitulasi laporan juga masih lama dan tidak dapat setiap saat dihasilkan, karena karyawan toko perlu menulis ulang nota penjualan kedalam buku laporan penjualan produk.

2. Analisa Informasi (*Information*)

Parameter akurat, relevan, tepat waktu serta hasil analisa dari parameter tersebut. Informasi yang diberikan masih rentan dengan kesalahan karena harus menulis pada nota dan membuat salinan pada buku laporan penjualan.

3. Analisa Ekonomi (*Economy*)

Parameter biaya serta hasil analisa dari parameter tersebut. Biaya yang dibutuhkan untuk membeli segala macam kebutuhan yang di perlukan, seperti kertas nota penjualan, dalam penggunaannya masih kurang maksimal karena hanya digunakan sekali pakai dan harus menyediakan kertas kosong setiap hari. Apabila dibandingkan dengan aplikasi belanja biaya yang dikeluarkan untuk pembelian kertas berkurang karena nota penjualan pesanan sudah tidak menggunakan kertas melainkan langsung berada pada menu aplikasi android berupa file pdf.

4. Analisa Kontrol (*Control*)

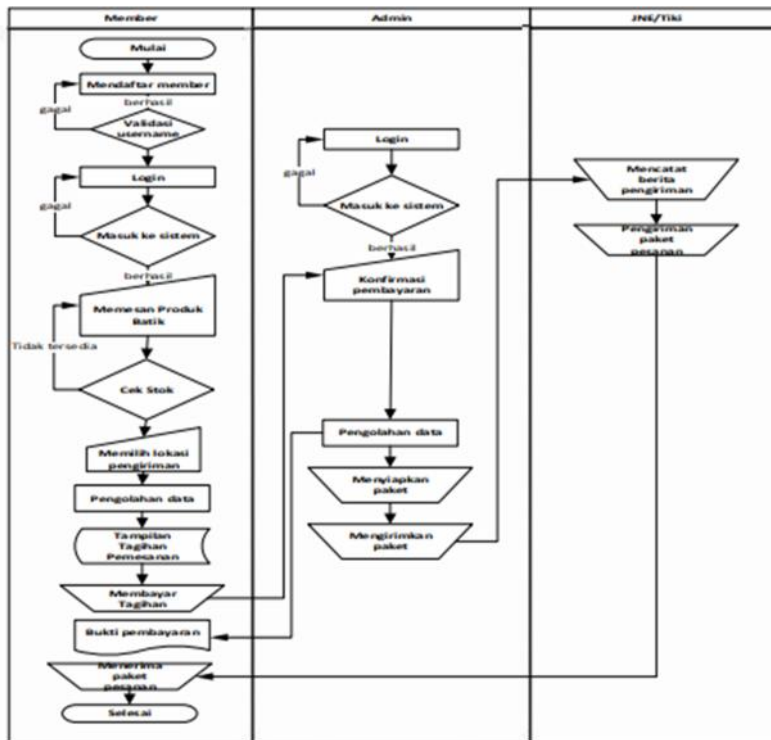
Parameter kontrol dan keamanan serta hasil analisa dari parameter tersebut yaitu belum membedakan hak akses antar karyawan toko, sehingga informasi penjualan karyawan toko bisa terlihat oleh karyawan toko yang lain. Hak akses ini diperlukan untuk memisahkan penjualan antar karyawan toko .

5. Analisa efisiensi (*Efficiency*)

Parameter sumber daya yang digunakan serta hasil analisa tersebut adalah beban yang ditimbulkan lebih banyak kepada karyawan toko yang harus menyalin transaksi penjualan pada toko setiap hari.

6. Analisa Pelayanan (*Service*)

Parameter pelayanan yang digunakan serta hasil analisa dari parameter tersebut adalah pelayanan yang diberikan saat ini masih kurang karena kustomer harus menanyakan kesediaan stok sebelum memesan produk batik.



Gambar 1. Flowchart Aplikasi Belanja

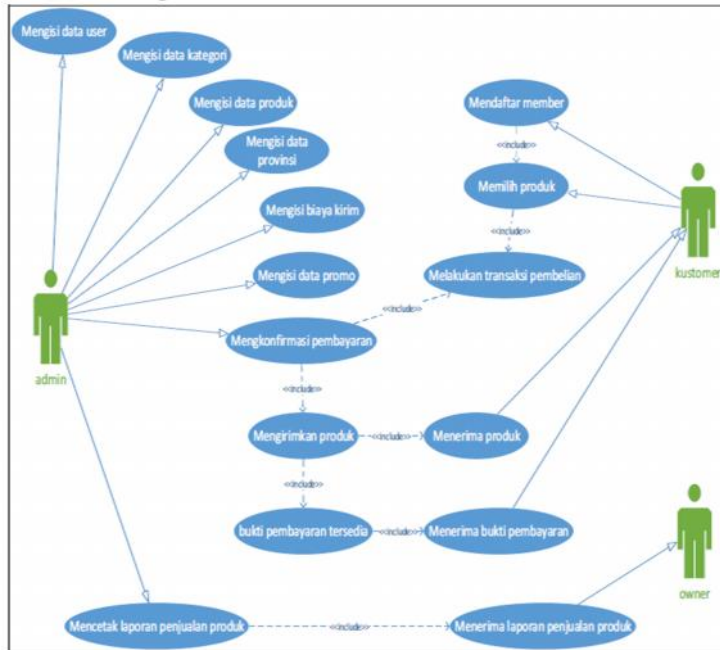
Gambar 1. tentang Flowchart Aplikasi Belanja yang dibangun dimulai dari *Member* melakukan *login*. Jika berhasil akan masuk kedalam sistem. Dan jika tidak berhasil *member* melakukan *login* ulang. Setelah masuk kedalam sistem *member* memesan produk batik. Apabila sudah selesai memesan kemudian memilih lokasi pengiriman. Setelah memilih lokasi tagihan pemesanan akan ditampilkan pada sistem. Kemudian *member* melakukan pembayaran pesanan/ tagihan. Karyawan toko *login* untuk mengkonfirmasi pembayaran pesanan. Pembayaran yang sudah dikonfirmasi bisa ditampilkan/ dicetak oleh *member* melalui menu pada sistem. Karyawan toko akan mengirimkan paket pesanan melalui JNE/Tiki. Paket pesanan akan diantar kurir JNE/Tiki sesuai pada alamat pemesan.

Alur Sistem yang Dibangun

UML (Unified Modelling Language)

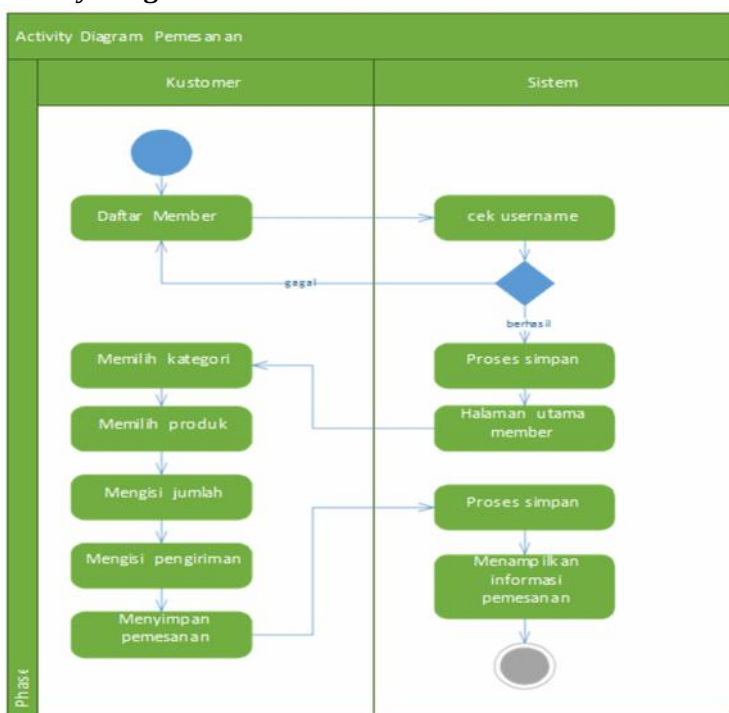
UML adalah salah satu alat bantu yang sangat handal di dunia pengembangan sistem yang berorientasi objek. Hal ini disebabkan karena UML menyediakan bahasa pemodelan visual yang memungkinkan bagi pengembang sistem untuk membuat cetak biru atas visi mereka dalam bentuk yang baku, mudah dimengerti serta dilengkapi dengan mekanisme yang efektif untuk berbagi (*sharing*) dan mengkomunikasikan rancangan mereka yang lain.

Use Case Diagram



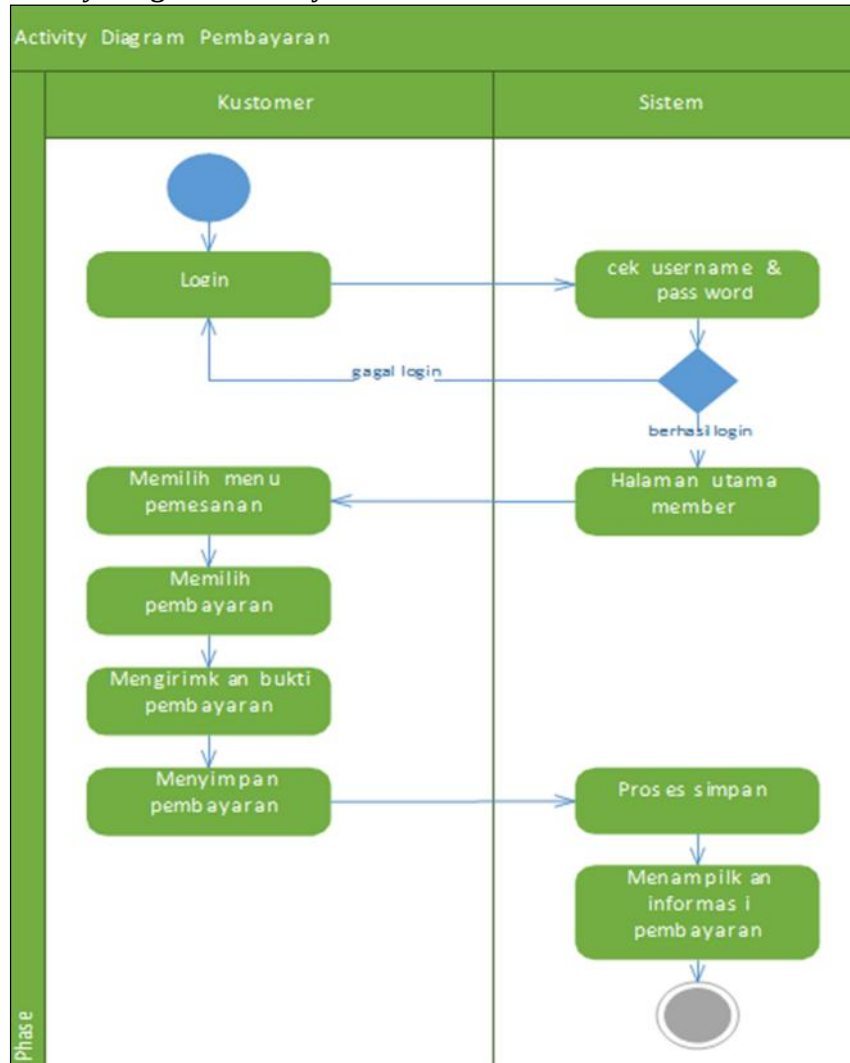
Gambar 2. Use Case Diagram Aplikasi Belanja

Activity Diagram Pemesanan



Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan

Activity Diagram Pembayaran Pemesanan

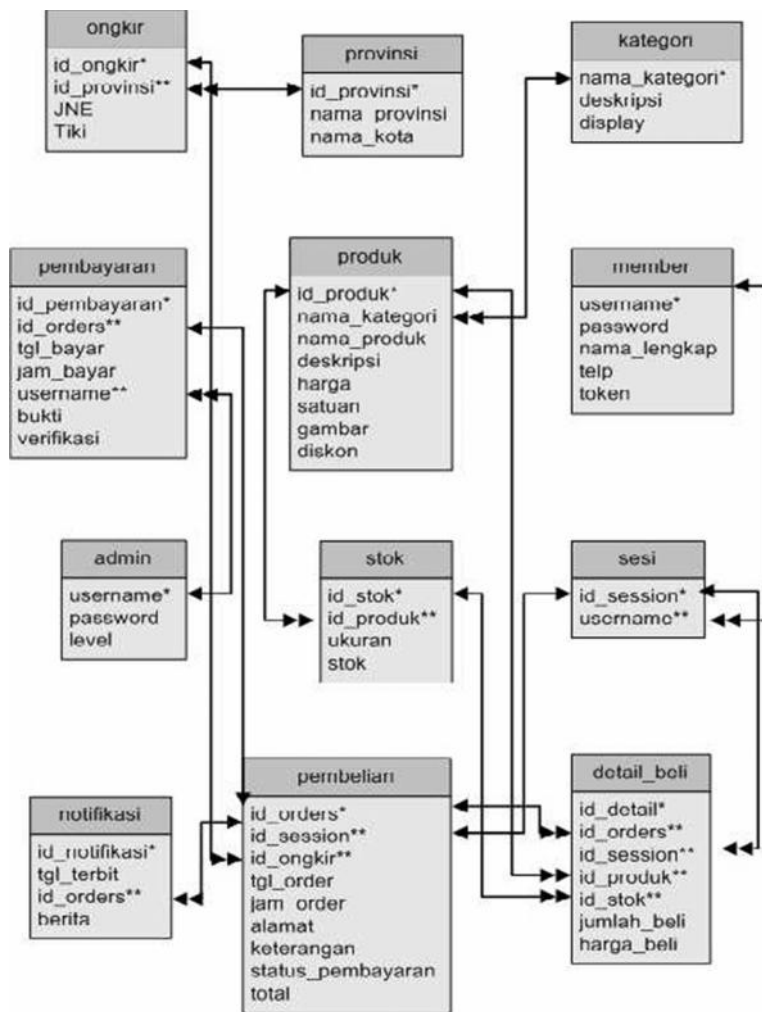


Gambar 4. Activity Diagram Pembayaran Pemesanan

Kustomer login dengan memasukkan username dan password jika berhasil muncul menu utama jika gagal mengulangi proses login, setelah muncul menu utama member memilih menu pemesanan, kemudian memilih menu pembayaran lalu meng-upload bukti pembayaran, kemudian menyimpan pembayaran, Sistem akan menampilkan informasi pembayaran. Jika dalam waktu 1 x 24 barang tidak di bayar maka barang tidak jadi dikirim.

Relasi Antar Tabel

Relasi antar tabel adalah suatu desain interface untuk menggambarkan suatu relasi atau hubungan antar tabel yang saling berkaitan. Berikut ini adalah gambaran hubungan antar tabel. Seperti pada gambar 5. berikut :



Gambar 5. Relasi Antar Tabel

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Implementasi

Setelah aplikasi dianalisis dan didesain secara rinci, maka akan menuju tahap implementasi. Tahap implementasi itu digunakan untuk menjelaskan tentang manual modul kepada semua pengguna sehingga pengguna dapat memberikan masukan kepada pembangun agar sistem dapat dikembangkan menjadi sistem yang lebih baik lagi.

Pengujian

Dalam pengujian ini penulis menggunakan metode *black box testing*. Pengetesan ini dilakukan untuk menentukan bahwa program tersebut sudah layak atau belum digunakan dan sudah memenuhi kebutuhan yang diharapkan atau belum. Pengujian *black box* berfokus pada persyaratan perangkat lunak.

Pengujian Black Box Pada Aplikasi Web Server1. Pengujian *black box* validasi login adminTabel 1. Pengujian *black box* pada validasi login admin

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Kesimpulan
1	Mengosongkan semua isian data login, lalu menekan tombol login	<i>Username</i> : - <i>Password</i> : -	Sistem akan menolak login, dan keluar pesan "Login Gagal"	Sesuai harapan	Valid
2	Hanya Mengisi nama user dan mengkosongkan kata sandi, kemudian tekan tombol login	<i>Username</i> : user <i>Password</i> : -	Sistem akan menolak login, dan keluar pesan "Login Gagal."	Sesuai harapan	Valid
3	Mengisi nama user dan kata sandi tidak sesuai dengan data login admin	<i>Username</i> : user <i>Password</i> : Qwerty	Sistem akan menolak login, dan keluar pesan "Login Gagal."	Sesuai harapan	Valid

2. Pengujian *black box* pada validasi form data produkTabel 2. Pengujian *black box* pada validasi form data produk

No	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Kesimpulan
1	<i>Admin</i> menambahkan data produk yang akan di tampilkan.	Data yang input admin dapat tersimpan	Sesuai Harapan	Valid
2	<i>Admin</i> mengubah data pada data produk	Data yang telah di edit oleh admin berhasil berubah dan tersimpan	Sesuai Harapan	Valid
3	<i>Admin</i> menghapus data pada data produk	Data yang telah dihapus oleh admin telah hilang pada daftar	Sesuai Harapan	Valid

3. Pengujian *black box* pada *validasi form* data stok

Tabel 3. Pengujian *black box* pada *validasi form* data stok

No	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Kesimpulan
1	<i>Admin</i> menambahkan data stok pada produk yang akan ditampilkan pada katalog.	Data yang <i>input</i> admin dapat tersimpan	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>
2	<i>Admin</i> mengubah jumlah stok pada data stok	Data yang telah di edit oleh admin berhasil berubah dan tersimpan	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>
3	<i>Admin</i> menghapus data pada data stok	Data yang telah dihapus oleh admin telah hilang pada katalog	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>

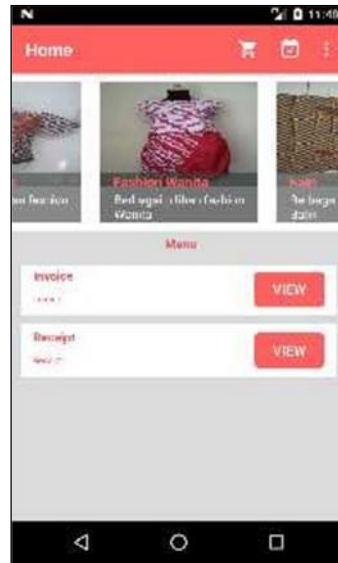
4. Pengujian *black box* pada *validasi form* data biaya kirim

Tabel 4. Pengujian *black box* pada *validasi form* data provinsi

No	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Kesimpulan
1	<i>Admin</i> menambahkan data provinsi yang akan di tampilkan pada halaman pilihan pengiriman	Data yang <i>input</i> admin dapat tersimpan	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>
2	<i>Admin</i> mengubah data pada data provinsi	Data yang telah di edit oleh admin berhasil berubah dan tersimpan	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>
3	<i>Admin</i> menghapus data pada data provinsi	Data yang telah dihapus oleh admin telah hilang pada daftar pengiriman	Sesuai Harapan	<i>Valid</i>

Pengujian Koding Program

Gambar pada gambar 6. menunjukan tampilan aplikasi yang akan di uji dalam tahap koding, apakah koding tersebut sudah sesuai dengan struktur algoritma yang benar dan sehingga koding berikut bisa di jalankan pada gambar berikut ini.



Gambar 6. Pengujian koding program

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan “Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android Pada Toko Batik Syandana” adalah Perancangan system Aplikasi Belanja Toko Batik Syandana berbasis Android dibuat dengan *Tools UML* meliputi *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, dan *Sequence Diagram* dan metode pengembangan system yang dipakai menggunakan metode *waterfall*. Membuat mutu produk sebaik mungkin sesuai dengan permintaan konsumen. Mempermudah pelayanan dalam hal pemesanan produk. Serta melaksanakan promosi secara besar-besaran, dengan menggunakan metode promosi yang tepat. Dengan dibangunnya Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android Pada Toko Batik Syandana ini dapat memberikan informasi secara cepat dan tepat sehingga dapat mempercepat, meningkatkan dan memperluas distribusi pelayanan Toko Batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Barkatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: PustakaPelajar, 2016
- Henry C. Lucas Jr. 1987. *Analisis, Desain dan Implementasi Sistem Informasi*. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto, H.M., 2005. *Analisan dan Desain Sistem Informasi :Pendekatan TerstrukturTeoridan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta
- Kasman, Ahmad Dharma. 2015. *Trik Kolaborasi Android dengan PHP & MySQL*, Jakarta:PT Lokomedia.
- Kristanto, Andri. 2008. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Munawar, 2005. *Pemodelan Visual dengan UML*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Murya, Yosep. 2014. *Pemrograman Android Black Box*, Jakarta :Jasakom. Nash, John F. 1995. *Pengertian Sistem Informasi*. Jakarta :Informatika
- Nugroho, Andi. 2005. *Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML dan Java*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Pressman, R.S. 2010. *Software Engineering : a practitioner's approach*, McGraw- Hil, New York, 68.
- Riyanto. 2010. *Pengantar Database MySQL*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiarti, Yuni, 2013. *Analisis dan Perancangan UML (Unified Modelling Language)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yakub. 2012. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Yosef Murya. 2014. *Pemrograman Android Black Box*. Jakarta :Jasakom.

ANALISIS EKONOMI BIAYA PERKEMBANGAN INOVASI TEKNOLOGI BEKISTING PADA PEKERJAAN VERTIKAL GEDUNG BERTINGKAT

Mirnayani¹, Sukarman²

Dosen Teknik Sipil Universitas Mercu Buana, E-mail : myerna197@gmail.com

Mahasiswa Teknik Sipil Universitas Mercu Buana, E-mail : armankwok@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dalam konstruksi di Indonesia ditandai dengan semakin banyak inovasi yang digunakan dalam proses konstruksi. Salah satu contoh teknologi pada konstruksi adalah teknologi bekisting (formwork). Pada awalnya proses pengecoran beton dilakukan secara konvensional, seiring dengan banyaknya metode bekisting yang berkembang, metode konvensional saat ini sudah jarang digunakan dan beralih dengan metode bekisting plat baja. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, yaitu membandingkan antara bekisting plat baja dengan bekisting panel resin yang biasa digunakan oleh Kontraktor PT. Pulauintan dan di produksi oleh PT. BES selaku anak perusahaannya. Hal ini dilakukan karena permasalahan yang sering terjadi pada beton hasil pengecoran dengan bekisting plat baja yang tidak sejajar pada joint panel sehingga memerlukan biaya repair. Untuk itu dibuatlah alternatif metode bekisting yang lebih mutakhir yaitu panel resin dimana sambungan plat baja tidak terlihat karena dilapisi resin. Obyek penelitian pada Proyek Pembangunan Apartement Gold Coast Residence, Pantai Indah Kapuk - Jakarta Utara. Dengan adanya perkembangan inovasi teknologi akan mempengaruhi metode pelaksanaan, bahan baku material yang digunakan, serta biaya yang dikeluarkan. Dari hasil perhitungan pelaksanaan didapat biaya pekerjaan vertikal dengan bekisting plat baja sebesar Rp. 43.219.433.191,- untuk satu gedung, dan pekerjaan vertikal dengan panel resin sebesar Rp. 43.163.904.812,-. Terdapat selisih biaya antara pekerjaan vertikal dengan menggunakan metode bekisting plat baja dan metode bekisting panel resin sebesar Rp 55.528.380,-.

Kata kunci : inovasi, formwork, biaya

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bekisting atau *formwork* adalah suatu konstruksi pembantu yang bersifat cetakan sementara dan digunakan untuk menahan beton selama beton dituang dan dibentuk sesuai dengan bentuk atau cetakan yang diinginkan. Bekisting merupakan suatu sarana pembantu struktur beton untuk pencetak beton sesuai dengan ukuran, bentuk, rupa, atau posisi yang direncanakan. Karena bersifat sementara maka bekisting dilepas atau dibongkar setelah beton mencapai kekuatan yang cukup sesuai dengan aturan SNI yang berlaku.

Menurut Hermawan, B. (2007), biaya bekisting dapat berkisar dari sepertiga hingga dua pertiga dari total biaya untuk struktur beton tersebut, sering lebih tinggi daripada biaya beton maupun baja tulangannya. Untuk struktur beton biasa, bekisting ini dianggap menghabiskan 50% dari total biaya. Dengan menyadari pengaruh harga pekerjaan bekisting terhadap biaya keseluruhan, maka kritis bagi seorang *engineer* struktur harus menghitung pemakaian bekisting secara ekonomis, tidak hanya ekonomis bagi material beton. Sehingga perlu beberapa pertimbangan dalam penentuan konstruksi metode bekisting yang ekonomis.

Bekisting yang sering dipakai pada pekerjaan gedung bertingkat adalah bekisting plat baja. Dari hasil wawancara dengan ahli bekisting dan beberapa penelitian menyebutkan bahwa kelebihan dan kekurangan dari metode bekisting plat baja tersebut antara lain

Tabel 1. Kelebihan dan Kekurangan Bekisting Plat Baja

Kelebihan Bekisting Plat Baja	Kekurangan Bekisting Plat Baja
- Memudahkan pekerja dalam proses pemasangan / setting. - Sangat awet dan tahan lama dapat dipakai 200 - 300 kali. - Kuat dan tidak mudah jebol pada saat proses pengecoran.	- Sambungan pada panel ada celah. - Hasil pengecoran pada sambungan sering terjadi ngeplin (tidak sejajar) pada beton. - Plat bergelombang setelah dipakai sekian kali sehingga hasilnya pun bergelombang. - Hasil pengecoran perlu di <i>repair</i>

(Sumber : Hasil Olahan, 2017)

Kekurangan dari bekisting plat baja diatas dapat menyebabkan biaya tambahan dalam proyek sehingga untuk mengatasi kekurangan tersebut maka dilakukan inovasi dengan mengganti bekisting plat baja dengan bekisting panel resin. Dengan metode panel resin ini diharapkan menghasilkan produk struktur yang bagus sehingga pihak kontraktor dapat menekan biaya pengeluaran untuk pekerjaan *NCR* atau *repair* struktur yang kurang maksimal. Panel resin adalah penyempurnaan dari bekisting plat baja, perbedaannya hanya pada lapisan permukaan yang di lapisi resin untuk menghasilkan permukaan bekisting yang benar-benar rata, dan berkualitas tinggi.

Tabel 1. Kelebihan dan Kekurangan Bekisting Panel Resin.

Kelebihan Bekisting Panel Resin	Kekurangan Bekisting Panel Resin
- Awet dan tahan lama 300 - 400 kali pakai. - Sambungan antar panel rata (Sejajar) - Kuat sehingga tidak mudah jebol pada saat pengecoran - Hasil pengecoran rata, tidak perlu <i>repair</i>.	- Tidak tahan panas api, las.

(Sumber : Hasil Olahan, 2017)

Pada penelitian ini akan dilakukan analisis perbandingan terhadap dua macam metode pelaksanaan pekerjaan vertikal dengan bekisting plat baja dan bekisting panel resin. Analisis perbandingan yang dilakukan terhadap parameter yang seringkali menjadi dasar perbandingan dalam pemilihan metode pelaksanaan, yaitu biaya pelaksanaan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Bagaimana hasil perbandingan biaya dari kedua metode pekerjaan bekisting tersebut?
2. Metode pelaksanaan mana yang lebih efisien antara bekisting Plat Baja dan Bekisting Panel Resin pada pembangunan gedung bertingkat?

II. TINJAUAN PENELITIAN

Pekerjaan Struktur Vertikal

Struktur vertikal gedung adalah komponen struktur bangunan yang tugas utamanya menyangga beban aksial tekan vertikal dengan bagian tinggi yang tidak ditopang paling tidak tiga kali dimensi lateral terkecil. Fungsi struktur vertikal adalah sebagai penerus beban seluruh bangunan ke pondasi. Struktur vertikal berfungsi sangat penting, agar bangunan tidak mudah roboh. Beban sebuah bangunan dimulai dari atap, dan akan meneruskan beban yang diterimanya ke *shearwall*, *corewall*, dan kolom.

Bekisting Plat Baja

Bekisting vertikal yang menggunakan material *non* kayu tetapi menggunakan material *hollow* dan plat baja 0,5 mm untuk lapisan permukaan. Untuk biaya produksi jauh lebih mahal dibandingkan dengan material kayu (konvensional) tetapi sebanding dengan kualitasnya yang sangat kuat dan tahan lama untuk pemakaian sampai 200 kali.



Gambar1. Beton Hasil Pengecoran dengan Bekisting Plat Baja.

(Sumber : Hasil Olahan, 2017)

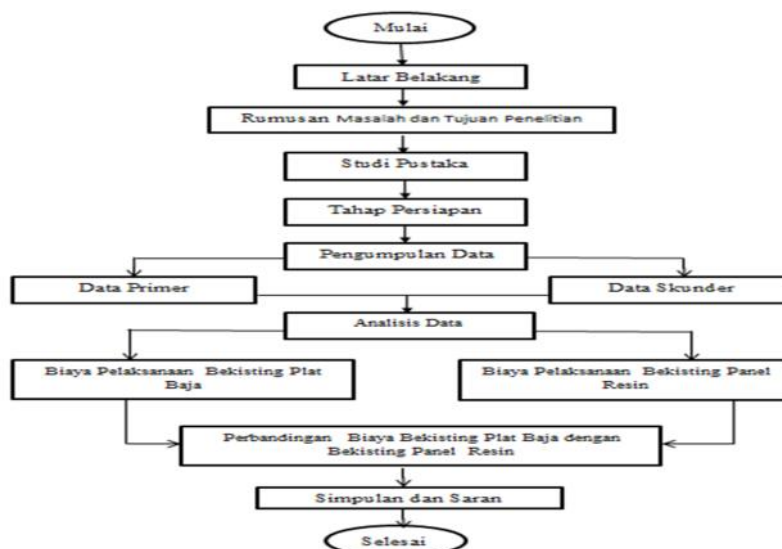
Bekisting Panel Resin

Metode bekisting panel resin ini hanyalah penyempurnaan dari metode bekisting plat baja, yang permukaannya dilapisi dengan lapisan resin sehingga hasilnya lebih rata dan pada sambungan antar panel yang di las tidak terlihat lagi karena tertutup oleh lapisan resin tersebut. Bahan baku panel resin biasanya memanfaatkan bekisting plat baja yang sudah tidak layak pakai (daur ulang) karena permukaan yang sudah bergelombang setelah sekian kali pemakaian ataupun produksi material yang baru. Secara kekuatanpun bekisting panel resin lebih tahan lama dari segi pemakaian bisa 300-400 kali pakai.



Gambar 2. Beton Hasil Pengecoran dengan Bekisting Panel Resin.
(Sumber : Hasil Olahan, 2016)

III. METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 3. Metodologi Penelitian

Data Penelitian

Data primer adalah data yang didapatkan dengan cara survey lapangan. Survey ini dilakukan dengan beberapa pengamatan yang nantinya akan diolah menjadi hasil penelitian. Data primer digunakan apabila data sekunder yang didapat kurang lengkap. Untuk itu perlu pengamatan langsung ke lokasi untuk mendapatkan gambaran mengenai keadaan lokasi studi yang sebenarnya.

Data sekunder proyek Pembangunan Gedung *Apartement Gold Coast Residence*, Pantai Indah Kapuk – Jakarta Utara didapat dari instansi yang terkait, meliputi data-data sebagai berikut:

1. Dokumen tertulis, berupa *Time schedule*, *Bill of Quantity (BOQ)* dan Rencana Spesifikasi Teknis (RKS).
2. Analisis harga satuan alat dan bahan.
3. Analisis harga satuan upah tenaga kerja
4. Analisis harga satuan biaya pekerjaan.

IV. HASIL DAN DISKUSI

4.1 Bekisting Plat Baja

4.1.1 Metode Pelaksanaan Pekerjaan Vertikal dengan Bekisting Plat Baja

Metode plat baja merupakan metode Bekisting vertikal yang menggunakan material *non* kayu tetapi menggunakan material *hollow* dan plat baja 5mm untuk lapisan permukaan dengan lebar setiap panel 2 meter sampai dengan maksimal 4 meter. Metode ini di rasa cukup efektif dan efisien untuk pekerjaan vertikal pada proyek- proyek gedung tinggi karena mempunyai karakter yang kuat dan tahan lama. Untuk biaya produksinya sendiri jauh lebih mahal dibandingkan dengan material kayu (*konvensional*) akan tetapi hal ini sebanding dengan kualitasnya yang sangat kuat dan tahan lama untuk pemakaian sehingga efektif untuk pekerjaan vertikal *shearwall*, *corewall*, dan kolom dengan hasil yang cukup memuaskan. Perencanaan sebuah sistem serta metode kerja bekisting menjadi tanggung jawab bagi pihak kontraktor, sehingga segala resiko dalam pekerjaan tersebut sudah pasti menjadi hal yang harus ditekan serendah mungkin dengan perencanaan yang sematang mungkin dengan memperhatikan segala faktor yang menjadi pendukung atau menjadi kendala dalam pelaksanaan nantinya.

Dari tahapan pelaksanaan pekerjaan bekisting plat baja di lapangan terdapat beberapa kelebihan dan kendala yang di hadapi pada saat pelaksanaan di lapangan antara lain :

Tabel 3. Kelebihan dan kendala bekisting plat baja saat di lapangan.

No	Kelebihan Bekisting Plat Baja
1	Fabrikasi cepat cukup dengan peralatan las.
1	Memudahkan pekerja dalam proses pemasangan / setting.
2	Sangat awet dan tahan lama, kebal terhadap api.
3	Kuat dan tidak mudah jebol pada saat proses pengecoran.
4	Bentangan panel maksimal hanya 2,5 m sehingga banyak sambungan dan membutuhkan
5	Waktu dan material tambahan pada proses pelaksanaan.
	Kendala Bekisting Plat Baja
1	Proses install di lapangan harus sambung antar panel sesuai kebutuhan lapangan.
2	Hasil pengecoran pada sambungan sering terjadi ngeplin (tidak sejajar) pada beton.
3	Plat bergelombang setelah dipakai sekian kali sehingga hasilnya pun bergelombang.
4	Hasil pengecoran perlu di repair
5	Siklus pemindahan <i>climbing</i> masih menggunakan sistem manual diangkat tower crane.

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

4.1.2 Analisis Biaya Pekerjaan Bekisting Plat Baja

Pada penelitian ini komponen biaya untuk pekerjaan *vertikal searwall*, *corewall*, dan kolom dibagi menjadi bahan, alat, upah. Untuk menghitung biaya dibutuhkan data volume pekerjaan vertikal berdasarkan ukuran sebenarnya yang terdapat di lapangan dalam satu lantai.

Dalam menghitung biaya pelaksanaan pekerjaan bekisting plat baja, terlebih dahulu dihitung indeks bahan dan upah tenaga kerja. Untuk menghitung indeks tenaga kerja didapat dari PT. Pulauintan pada Proyek Pembangunan *Apartement Gold Coast Residence*. Maka perhitungan indeks didasarkan pada penggunaan bahan dan material di lapangan untuk setiap item pekerjaan. Berikut adalah *resume* biaya pelaksanaan pekerjaan vertikal dengan metode bekisting plat baja.

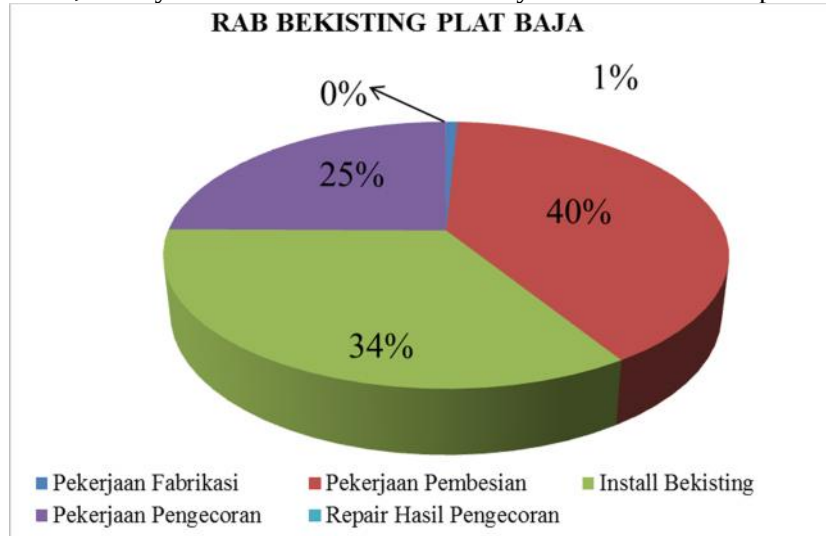
Tabel 4. Biaya pelaksanaan pekerjaan bekisting plat baja.

No	Item	Sat	Volume	Harga Sat Pekerjaan	Jumlah Harga	%
1	Pekerjaan Fabrikasi	m2	1.036	322.549	334.160.475	0,77%
2	Pekerjaan Pembesian	kg	1.429.305,47	12.194,02	17.428.979.488	40,33%

3	Install Bekisting	m2	38.139,51	385.739,01	14.711.896.829	34,04%
4	Pekerjaan Pengecoran	m3	7.900,45	1.358.372,62	10.731.760.399	24,83%
5	Repair Hasil Pengecoran	m2	156	81.000,00	12.636.000	0,03%
TOTAL					43.219.433.191	100,00%

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

Berdasarkan perhitungan rencana anggaran biaya pekerjaan bekisting plat baja didapat harga sebesar **Rp. 43.219.433.191,-** . Biaya tersebut sudah termasuk biaya *over head* di setiap item pekerjaan.



Gambar 4. Grafik Prosentase Rencana Anggaran Biaya Bekisting Plat Baja.

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

4.2 Bekisting Panel Resin

4.2.1 Metode Pelaksanaan Pekerjaan Vertikal dengan Bekisting Panel Resin

Metode bekisting panel resin ini hanyalah penyempurnaan dari metode bekisting plat baja, yang **PERMUKAANYA** dilapisi dengan lapisan resin dan campuran bahan kimia lain sehingga menghasilkan permukaan bekisting yang lebih rata dan pada sambungan antar panel yang di las tidak terlihat lagi karena tertutup oleh lapisan resin tersebut. Bahan baku panel resin biasanya memanfaatkan bekisting plat baja yang sudah tidak layak pakai (daur ulang) karena permukaan yang sudah bergelombang setelah sekian kali pemakaian ataupun produksi material yang baru.

Tabel 5.Kelebihan dan kekurangan bekisting panel resin saat pelaksanaan.

No	Kelebihan Bekisting Panel Resin
1	Fabrikasi bisa memanfaatkan bekisting panel baja yang sudah tidak layak pakai.
2	Tidak ada sambungan untuk bentangan panel panjang dan lebar
3	Menggunakan metode <i>climbing sistem</i> sehingga siklus pekerjaan lebih cepat
4	Instal di lapangan lebih cepat karena bentangan panjang dan minim sambungan.
5	Hasil pengecoran rata, tidak perlu repair.
6	Bentangan panel mencapai 6 m' setiap panelnya.
7	Siklus pemindahan <i>climbing</i> menggunakan sistem <i>hidraulic</i> tidak diangkat dengan tower crane.
Kendala Bekisting Panel Resin	
1	Tidak tahan panas api, las.
2	Fabrikasi lebih lama di bandingkan bekisting plat baja.

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

4.2.2 Analisis Biaya Pekerjaan Bekisting Panel Resin

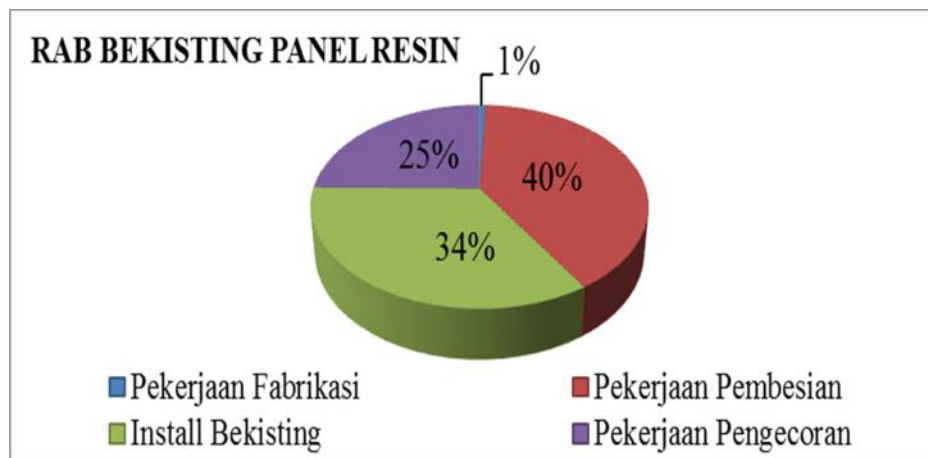
Dalam menghitung biaya pelaksanaan pekerjaan bekisting panel resin, terlebih dahulu dihitung indeks bahan dan upah tenaga kerja. untuk menghitung indeks tenaga kerja yang didapat di PT. Pulauintan pada Proyek Pembangunan *Apartement Gold Coast Residence*. Perhitungan indeks didasarkan pada penggunaan bahan material di lapangan untuk tiap item pekerjaan. Berikut adalah biaya pelaksanaan bekisting panel resin.

Tabel 6. Biaya pelaksanaan pekerjaan bekisting panel resin

No	Item	Sat	Volume	Harga Sat Pekerjaan	Jumlah Harga	%
1	Pekerjaan Fabrikasi	m2	1.036	281.146,81	291.268.095	0,67%
2	Pekerjaan Pembesian	kg	1.429.305,47	12.194,02	17.428.979.488	40,38%
3	Install Bekisting	m2	38.139,51	385.739,01	14.711.896.829	34,08%
4	Pekerjaan Pengecoran	m3	7.900,45	1.358.372,62	10.731.760.399	24,86%
TOTAL					43.163.904.812	100,00%

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

Berdasarkan perhitungan rencana anggaran biaya pekerjaan metode bekisting plat baja pada proyek pembangunan *Apartement Gold Coast Residence* Pantai Indah Kapuk didapat harga sebesar **Rp. 43.163.904.812,-** . Biaya tersebut sudah termasuk biaya *over head* di setiap item pekerjaan.



Gambar 5. Grafik Prosentase Rencana Anggaran Biaya Bekisting Panel Resin
(Sumber : Hasil Olahan, 2017)

V. KESIMPULAN

Hasil metode pelaksanaan pekerjaan bekisting panel resin lebih efisien dibandingkan dengan metode plat baja. Hal tersebut disebabkan oleh ada beberapa material bahan baku yang berbeda yaitu ketebalan plat baja yang digunakan antara bekisting plat baja dan bekisting panel resin. Perbedaan metode, material, dan biaya dari masing-masing metode pelaksanaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Resume Perbandingan metode pelaksanaan bekisting.

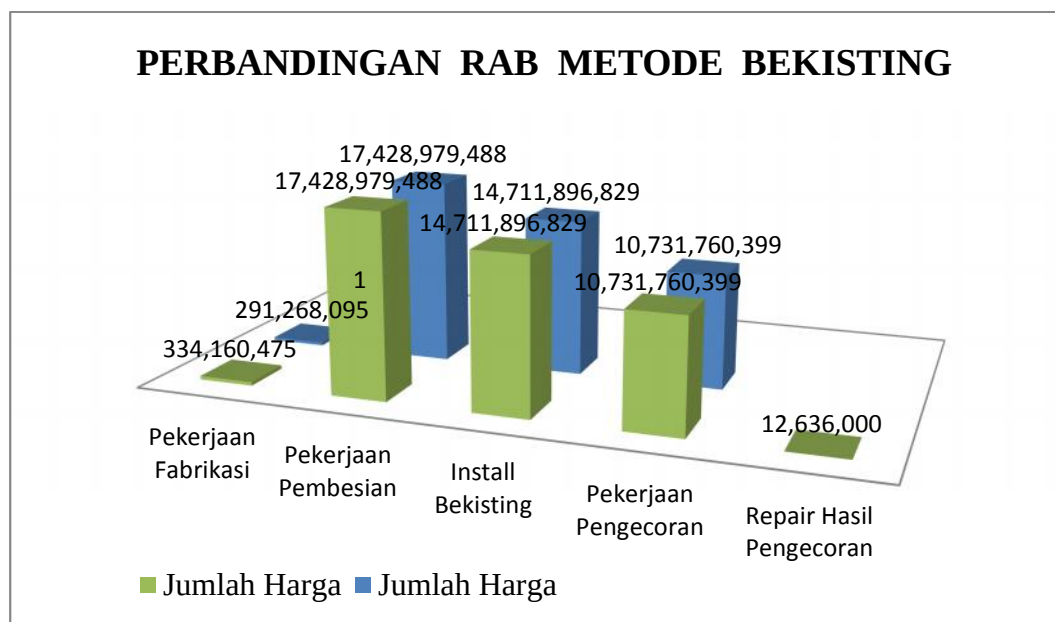
No	Item	Bekisting Plat Baja	Bekisting Panel Resin
1	Material		
	Plat Baja	5 mm	3 mm
	Bentangan Fabrikasi	2 m s/d 4 m	2 m s/d 6,5 m

	Resin	Tidak pakai	Memakai
	Hardener	Tidak pakai	Memakai
	Pasir Silika	Tidak pakai	Memakai
2	Hasil Pengecoran		
	Permukaan beton	Tidak rata pada sambungan panel	Rata dan halus
	<i>Repair</i>	Perlu	Tidak Perlu
3	Metode		
	Sistem <i>Climbing</i>	Manual (<i>Tower Crane</i>)	<i>Hidraulic</i>
4	Biaya (Rp)		
	Fabrikasi	Rp334.160.475	Rp291.268.095
	Pelaksanaan	Rp43.219.433.191	Rp43.163.904.812

Sumber : Hasil Olahan, (2017)

Biaya Fabrikasi untuk bekisting panel resin 1 m' adalah jumlah volume fabrikasi dibagi dengan harga satuan sehingga didapat harga sebesar Rp. 281.146,81,- atau bisa dirinci dengan perhitungan menggunakan plat baja tebal 3mm dan lapisan resin setebal 6,15 mm dengan komposisi yang telah direncanakan sesuai takaran yaitu resin 2 kg, hardener 1 kg, dan pasir silika 2,2 kg.

Dalam hasil perhitungan pelaksanaan didapat biaya pekerjaan vertikal dengan bekisting plat baja sebesar Rp. 43.219.433.191,- untuk satu gedung, dan pekerjaan vertikal dengan panel resin sebesar Rp. 43.163.904.812,-. Terdapat selisih biaya antara pekerjaan vertikal dengan menggunakan metode bekisting plat baja dan metode bekisting panel resin sebesar Rp 55.528.380,-. Selisih biaya tersebut disebabkan oleh ada beberapa material bahan baku yang berbeda dan metode pelaksanaan yang berbeda pula. Perbedaan biaya dari masing-masing metode pelaksanaan dapat dilihat pada tabel berikut:



Gambar 6. Grafik perbedaan perbandingan biaya dan metode bekisting.
(Sumber : Diolah sendiri, 2017)

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. Z.(2016): *Analisis Waktu Dan Biaya Pekerjaan Pier Head Cast In Situ dan Pier Head Precast Pada Proyek Infrastructure fly over*. Universitas Mercubuana Jakarta.
- Hermawan, B. (2007): *Studi Perbandingan Metode Bekisting Konvensional dengan Metode Bekisting PCH (Perth Construction Hire)*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Kusnadi, G. R. (2005): *Tinjauan Kembali Perhitungan dan Pelaksanaan Pekerjaan Bekisting PERI Sistem Multiflex di Basement 1 pada Proyek Pembangunan Menara Kuningan*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Legstiana Esty, (2012): *Komparasi Biaya Pelaksanaan Menggunakan Bekisting Konvensional Dan Bekisting Sistem PERI*. Universitas Sebelas Maret.
- Muhammad Fandi, Y. E. (2008): *Analisa Perbandingan Waktu dan Biaya metode Bekisting Sistem Tableform dengan Metode Semi Sistem*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Muis, A. (2013): *Analisis Bekisting Metode Semi Sistem dan Metode Sistem pada Bangunan Gedung*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Novita, A. (2006): *Perbandingan Bekisting Konvensional Dengan Bekisting Sistem PERI Ditinjau Dari Segi Biaya dan Waktu Pelaksanaan Pada Proyek Apartement Salemba Residence*. Universitas Indonesia Jakarta.
- Saraswati, Y. (2012): *Analisa perbandingan penggunaan bekisting semi konvensional dengan bekisting sistem table form pada kontruksi gedung bertingkat*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Sulistya, D. (2005): *Analisa Perbandingan Mengenai Biaya dan Waktu Pelaksanaan Sistem Bekisting PERI dengan PASCAL Pada Proyek Pembangunan Mega ITC Cempaka Mas*. Universitas Indonesia Jakarta.
- Tatang. (2007): *Analisa Perbandingan Biaya dan Waktu Pada Pekerjaan Bekisting Plat Yang Menggunakan Multiflex Sistem dan Scaffolding dengan Table Form PD.8*. Universitas Mercubuana Jakarta.
- Zainullah, A. (2007): *Pengaruh Upah, Kemampuan, dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pekerja Pelaksanaan Bekisting pada Pekerjaan Beton*. Universitas Brawijaya Malang.

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH KREDIT PADA PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR

Budhi Poniman, Widyawati
STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah kredit pada PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis jalur regresi linier berganda, uji instrument, uji linieritas dan uji hipotesis yang meliputi regresi linier berganda, Uji serempak (uji F), Uji Parsial (uji t), dan koefisien determinasi. Hasil uji persamaan 1: Bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah kredit. Empati berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah kredit. Hasil uji persamaan 2: Bukti langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Kepuasan nasabah kredit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Hasil uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit. Nilai R^2 total sebesar 0,819 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dijelaskan oleh variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan nasabah kredit sebesar 81,9%. Bukti langsung lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Keandalan lebih efektif melalui jalur tidak langsung, karena hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Daya tanggap lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Jaminan lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Empati lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh langsung daya tanggap terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar merupakan jalur yang paling efektif atau dominan

Kata Kunci : Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

The purpose of this study to determine and analyze the effect of service quality dimension to satisfaction and loyalty of credit customers in PD. BPR of Bank Daerah Karanganyar The analysis technique in this research is multiple linear regression analysis, instrument test, linearity test and hypothesis test which consist of multiple linear regression, simultaneous test (F test), partial test (t test), and coefficient of determination. Equation test results 1: Direct evidence significantly affects the satisfaction of credit customers. Reliability has a significant effect on credit customers' satisfaction. Responsiveness has a significant effect on Satisfaction. Guarantee significant effect on Customer Satisfaction credit. Empathy has no significant effect on Customer Satisfaction credit. Equation test results 2: Direct evidence has no significant effect on loyalty of credit customers. Reliability has no significant effect on loyalty of credit customers. Responsiveness has a significant effect on loyalty of credit customers. Guaranteed significant effect on loyalty of credit customers. Empathy has a significant effect on loyalty of credit customers. The satisfaction of credit customers significantly affects the loyalty of credit customers. F test results can be concluded together independent variables that is direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer loyalty credit. Total R^2 value of 0.819 can be interpreted variations of loyalty of credit customers of PD. The BPR of Bank Daerah Karanganyar is explained by direct evidence variables, reliability, responsiveness, assurance, empathy and customer satisfaction loan of 81.9%. Direct evidence is more effective through direct paths, because the outcome of direct influence is greater than indirect influence. Reliability is more effective through the indirect path, because the result of indirect influence is greater than the direct effect. Responsiveness is more effective through direct paths, because the direct effects are greater than indirect effects. Guarantees are more effective through direct channels, because the outcome of direct influence is greater than indirect influence. Empathy is more effective through direct paths, because the outcome of direct influence is greater than indirect

influence. The analysis results can be seen that the direct influence of responsiveness to loyalty of credit customers PD. BPR Bank Daerah Karanganyar is the most effective or dominant path.

Keywords : *Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

PD. BPR Bank Daerah Karanganyar yang ingin berkembang dan selalu bertahan harus dapat memberikan kepada nasabah tentang kualitas pelayanan yang bermutu dan lebih baik, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dengan baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pencapaian keberhasilan pemasaran, yaitu: Dimensi *tangible* atau bukti langsung, dimensi *reliability* atau kehandalan, dimensi *responsiveness* atau daya tanggap, dimensi *assurance* atau jaminan, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Warna didunia persaingan dalam bidang pelayanan dipasar domestic maupun dipasar internasional sangat menjadi kompetitif dan sarat dengan tuntutan profesionalisme di segala bidang merupakan ciri khas pada era global. Perkembangan dunia usaha dewasa ini begitu pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan menuntut untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari aparatur Negara termasuk aparatur dilingkungan pemerintah kelurahan Begajah Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar.

Pola pikir aparatur pemerintah atau pemberi layanan cenderung menganggap bahwa sebaik apapun dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, tidak akan merubah gaji dan pendapatannya. Pegawai melayani karena adanya tanggung jawab tugas, dan fungsi pemerintahan. Kenyataan ini memperlihatkan bahwa kinerja masih belum menunjukkan kualitas pelayanan publik yang diharapkan. Peraturan yang ada seringkali tidak mudah dipahami oleh warga pengguna layanan yang sebagian besar berpendidikan rendah, sehingga banyak terjadi miskomunikasi antara yang melayani dengan yang dilayani. Kondisi pelayanan seperti ini merupakan konsekuensi kurang efektifnya sosialisasi kebijakan pelayanan kepada warga, disamping itu warga/nasabah memang tidak dilibatkan dan tidak diajak bicara tentang masalah pelayanan, perumusan tentang kebijakan pelayanan seperti penentuan biaya, prosedur, waktu, dan sebagainya, masih dilakukan secara sepihak oleh pemerintah. Atas dasar pemikiran di atas maka perlu di kaji lebih mendalam berkaitan dengan loyalitas Nasabah Pada PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Parasuraman (2011:165) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Menurut Gaspersz (2008:4) pengertian dasar dari kualitas menunjukkan bahwa kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu jasa seperti performansi (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*) dan sebagainya, seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil.

Atas dasar fenomena, landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta diasumsikan mendekati kondisi yang sebenarnya, maka akan diuji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh : Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Palilati (2014), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Budiarti, Anindhyta (2014), menunjukan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Kristian Suhartadi (2014) menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap

loyalitas. Adanya kesenjangan antara teori dan hasil penelitian yang relevan (teori gap), serta kesenjangan antara hasil temuan penelitian penelitian (riset gap), maka dalam penelitian ini akan diuji kembali pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas.

Atas dasar fenomena, landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta diasumsikan mendekati kondisi yang sebenarnya, maka akan diuji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Permasalahan utama sebagai lembaga jasa pelayanan nasabah adalah semakin banyaknya pesaing. Dengan demikian kelurahan dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada. Kelurahan perlu secara cermat menentukan kebutuhan nasabah sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelayanan yang diberikan. Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, bukanlah sesuatu yang mudah bagi pegawai kelurahan karena pelayanan yang diberikan oleh kelurahan menyangkut kualitas perasaan nasabahnya sehingga bila terjadi kesalahan dalam tindakan pelayanan dapat berdampak buruk bagi nasabah. Dampak tersebut dapat berupa kekecewaan nasabah. Kelurahan sebagai bagian dari system instansi pemerintah dituntut untuk meningkatkan kualitas penyediaan fasilitas, pelayanan dan kemandirian. Untuk itu kelurahan merupakan salah satu pelaku pelayanan nasabah yang kompetitif harus dikelola oleh pelaku yang mempunyai jiwa sosial yang mampu menciptakan efisiensi, keunggulan dalam kualitas pelayanan, keunggulan dalam inovasi serta unggul dalam merespon kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah menempati posisi penting dalam praktek di dunia pelayanan, karena manfaat yang dapat ditimbulkannya bagi kelurahan. Pertama, banyak peneliti setuju bahwa nasabah yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Loyalitas sebagai kemauan nasabah untuk terus mendukung sebuah organisasi dalam jangka panjang untuk menggunakan pelayanan dan jasanya atas dasar rasa suka yang eksklusif dan secara sukarela merekomendasikan pelayanan kelurahan kepada orang lain. (Handoko, 2005:25).

Kepuasan konsumen menjadi salah satu hasil penting dari semua aktivitas pemasaran, sebab puas tidaknya konsumen akan berdampak pada keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan selalu berusaha untuk dapat memuaskan konsumen atas barang/jasa yang telah diproduksinya. Assael (1995) menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas tersebut. McIorrry dan Barnett (2000) menyatakan bahwa konsep penting yang harus dipertimbangkan ketika membangun program loyalitas adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi, sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian ulang. Sehingga kepuasan pelanggan dirasakan secara positif berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Palilati (2014), Karsono (2015), Kristian Suhartadi (2014), Budiarti, Anindhyta (2014) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Eva Monica (2014) menunjukkan bahwa terdapat tiga dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Atas dasar fenomena, landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta diasumsikan mendekati kondisi yang sebenarnya, maka akan diuji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Palilati (2014), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Kristian Suhartadi (2014), Budiarti, Anindhyta (2014) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Eva Monica (2014) menunjukkan bahwa terdapat tiga dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Atas dasar fenomena, landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta diasumsikan mendekati kondisi yang sebenarnya, maka akan diuji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan

sesuai dengan kehandalan (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Dipilihnya PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dikarenakan keluhan tersebut merupakan salah satu keluhan yang unggul di Kabupaten Karanganyar, sehingga secara tidak langsung keluhan harus memberikan pelayanan yang maksimal agar nasabah akan terus merasa loyal. Loyalitas Nasabah terdiri dari kedua dimensi perilaku dan sikap perilaku dimensi mengacu pada nasabah perilaku pembelian berulang, Menunjukkan preferensi untuk merek atau jasa dari waktu ke waktu (Bowen Dan Shoemaker, 2008: 54). dimensi sikap, di sisi lain, mengacu pada niat nasabah untuk membeli kembali dan memberikan kata-kata positif dari mulut ke mulut dan rekomendasi mengenai produk atau jasa kepada teman dan keluarga bila memungkinkan untuk melakukannya (Getty Dan Thomson, 2014). Selain Itu, Dick Dan Basu (2014) mengusulkan dua kondisi dalam mendefinisikan loyalitas nasabah, yang merupakan persimpangan sikap relatif dan mengulangi pembelian. Pertama, nasabah yang menunjukkan perilaku loyalitas terlibat dalam pembelian ulang kapanpun. Kedua, nasabah yang loyal dalam sikap cenderung membuat rekomendasi kepada orang lain dan kadang-kadang sikap setia pegawai akan mengarah pada perilaku loyal dalam bentuk pembelian berulang. dengan kata lain, nasabah yang dimiliki kedua dimensi cenderung untuk membentuk hubungan jangka panjang dengan institusi.

Banyak cara untuk mengukur kualitas pelayanan, yang sering digunakan adalah konsep *Serqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman (2010:56) yaitu dengan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Karena konsep ini dianggap belum cukup mencakup seluruh aspek kualitas pelayanan khususnya dalam bidang pelayanan.

Menurut Supranto (2011:89), dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan menarik nasabah, yang pertama adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang meliputi aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*. Sedangkan yang kedua adalah dengan menerapkan kebijakan administrasi yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada nasabah.

Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, maka Untuk itulah kiranya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Kredit Pada PD. BPR Bank Daerah Karanganyar”.

METODE

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif yang akan menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas atau *independent variabel* meliputi variabel kualitas pelayanan dengan dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), Jaminan (*Assurance*) dan perhatian (*empathy*) dengan variabel (*intervening*) kepuasan nasabah serta variabel terikat (*dependent*) loyalitas nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar yang datang membutuhkan pelayanan pada bulan Maret s/d April 2016 sebanyak 600. Dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar 60 nasabah yang datang di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar

Teknik analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jalur (*path analisis*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut:.

Persamaan Regresi :

$$Y_1 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e_1$$

Keterangan:

Y_1	= Kepuasan nasabah
a	= Konstanta
X_1	= Bukti langsung / <i>Tangible</i>
X_2	= Keandalan / <i>Reliability</i>
X_3	= Daya tanggap / <i>Responsibility</i>
X_4	= Jaminan / <i>Assurance</i>

X_5 = Empati / *Empathy*

$b_1 \dots b_5$ = Koefisien regresi

e_1 = residual

error

= error

= error

=

= error

= error

Persamaan Regresi :

$$Y_2 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e_2$$

Keterangan:

Y_2 = Loyalitas nasabah

Y_1 = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

X_1 = Bukti langsung / *Tangible*

X_2 = Keandalan / *Reliability*

X_3 = Daya tanggap / *Responsibility*

X_4 = Jaminan / *Assurance*

X_5 = Empati / *Empathy*

$b_1 \dots b_5$ = Koefisien regresi

e_1 = residual

HASIL PENELITIAN

Tabel IV.11.

Hasil Regresi Persamaan Pertama

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,711	1,819		2,040
	Tangible	-,213	,101	-,210	2,116
	Reliability	,204	,095	,205	2,137
	Responsiveness	,426	,097	,429	4,370
	Assurance	,287	,108	,275	2,655
	Empathy	,122	,095	,115	1,285

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel IV.12.

Hasil Regresi Persamaan Kedua

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1,737	1,916		-,906
	Tangible	,033	,106	,029	,311
	Reliability	,054	,101	,049	,537
	Responsiveness	,238	,109	,217	2,176
	Assurance	,235	,115	,204	2,040
	Empathy	,199	,099	,169	2,015
	Kepuasan Nasabah	,301	,101	,272	2,969

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel IV.13

Hasil Uji F Persamaan 1

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	266,204	5	53,241	24,361
	Residual	227,287	104	2,185	,000 ^a
	Total	493,491	109		

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel IV.14
Hasil Uji F Persamaan 2

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	364,390	6	60,732	26,046	,000 ^a
Residual	240,165	103	2,332		
Total	604,555	109			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel IV.15
Koefisien Determinan Persamaan 1 (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,539	,517	1,478

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance

Tabel IV.16
Koefisien Determinan Persamaan 2 (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,603	,580	1,527

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance

Tabel IV.17
Koefisien Korelasi

Correlations

		Tangible	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
Tangible	Pearson Correlation	1	,637	,565	,685	,461	,405	,512
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Reliability	Pearson Correlation	,637	1	,581	,636	,503	,553	,559
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Responsiveness	Pearson Correlation	,565	,581	1	,618	,629	,670	,678
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Assurance	Pearson Correlation	,685	,636	,618	1	,543	,589	,642
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Empathy	Pearson Correlation	,461	,503	,629	,543	1	,540	,602
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,405	,553	,670	,589	,540	1	,667
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,512	,559	,678	,642	,602	,667	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisa jalur dapat diperoleh hasil sbb:

Persamaan 1 yaitu :

$$Y_1 = -0,210 X_1 + 0,205 X_2 + 0,429 X_3 + 0,275 X_4 + 0,115 X_5 + e$$

Keterangan:

- 1) β_1 = koefisien regresi bukti langsung sebesar -0,210. Hal ini menunjukkan bahwa bukti langsung berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, apabila bukti langsung ditingkatkan, maka kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan menurun.

- 2) β_2 = koefisien regresi keandalan sebesar 0,205. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila keandalan ditingkatkan, maka kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 3) β_3 = koefisien regresi daya tanggap sebesar 0,429. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila daya tanggap ditingkatkan maka kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 4) β_4 = koefisien regresi jaminan sebesar 0,275. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila jaminan ditingkatkan maka kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 5) β_5 = koefisien regresi empati sebesar 0,115. Hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila empati ditingkatkan maka kepuasan nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.

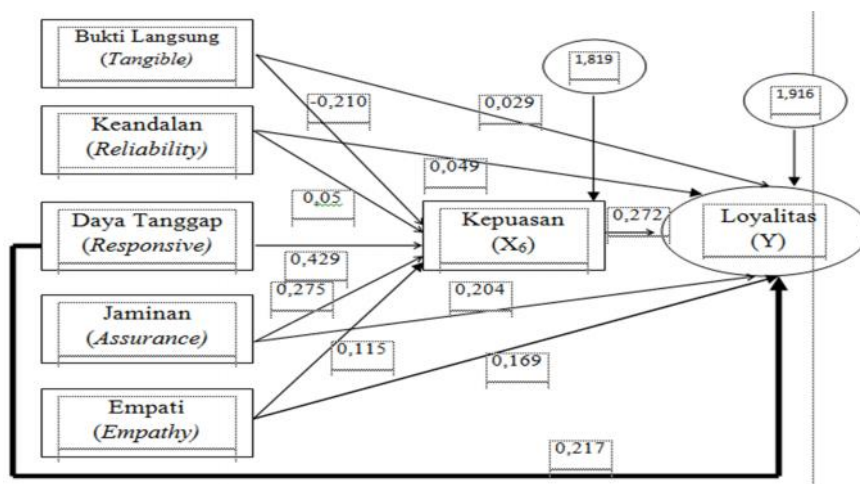
Persamaan 2 yaitu :

$$Y_2 = 0,029 X_1 + 0,049 X_2 + 0,217 X_3 + 0,204 X_4 + 0,169 X_5 + 0,272 X_6 + \epsilon$$

Keterangan:

- 1) β_1 = koefisien regresi bukti langsung sebesar 0,029, hal ini menunjukkan bahwa bukti langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, apabila bukti langsung ditingkatkan maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 2) β_2 = koefisien regresi keandalan sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila keandalan ditingkatkan maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 3) β_3 = koefisien regresi daya tanggap sebesar 0,217. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila daya tanggap ditingkatkan, maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 4) β_4 = koefisien regresi jaminan sebesar 0,204. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila jaminan ditingkatkan maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 5) β_5 = koefisien regresi empati sebesar 0,169. Hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila empati ditingkatkan maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.
- 6) β_6 = koefisien regresi kepuasan nasabah kredit sebesar 0,272. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah kredit berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini berarti apabila kepuasan nasabah kredit ditingkatkan maka loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar akan meningkat.

Model Hasil Analisis:



PEMBAHASAN

1. Pengaruh Daya tanggap Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung daya tanggap terhadap loyalitas nasabah kredit lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit lebih efektif melalui jalur langsung. Dan daya tanggap merupakan pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah kredit di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

Upaya untuk meningkatkan daya tanggap dapat ditingkatkan dengan cara melihat hasil nilai uji validitas yaitu terletak pada item pertanyaan nomer 3, 4 dan 2 langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar cepat dalam memberikan pelayanan, misalnya nasabah tidak perlu menunggu lama saat bertransaksi.
- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar tepat dalam memberikan pelayanan, misalnya memahami *job description* masing-masing sehingga memahami permasalahan yang disampaikan nasabah.
- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar cepat tanggap terhadap masalah yang dihadapi nasabah, misalnya menerima keluhan dengan senang hati dan berupaya memberikan solusi yang terbaik.

Hasil temuan ini didukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan loyalitas.

2. Pengaruh Jaminan Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung jaminan terhadap loyalitas nasabah kredit lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit lebih efektif melalui jalur langsung.

Upaya untuk meningkatkan jaminan dapat ditingkatkan dengan cara melihat hasil nilai uji validitas yaitu terletak pada item pertanyaan nomer 3, 4 dan 5 langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar menjalin hubungan yang efektif dengan nasabah, misalnya menganggap nasabah seperti keluarga sendiri.
- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar memiliki kemampuan yang baik, misalnya mampu menguasai tugasnya tanpa harus bergantung pada orang lain.
- Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar memiliki ketrampilan yang lebih, misalnya memahami perkembangan perbankan yang semakin modern dan dapat mengaplikasikan ditempat kerja.

Hasil temuan ini didukung hasil penelitian Wenny dan Halim (2013), menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit

3. Pengaruh Empati Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung empati terhadap loyalitas nasabah kredit lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit lebih efektif melalui jalur langsung.

Upaya untuk meningkatkan empati adalah dengan cara melihat hasil nilai uji validitas yaitu terletak pada item pertanyaan nomer 3, 5 dan 2 langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar memberikan pelayanan sesuai dengan urutannya, misalnya bekerja dengan profesional sesuai no.urut antrian dan tidak mendahulukan bagi yang sudah akrab.
- b. Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar memiliki empati terhadap semua nasabah, misalnya memperlakukan semua nasabah sama.
- c. Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar menerapkan disiplin waktu yang tinggi, misalnya datang tepat waktu dan menyelesaikan pekerjaan sebelum *deadline*.

Hasil temuan ini didukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Wenny dan Halim (2013), menunjukkan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit.

4. Pengaruh Bukti langsung Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung bukti langsung terhadap loyalitas nasabah kredit lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit lebih efektif melalui jalur langsung akan tetapi hasil uji t menunjukkan bahwa bukti langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, sehingga sebaiknya bukti langsung yang sudah ada di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dipertahankan saja.

Hal ini tidak mendukung dengan hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), menunjukkan bahwa bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan loyalitas.

5. Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung keandalan terhadap loyalitas nasabah kredit lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit lebih efektif melalui jalur langsung, akan tetapi hasil uji t menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, sehingga sebaiknya keandalan yang sudah ada di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dipertahankan saja.

Hal ini tidak mendukung dengan hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan loyalitas. Sedangkan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Eva Monica (2014), menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas

Kesimpulan

Hasil uji persamaan 1:

- a. Bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit
- b. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit
- c. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan
- d. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah kredit
- e. Empati berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah kredit

Hasil uji persamaan 2:

- a. Bukti langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit
- b. Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit
- c. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit
- d. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit
- e. Empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit
- f. Kepuasan nasabah kredit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit.

Hasil uji F pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai $F=26,046$ signifikansi $0,000<0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit.

Nilai R^2 total sebesar 0,819 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dijelaskan oleh variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan nasabah kredit sebesar 81,9%, sisanya 18,1% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian, misalnya reputasi, harga dan lokasi..

Kesimpulan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

- Bukti langsung lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
- Keandalan lebih efektif melalui jalur tidak langsung, karena hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung.
- Daya tanggap lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
- Jaminan lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
- Empati lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh langsung daya tanggap terhadap loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar merupakan jalur yang paling efektif atau dominan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian disarankan hal-hal sebagai berikut:

- Daya tanggap merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. Berdasarkan hal tersebut, sehingga dalam meningkatkan loyalitas nasabah kredit PD. BPR Bank Daerah Karanganyar lebih diprioritaskan dalam meningkatkan daya tanggap dengan hasil uji validitas nilai tertinggi yaitu nomer 3, 4 dan 2 langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:
 - Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar cepat dalam memberikan pelayanan, misalnya nasabah tidak perlu menunggu lama saat bertransaksi, keluhan nasabah dilayani dengan cepat dan pegawai cepat tanggap atau *responsive* terhadap keinginan nasabah.
 - Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar tepat dalam memberikan pelayanan, misalnya memahami *job description* masing-masing sehingga memahami permasalahan yang disampaikan nasabah, prosedur pelayanan tersampaikan dengan jelas dan adanya flowchart pelayanan yang ditempel diruang tunggu nasabah.
 - Pegawai PD. BPR Bank Daerah Karanganyar cepat tanggap terhadap masalah yang dihadapi nasabah, misalnya menerima keluhan dengan senang hati, pegawai berupaya memberikan solusi yang terbaik dan adanya kesepakatan bersama ketika terdapat keluhan yang tidak bisa diselesaikan sendiri.
- Sebaiknya saran untuk penelitian yang akan datang lebih memperdalam teori tentang adanya pengaruh yang tidak signifikan antara bukti langsung dan keandalan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah kredit di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. Dan hal ini menjadi *reseach gap* bagi penelitian mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisubrata, 2011, *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Yang Bebas Korupsi, Kolusi dan Nepotisme*, Eko Jaya, Jakarta.
- Bowen, J. and Shoemaker, S. (2008). Loyalty: A strategic commitment. *Cornell H.R.A. Quarterly* 2: 12-25.
- Cronin, Joseph Jr. and A. Taylor. 2012, "marketing Services Quality : A Reexamination And Extention", *Journal Of Marketing*, Vo. 56, July, P.55-68
- Dharmesta, Basu Swastha (2009), " Loyalitas Pelanggan : Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14, No.3.

- Dick, A. and Basu, K. (2014). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of Marketing Science* 22: 99-113.
- Engel, JF. Blackwell, Rogen D. and Paul W. Miniard, 2014, *Customer Behavior*, Eighth Edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.
- Eva Monica (2014), Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Apotek Viva Generik Di Semarang, *Electronic Thesis or Dissertation (ETD)*, Universitas Gadjah Mada, 2014
- Ferdinand, A. 2010, *structural Equation modeling Dalam penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fournier and Yao, 2010, *Customer Behavior*, Eighth Edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.
- Getty, J.M. and Thompson, K.N. 2014. The relationship between quality, satisfaction, and recommending behavior in lodging decisions. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing* 2: 2-22.
- Ghozali, Imam, 2014, *Analisis Multivariat*, Badan penerbit Undip, Semarang.
- Griffin, Jill. 2014. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Gujarati, Damador, 2013. *Ekonometrika Dasar Terjemahan Sumarno Zain*, Cetakan ke-6. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Handriana, T. 2012, “Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Pendidikan Tinggi Di Surabaya”, Tesis, Yogyakarta: program Pascasarjana UGM
- Juanim, 2014, *Statistik Induktif*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Karsono (2015). Kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel pemediasi. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 5, No. 2, hal. 183-196
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta Prenhalindo.
- _____. 2011. *Marketing management : Analysis, Planing, Implentations, And Control*, 9 Th Ed Ed Engle Wood Cliffs, N.J: Prentice Hall International, Inc
- Kuncoro, Mudrajad, 2011, *metode Kuantitatif :Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi I, AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kristian Suhartadi (2014). Pengaruh Ekuitas Merek dan Bauran Ritel terhadap Customer Switching Behaviour dan Loyalitas melalui Kepuasan pada Konsumen Alfamart di Kota Jember. [Http// repository.widyatama.ac.id](http://repository.widyatama.ac.id), Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Widyatama Bandung
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua Jakarta : Salemba Empat.
- Malai dan Speece, 2012. *Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts*”, *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (3), p.333-348
- Mahmudi, 2014, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, UOO AMP, YKPN Yogyakarta.
- Moenir, 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Parasuraman, A., V.A Zeithaml, and L.L Berry. 2010, “ A Conceptual Model of Service Quality And Implication For Futrure Research”, *Journal Of Marketing*, Vo.49, p.40.50
- Partua Pramana Hamonangan Sinaga, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang). Universitas Diponegoro
- Palilati (2014), Persepsi Nilai Masyarakat, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Hal. 73 – 81
- Oliver, Richard L. (2010), “ *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*”, McGraw-Hill, New York, NY
- Ratminto dan Winarsih, 2014, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Riduwan, 2014, *Skala pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.
- Sarwono, 2007. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung : CV Alfabeta.
- Sasima Thongsamank (2011), “An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing*, 27 (9). (19-75).

- Semuel dan Wijaya (2011), *Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust dan Loyalty* Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 4, No. 1, hal. 23 – 37
- Selnes, Fred (2013), “An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing*, 27 (9). (19-35).
- Sugiyono, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, CV. Alfabeta, Bandung.
- Supranto J, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat*, Rineka Cipta, Jakarta
- Supriatna, 2010. *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Susas Minto, 2011. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen circlek di surabaya. Sekolah tinggi ilmu ekonomi perbanas Surabaya.
- Tjiptono, Fandi, 2006, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- , 2011. *Manajemen Jasa*, AndiOffset : Yogyakarta.
- , 2012, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Vinsent Gaspersz, 2012. *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2012.
- Wenny dan Halim (2013), Analisis Hubungan antara *Service Quality, Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* terhadap *Customer Loyalty*: Studi Kasus Perpindahan GSM ke CDMA Mahasiswa di Depok. *Usahawan*, No. 3 TH XXXVII, hal. 42 – 52
- Winardi, 2011. *Marketing dan Perlaku Masyarakat Mundur Maju*, Bandung
- Zeithaml, V.A. dan Bitner, M.J., (2008). *Service Marketing*, 3 Edition. Ed. McGrawhill/Irwin, Boson

ANALISIS PENGARUH ROA, CAR, NIM, LDR, NPL DAN BOPO TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PERUSAHAAN PERBANKAN

Endang Saryanti

STIE Adi Unggul Bhirawa

email: endsary@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aspek rasio ROA (*Return On Assets*), CAR (*Capital Adequacy Ratio*), NIM (*Net Interest Margin*), LDR (*Loans to Deposit Ratio*), NPL (*Non Performing Loans*) dan BOPO (Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan di Indonesia yang *go public* dan terdaftar Di BEI pada tahun 2012 – 2015. Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan bank yang dijadikan sampel dalam penelitian dengan periode waktu 4 tahun. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria tertentu sehingga diperoleh 18 bank konvensional. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel ROA (*Return On Assets*) berpengaruh negatif signifikan, CAR (*Capital Adequacy Ratio*) berpengaruh negatif tidak signifikan, NIM (*Net Interest Margin*) berpengaruh positif signifikan, LDR (*Loans to Deposit Ratio*) berpengaruh negatif signifikan, NPL (*Non Performing Loans*) berpengaruh positif signifikan dan BOPO berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan. Hasil uji F menunjukkan bahwa ROA (*Return On Assets*), CAR (*Capital Adequacy Ratio*), NIM (*Net Interest Margin*), LDR (*Loans to Deposit Ratio*), NPL (*Non Performing Loans*) dan BOPO (Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 42,3% pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO) terhadap variabel dependen (Perubahan Laba). Sisanya 57,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Perubahan Laba, ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO*

PENDAHULUAN

Dunia perbankan di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif, hal ini disebabkan banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia baik yang beroperasi secara lokal maupun yang beroperasi dalam skala internasional. Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediari*) antara pihak yang memiliki dana dengan pihak yang memerlukan dana serta lembaga yang berfungsi memperlancar aliran lalu lintas pembayaran, juga mempunyai peran sebagai pelaksana kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang berkinerja baik, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1997 merupakan penyebab utama terjadinya krisis di dunia perbankan. Besarnya cadangan kredit dan kerugian akibat selisih nilai tukar dolar Amerika terhadap rupiah menyebabkan menurunnya modal perbankan sehingga sebagian besar bank tidak mampu lagi memenuhi kewajiban terhadap kecukupan modal, yang mengakibatkan menurunnya kinerja bank.

Undang-undang No. 14 tahun 1976 tentang Pokok-Pokok Perbankan merupakan aturan perundang-undangan pertama yang mengatur tentang perbankan, sedangkan pada saat ini berlaku UU RI No.10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, dimana disebutkan dalam pasal 1 bahwa yang dimaksud dengan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut Budisantoso dan Triandaru (2006 :22) kesehatan suatu bank dapat diartikan sebagai kemampuan suatu bank untuk melakukan kegiatan operasional perbankan secara normal dan mampu memenuhi semua kewajibannya dengan baik dengan cara-cara yang sesuai dengan peraturan perbankan yang berlaku. Kinerja keuangan merupakan alat ukur keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya suatu perusahaan, khususnya perbankan.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk memprediksi kegagalan maupun kesehatan bank. Penelitian-penelitian yang dilakukan pada umumnya menggunakan model analisis rasio keuangan, karena rasio keuangan terbukti berperan penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan dan dapat

digunakan untuk memprediksi kelangsungan usaha baik yang sehat maupun yang tidak sehat, termasuk usaha perbankan. Dengan menggunakan rasio keuangan perusahaan dapat menilai bagaimana kondisi keuangan perusahaan sehingga dapat dijadikan alat pengambil kebijakan. Disamping itu, rasio keuangan juga bermanfaat untuk memprediksi laba pada waktu yang akan datang.

Penelitian tentang pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini (2011) menemukan bahwa variabel CAR mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Perubahan, NIM tidak berpengaruh signifikan terhadap Perubahan Laba, LDR berpengaruh tidak signifikan terhadap Perubahan Laba, NPL berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Perubahan Laba, BOPO berpengaruh negatif signifikan terhadap Perubahan Laba dan KAP berpengaruh signifikan. Sedangkan Tomy Setyono (2014) menemukan Hasil dari penelitian bahwa secara simultan variabel CAR, NPL, NIM, LDR, BOPO, ROA dan EAQ memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba sebesar 40 % dan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dari uji parsial hanya variabel CAR, NPL, NIM dan EAQ yang berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba sedangkan LDR, BOPO dan EAQ tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. CAR menunjukkan pengaruh signifikan negatif, NPL menunjukkan pengaruh signifikan positif, NIM menunjukkan pengaruh signifikan positif dan EAQ menunjukkan pengaruh signifikan negatif. Berdasarkan hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten maka perlu dilakukan adanya penelitian lanjutan untuk membuktikan adanya pengaruh signifikansi dari variabel – variabel tersebut terhadap perubahan laba.

Berbagai macam penelitian mengenai prediksi perubahan laba telah banyak dilakukan antaranya oleh Nur Aini (2011), Tommy Setyono (2014), Uut Dwi Utari (2013), Rizky Agustiningrum (2012). Dengan hasil sebagai berikut :

CAR berpengaruh tidak signifikan, NIM berpengaruh positif dan signifikan, LDR berpengaruh signifikan, NPL berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, BOPO berpengaruh negatif tetapi signifikan, KAP berpengaruh signifikan, EAQ berpengaruh signifikan negatif.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian skunder. Dengan menggunakan sampel. Data yang digunakan sebanyak 18 Bank selama empat tahun. Penelitian ini menggunakan alat analisis uji linieritas, analisa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y), sebagai berikut :

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

NO	KODE	NAMA BANK
1	AGRO	PT BRI Agronlaga, Tbk
2	BACA	PT Bank Capital Indonesia, Tbk
3	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
4	BBKP	PT Bank Bukopin, Tbk
5	BBNP	PT Bank Nusantara Parahyangan, Tbk
6	BBCA	PT Bank Central Asia, Tbk
7	BNGA	PT Bank CIMB Niaga, Tbk
8	BBNI	PT Bank Negara Indonesia, Tbk
9	ENII	PT Bank Internasional Indonesia / Maybank, Tbk
10	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk
11	BBTN	PT Bank Tabungan Negara, Tbk
12	BMRI	PT Bank Mandiri, Tbk
13	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional, Tbk
14	SDRA	PT Bank Ilimpunan Saudara, Tbk
15	PNBN	PT Bank Pan indonesia, Tbk
16	BJBR	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa barat dan banten, Tbk
17	RTPN	PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk
18	RVIC	PT Bank Victoria Internasional, Tbk

Sumber :Direktori Bank Indonesia dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
ROA	72	.67	5.15	2.5329	1.0737
CAR	72	10.35	29.29	16.1404	3.4017
NIM	72	1.77	14.00	6.3833	2.5317
LDR	72	40.22	108.42	81.2815	13.6981
NPL	72	.37	8.82	2.2367	1.3405
BOPO	72	53.00	256.80	84.2079	30.9544
Perubahan Laba	72	.01	5.37	.4633	.67485
Valid N (listwise)	72				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil hitung tabel nampak bahwa dari 18 sampel perusahaan dikalikan tahun pengamatan (4 tahun) sehingga jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 72 yang diambil dari Laporan keuangan Publikasi tahunan Bank Indonesia periode 2012 – 2015. Pada tabel diatas nampak bahwa nilai rata – rata (mean) perubahan laba dari sampel perusahaan perbankan selama periode pengamatan sebesar 0,4633 dengan standart deviasi sebesar 0,67485 dimana nilai standart deviasi ini lebih besar daripada nilai rata – rata perubahan laba, demikian pula nilai minimum lebih kecil dari nilai rata – ratanya (0,01) dan nilai maksimum jauh lebih besar dari nilai rata – ratanya (5,37). Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa :

1. Rasio *Return On Asset* (ROA) nilai terendah (minimum) adalah 0,67 dan nilai tertinggi (maximum) 5,15 . Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 2,5329 sementara standart deviasi sebesar 1,07374 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada ROA relatif baik.
2. Rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR) nilai terendah (minimum) adalah 10,35 dan nilai tertinggi (maximum) 29,29. Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 16,1404 sementara standart deviasi sebesar 3,40176 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada CAR relatif baik.
3. Rasio *Net Interest Margin* (NIM) nilai terendah (minimum) adalah 1,77 dan nilai tertinggi (maximum) 14,00. Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 6,3833 sementara standart deviasi sebesar 2,53176 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada NIM relatif baik.
4. Rasio *Loan To Deposit Ratio* (LDR) nilai terendah (minimum) adalah 40,22 dan nilai tertinggi (maximum) 108,42. Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 81,2815 sementara standart deviasi sebesar 13,69814 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada LDR relatif baik.
5. Rasio *Non Performing Loan* (NPL) nilai terendah (minimum) adalah 0,37 dan nilai tertinggi (maximum) 8,82. Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 2,2367 sementara standart deviasi sebesar 1,34057 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada NPL relatif baik.
6. Rasio BOPO nilai terendah (minimum) adalah 53,00 dan nilai tertinggi (maximum) 256,80. Kemudian nilai rata – rata (mean) sebesar 84,2079 sementara standart deviasi sebesar 30,95448 masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean-nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa simpangan data pada BOPO relatif baik.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel yang digunakan penelitian ini yaitu ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO yang dinyatakan terdistribusi secara normal karena mempunyai nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,383 > 0,05 . Nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) lebih besar dari nilai signifikan sebesar 0,05.

Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa keenam variabel independen tersebut terbebas dari multikolinieritas karena nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dari tabel diatas dapat dilihat koefisien parameter untuk variabel independen tingkat signifikannya > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 1,936 dimana nilai tabel dengan menggunakan derajat 5% jumlah sampel 72 dan jumlah variabel bebas 6, maka dalam tabel DW akan di dapat nilai DL = 1,433 dan nilai DU = 1,802. Hasil DW sebesar 1,936 menunjukan bahwa tidak ada autokorelasi karena $DU < DW < 4 - DU$ dengan hasil yaitu $1,802 < 1,936 < 4 - 1,802$ (2,198).

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji regresi pada tabel 5 diatas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,236 - 0,212 X_1 - 0,008 X_2 + 0,104 X_3 - 0,015 X_4 + 0,310 X_5 - 0,003 X_6$$

Berdasarkan model regresi dari tabel 5 di atas, maka hasil uji regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. $\alpha = 1,236$, artinya nilai konstanta menunjukan bahwa jika variabel – variabel independen diasumsikan konstan atau tetap maka kenaikan 1% konstanta menyebabkan variabel dependen yaitu perubahan laba akan naik sebesar 1,236.
2. $\beta_1 = - 0,212$, nilai koefisien regresi untuk ROA (*Return On Asset*) sebesar -0,212 menunjukkan adanya pengaruh negatif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio ROA akan menyebabkan penurunan perubahan laba sebesar 0,212 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio ROA maka semakin rendah laba yang diperoleh oleh suatu bank.
3. $\beta_2 = -0,008$, nilai koefisien regresi untuk CAR (*Capital Adequacy Ratio*) sebesar -0,008 menunjukkan adanya pengaruh negatif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio CAR akan menyebabkan penurunan perubahan laba sebesar 0,008 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio CAR maka semakin rendah laba yang diperoleh suatu bank.
4. $\beta_3 = 0,104$, nilai koefisien regresi untuk NIM (*Net Interest Margin*) sebesar 0,104 menunjukan adanya pengaruh positif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio NIM akan menyebabkan peningkatan perubahan laba sebesar 0,104 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio NIM maka semakin besar peningkatan laba suatu bank.
5. $\beta_4 = -0,015$, nilai koefisien regresi untuk LDR (*Loan to Deposit Ratio*) sebesar -0,015 menunjukan adanya pengaruh negatif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio LDR akan menyebabkan penurunan perubahan laba sebesar 0,015 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio LDR maka semakin rendah laba yang diperoleh suatu bank.
6. $\beta_5 = 0,310$, nilai koefisien regresi untuk NPL (*Non Performing Loan*) sebesar 0,310 menunjukan adanya pengaruh positif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio NPL akan menyebabkan peningkatan perubahan laba sebesar 0,310 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio NPL maka semakin besar peningkatan laba yang diperoleh suatu bank.
7. $\beta_6 = -0,003$, nilai koefisien regresi untuk BOPO (Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) sebesar -0,003 menunjukan adanya pengaruh negatif yang artinya jika terjadi kenaikan 1% rasio BOPO akan menyebabkan penurunan perubahan laba sebesar 0,003 dengan asumsi nilai koefisien

regresi variabel lain tetap. Kondisi ini mengandung arti bahwa semakin besar rasio BOPO maka semakin rendah laba yang diperoleh bank.

Uji statistik t (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) pada tabel 6 diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi ROA $0,013 < 0,05$ sehingga secara parsial ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan laba. Maka H1 diterima dan H0 ditolak.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi CAR $0,691 > 0,05$ sehingga secara parsial CAR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perubahan laba. Maka H2 ditolak dan H0 diterima. Hal ini dikarenakan CAR merupakan rasio kecukupan modal yang menunjukkan kemampuan bank dalam mempertahankan modal yang mencukupi dan kemampuan manajemen bank dalam mengidentifikasi, mengukur, mengawasi dan mengontrol resiko yang timbul dan dapat mempengaruhi besarnya modal bank. Nilai CAR yang berada diatas batas minimum yang telah ditetapkan bank Indonesia sebesar 8% dapat menyebabkan dana yang menganggur akan semakin besar. Kondisi ini menjelaskan bahwa perbankan kemungkinan mengandalkan pinjaman sebagai sumber pendapatan dan tidak menggunakan seluruh potensi modalnya untuk meningkatkan profitabilitas bank (seperti misalnya pengembangan produk dan jasa diluar pinjaman yang dapat meningkatkan *fee base income*. Hal tersebut menyebabkan CAR tidak menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi NIM $0,012 < 0,05$ sehingga secara parsial NIM berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan laba. Maka H3 diterima dan H0 ditolak.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi LDR $0,008 < 0,05$ sehingga secara parsial LDR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan laba. Maka H4 diterima dan H0 ditolak.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi NPL $0,013 < 0,05$ sehingga secara parsial NPL berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba. Maka H5 diterima dan H0 ditolak.
6. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi BOPO $0,216 > 0,05$ sehingga secara parsial BOPO berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perubahan laba. Maka H6 ditolak dan H0 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi rasio BOPO, yang mengindikasikan bahwa rasio BOPO tidak efisien dalam operasional bank, akan berakibat menurunkan pendapatan operasional yang selanjutnya akan menjadikan penurunan laba yang semakin kecil. Hal ini dimungkinkan karena adanya peningkatan biaya-biaya operasional bank dan penurunan pendapatan-pendapatan diluar pendapatan operasional.

Hasil uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F dilihat dari tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 9,689 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai sig $0,000 < 0,05$, maka H0 ditolak yang artinya ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.\

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 8 diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,423, hal ini menunjukkan bahwa 42,3% rasio independen ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO mempengaruhi perubahan laba, sedangkan sisanya sebesar 57,7% (100% - 42,3%) perubahan laba dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dapat diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil sebagai berikut :
 - a. *Return On Assets / ROA* berpengaruh negatif signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. Adanya pengaruh negatif ini diakibatkan karena bank memiliki aktiva berupa aktiva tetap yaitu gedung dan tanah, sehingga

- bank kurang efektif menggunakan aktiva secara produktif dalam menghasilkan laba. Pengaruh negatif ini mengakibatkan laba yang diperoleh bank akan mengalami penurunan.
- b. *Capital Adequacy Ratio* / CAR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. Adanya pengaruh negatif ini disebabkan modal bank digunakan sebagai cadangan untuk menampung aktiva bank yang mengandung resiko, sehingga dapat menyebabkan dana yang mengendap atau menganggur semakin besar. Hal tersebut mengakibatkan kegiatan operasional bank dalam menghasilkan aktiva menurun dan berpengaruh terhadap penurunan laba.
 - c. *Net Interest Margin* / NIM berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015.
 - d. *Loan to Deposit Ratio* / LDR berpengaruh negatif signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. Adanya pengaruh negatif ini disebabkan bank tidak seluruhnya menempatkan dana pihak ketiga ke kredit, sehingga jumlah kredit yang disalurkan akan semakin rendah dan berakibat dana yang mengendap atau menganggur semakin tinggi. Hal tersebut mengakibatkan laba yang diperoleh bank mengalami penurunan.
 - e. *Non Performing Loan* / NPL berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015.
 - f. Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional / BOPO berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015.
2. Hasil uji simultan (uji F) yang telah dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015.
 3. Hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel ROA, CAR, NIM, LDR, NPL dan BOPO mempengaruhi perubahan laba sebesar 42,3%, sedangkan sisanya sebesar 57,7% ($100\% - 42,3\%$) perubahan laba dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Santoso Totok dan Triandaru Sigit. 2006. *Manajemen Perbankan*. Alfa Beta Bandung.
- Dendawijaya, Lukman, 2005, *Manajemen Perbankan*, Edisi Kedua, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Ghozali, Imam . 2005. *Statistik – Non parametik – Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam . 2006. *Statistik – Non parametik – Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gujarati dan Porter.2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim.2003.*Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Revisi, Penerbit UPP AMP YKPN: Yogyakarta.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) . 2007. *Standart Akuntansi Keuangan Per September 2007*. Jakarta : Salemba Empat.
- Juliana, Romy Uly dan Sulardi . 2003 . *Manfaat Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol 3.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Rajawali Press.
- Munawir S . 2004 . *Analisis Laporan Keuangan* . Edisi Keempat. Yogyakarta : Liberty.
- Mudrajat Kuncoro, Suhardjono .2002. *Manajemen Perbankan*. Teori dan Aplikasi BPFE : Yogyakarta.
- Nu'man.2009. *Analisis pengaruh CAR, NIM, LDR, NPL, BOPO dan EOQ terhadap laba (studi empiris pada bank umum di Indonesia periode 2004 – 2007)*. Tesis. MM Undip.
- Nur aini. 2011. *Pengaruh Car, Nim, Ldr, Npl, Bopo, Dan Kualitas Aktiva Produktif terhadap Perubahan Laba (studi empiris pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2009 – 2011)*. Skripsi Universitas Stikubank.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 10/15/PBI/2008 Tentang Kewajiban Penyedia Modal Minimum Bank Umum.

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004 tanggal 12 April 2004 tentang Sistem Penilaian Tingkat kesehatan bank.
- Purbayu . 2005. *Metode Kuantitatif Bisnis*. Bandung.
- Riyadi, Slamet. 2006. *Banking Assets and Liability Management*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Risky Agustiningrum.2012. *Analisis Pengaruh CAR, NPL dan LDR terhadap Profitabilitas pada perusahaan perbankan*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana.Bali
- Sarwono, Jonathan dan Suhayati, Ely. 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Bandung. Graha Ilmu.
- Siamat, Dahlan. 2005.*Manajemen Lembaga Keuangan*.Jakarta : Fakultas Ekonomi UI.
- Soemarso. 2005. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi 5. Salemba Empat : Jakarta.
- Surat Edaran Bank Indonesia No.6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004
- Surat Edaran Bank Indonesia No.13/24/DPNP tanggal 25 Oktober 2011
- Taswan . 2006. *Manajemen Perbankan*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Tomy Setyono.2014. *Analisis Pengaruh Car, Npl, Nim, Ldr, Bopo, Roa Dan EaQ Terhadap Pertumbuhan Laba Bank*. Sripsi. FEB Universitas Diponegoro. Semarang.
- Undang – Undang No. 10 tahun 1998 (Perubahan Undang – undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan).
- Uut Dwi Utari . 2013 . *Pengaruh Rasio CAMEL terhadap pertumbuhan Laba Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan Yang Go Public di BEI periode 2009 – 2011*.Skripsi S1 Akuntansi. STIE AUB Surakarta.
- Wild, Jhon J. Et.al. 2005. *Finacial Statement Analysis – Analisis laporan Keuangan*. Edisi 8. Salemba Empat : Jakarta.
- <https://dwiermayanti.wordpress.com/2011/06/10/analisis-rasio-keuangan/>.Diakses tanggal 10 november 2014. Jam 01.00

**THE IMPROVING FAMILY WELFARE THROUGH GARBAGE MANAGEMENT OF THE
MAJELIS TAKLIM IN REMPOA CIPUTAT ENVIRONMENT**

**MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA MELALUI PENGELOLAAN
SAMPAH MAJELIS TAKLIM DI LINGKUNGAN REMPOA CIPUTAT**

Erna Hernawati

Anita Nopiyanti

S1 Akuntansi - UPNVJ

erna_hernawati@yahoo.com

Abstract

Garbage is one of community problem. Currently there are two side of the different paradigm. On the one hand it becomes a positive thing. But on the other hand it can be a negative impact. The presence garbage, in the community, especially in the majelis taklim still be something that has no value because of lack of knowledge of garbage utilization as much as 37 people. Of the 37 members of the majelis taklim, 40% have understood of the garbage problem, but they are less concerned about the impact, that has adverse impacts on the environment. The method used in this activity is to conducted speech about the waste and the importance of garbage management, discussions previously conducted by pre test and post test. The results show that there is an increased understanding and curiosity to perform garbage management in order to create a healthier environment and to provide economic value of the garbage so that it can prosper the family through bargage management. Output target in community service activity that is related to Strategy Improving Family Welfare Through garbage Management that is as follows: (1) Can give economic value from garbage management, (2) Generate articles published in journal Abdimas, (3) Increased understanding members of the majelis taklim to waste, (4) Increased awareness of members of the majelis taklim to the environment, (5) Material of the teaching materials that have been revised.

Keywords: *garbage bank, health, welfare*

Abstrak

Sampah merupakan permasalahan masyarakat, paradigma saat ini sampah memiliki dua sisi yang berbeda. Di satu sisi menjadi hal yang berdampak positif. Disisi lain yang dapat memberikan dampak negatif. Keberadaan sampah dilingkungan masyarakat khususnya pengajian ibu-ibu majelis taklim masih menjadi sesuatu yang tidak memiliki nilai karena kurangnya pengetahuan terhadap pemanfaatan sampah sebanyak 37 orang. Dari 37 anggota ibu-ibu majelis taklim 40% sudah memahami tentang bahaya sampah, tetapi mereka kurang peduli terhadap akibat tersebut yang memiliki dampak buruk terhadap lingkungan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan melakukan ceramah tentang sampah dan pentingnya pengelolaan sampah, diskusi yang sebelumnya dilakukan pre test dan post test. Hasil menunjukkan terdapat peningkatan pemahaman dan keingintahuan untuk melakukan pengelolaan sampah dengan tujuan untuk membuat lingkungan yang lebih sehat dan dapat memberikan nilai ekonomi dari sampah tersebut sehingga dapat mensejahterakan keluarga melalui pengelolaan sampah. Target luaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu terkait dengan Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pengelolaan Sampah Ibu-ibu Majelis Taklim di Lingkungan Rempoa Ciputat yaitu diantaranya sebagai berikut: (1) Dapat memberikan nilai ekonomi dari pengelolaan sampah, (2) Menghasilkan artikel yang di publikasi pada jurnal Abdimas, (3) Meningkatnya pemahaman anggota majelis taklim terhadap sampah, (4) Meningkatkan kepedulian anggota majelis taklim terhadap lingkungan, (5) Materi bahan ajar yang sudah direvisi.

Kata kunci: bank sampah, kesehatan , kesejahteraan

PENDAHULUAN

Sampah merupakan material sisa yang tidak diinginkan setelah berakhirnya suatu proses. Pengelolaan sampah masih menjadi masalah yang seakan tidak akan terselesaikan di Indonesia khususnya di lingkungan Majelis Taklim di Kecamatan Rempoa. Berbagai macam sampah telah diproduksi oleh rumah tangga setiap harinya mulai dari golongan sampah organik dan non organik. Permasalahan semakin rumit ketika masyarakat tidak memiliki kepedulian untuk memisahkan sampah organik dan non-organik yang semakin menggunung, bahkan kebanyakan orang tidak tahu akan volume timbunan sampah yang diproduksi dan bahaya yang diakibatkannya. Secara sosial, sebagian besar masyarakat di Majelis Taklim Kecamatan Rempoa, Kota Tangerang Selatan belum sepenuhnya peduli terhadap

pengelolaan sampah dan walaupun ada pengelolaan sampah masih bersifat individual dan belum terorganisir secara terpadu, sehingga intensitas kebersamaan dalam komunitas masih sangat rendah. Kemudian secara ekonomi, saat ini belum ada nilai ekonomis terhadap pengelolaan sampah, selain masyarakat belum paham terhadap pengelolaan sampah yang mempunyai nilai ekonomis dengan 4R dan sebagian besar kesadaran terhadap pengelolaan sampah masih rendah dikarenakan masyarakat masih menganggap bahwa sampah merupakan sisa dari sebuah proses yang tidak diinginkan dan tidak mempunyai nilai ekonomis. Berkaitan dengan masalah sampah, masih adanya masyarakat yang membuang sampah bukan pada tempatnya terutama di sungai/saluran dan dibakar yang menyebabkan lingkungan menjadi kotor, timbulnya berbagai macam penyakit, pencemaran lingkungan dan kerusakan ekosistem. Untuk alternatif solusi dalam mengatasi masalah sampah di perkotaan, pengembangan bank sampah merupakan kegiatan bersifat social engineering (Ridley-Duff dan Bull, 2011) yang mengajarkan masyarakat untuk memilah sampah serta menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengolahan sampah. Pembentukan bank sampah harus diintegrasikan dengan gerakan program 4R sehingga warga akan memperoleh manfaat langsung, tidak hanya secara ekonomi, juga terwujudnya kesehatan lingkungan, dengan kondisi komunitas yang bersih, hijau, nyaman, dan sehat. Selain itu, bank sampah memberikan manfaat secara sosial dengan memperkuat kohesi sosial bagi keberadaan komunitas perempuan yang selama ini termarginalisasi dalam konstruksi sosial budaya. Manfaat lainnya secara ekonomis memberi dampak berupa tambahan penghasilan, dan manfaat untuk lingkungan dapat mengurangi timbunan sampah di perkotaan. Penanganan sampah yang tidak terkelola dengan baik akan menimbulkan dampak negatif baik bagi kesehatan manusia. Selain itu dampak yang ditimbulkan dari pengelolaan sampah yang tidak baik juga mengakibatkan pada menurunnya kualitas lingkungan. Oleh karena itu pengelolaan sampah tidak bisa lepas dari pengaturan manajemen pengelolaan sampah yang baik dan pengelolaan gaya hidup masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, maka melalui pengamatan dan pendampingan dipandang perlu untuk melakukan **"Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pengelolaan Sampah"**, yang dilaksanakan dalam pengabdian masyarakat oleh Tim dosen Fakultas Ekonomi di UPN Veteran Jakarta. Dari analisis situasi diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya pengabdian kepada masyarakat. Adapun perumusan masalahnya sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peranan Bank Sampah terhadap kesempatan kerja di Kecamatan Rempoa?
- 2) Bagaimana peranan Bank Sampah terhadap pendapatan keluarga di Kecamatan Rempoa?
- 3) Apakah Faktor-faktor penghambat dalam perkembangan Bank Sampah yang akan didirikan?
- 4) Bagaimana meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pengelolaan sampah?
- 5) Bagaimana memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan sampah?

Kegiatan ini bertujuan agar masyarakat dapat melakukan pemilahan sampah di lingkungan rumah tangga yang akan membantu persoalan sampah kota saat ini yang semakin rumit dan kompleks mengingat peningkatan jumlah penduduk dan kebudayaan, dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat untuk selalu hidup bersih sehat serta dapat mengetahui besarnya peranan Bank Sampah terhadap kesempatan kerja di Kecamatan Rempoa.

METODE

Pelaksanaan program dilakukan oleh tim pelaksana yang telah dibekali wawasan terkait dengan program dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui pengelolaan sampah. Target jangka waktu yang direncanakan dalam program ini adalah selama tiga kali pertemuan yaitu Kesiapan waktu, Pelaksanaan kegiatan dan Pembekalan Program Selanjutnya.

Evaluasi pelaksanaan Program

Evaluasi dilakukan dari data yang didapat dari pengisian kuesioner oleh para calon pelaku program yang direncanakan. Hasil secara keseluruhan akan dibandingkan dengan kondisi lingkungan di lapangan. Evaluasi akan menentukan perbaikan terhadap strategi yang akan dijadikan program selanjutnya. Pembuatan laporan dilaksanakan setelah adanya evaluasi dari tim.

Keberlanjutan Program

Pengawasan dan pembimbingan secara berlanjut akan dilaksanakan dan disusun oleh tim pelaksana. Hal ini dilakukan untuk memastikan optimalnya intervensi yang dilakukan kepada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Rempoa. Sehingga dapat dijaga pola intervensi yang diberikan, baik di tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi ataupun keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek pengabdian masyarakat adalah ibu-ibu majelis taklim yang berlokasi di daerah Ciputat Rempoa. Majelis taklim ini adalah perkumpulan ibu-ibu yang melakukan aktifitas pengajian secara rutin, frekuensi pengajian seminggu dua kali yang dilakukan secara bergiliran. Alasan pengambilan obyek didasarkan pada pertimbangan bahwa ibu-ibu adalah sebagai penentu kebijakan yang berhubungan dengan masalah pengelolaan sampah di lingkungan keluarga. Anggota majelis taklim ini terdaftar sebanyak 49 orang dengan data demografi singkat sebagai berikut :

No	Kelompok Umur (th)			
	20-30	31-40	41-50	>51
1	3%	20%	47%	30%

Usia obyek didominasi pada usia sudah melebihi dari 40 tahun yaitu sebesar 77% sisanya 20% usia antara 31-40 tahun kondisi ini menunjukkan kondisi usia obyek sudah cukup berumur.

Dari sisi pendidikan menunjukkan gambaran sebagai berikut :

Pendidikan		
Tidak Sekolah	SLTP/SLTA	Akademik
17%	80%	3%

Dari kondisi diatas menunjukkan bahwa 80% obyek memiliki pendidikan antara SLTP/SLTA (dominasi SLTP)

Dari sisi status :

Pekerjaan	
Bekerja	Tidak Bekerja
13%	83%

Sebanyak 83% obyek adalah ibu-ibu yang tidak bekerja, dari hasil wawancara memang sebagian besar ibu-ibu ini adalah murni ibu rumah tangga yang dari awal belum pernah bekerja.

Untuk memberikan acuan dalam mengetahui permasalahan tentang pengelolaan sampah dilakukan pendalaman informasi dalam bentuk menjawab berbagai pertanyaan tentang persepsi ibu-ibu terhadap masalah sampah. Sehingga dari hasil jawaban tersebut dapat diketahui kecenderungan persepsi ibu-ibu tentang sampah, sehingga dapat memudahkan dalam penentuan perlakuan agar ibu-ibu dapat menyadari tentang pentingnya pengelolaan sampah di lingkungan mereka.

NO	PERTANYAAN	SETUJU
1	Apakah ibu setuju tiap rumah tangga harus mempunyai tempat pembuangan sampah sementara ?	83%
2	Apakah ibu setuju bahwa sampah harus dipisahkan antara yang mudah membusuk dan tidak mudah membusuk ?	70%
3	Apakah ibu setuju tiap rumah tangga harus melakukan pemisahan sampah ?	70%
4	Apakah ibu setuju sampah yang dihasilkan tiap rumah tangga sebisa mungkin harus dikurangi jumlahnya untuk mengurangi dampak negatif akibat sampah ?	83%
5	Apakah ibu setuju sebaiknya ibu rumah tangga menggunakan barang-barang yang dapat digunakan kembali untuk mengurangi produksi sampah?	86%
6	Apakah ibu setuju sebaiknya sampah dimanfaatkan kembali sehingga bernilai positif untuk hal-hal tertentu?	97%

7	Apakah ibu setuju sebaiknya sampah yang masih bisa dipakai tidak dibuang tetapi dimanfaatkan kembali?	97%
8	Apakah ibu setuju untuk meminimalisasi terjadinya banjir, dibuat lubang resapan untuk meningkatkan daya resap air ?	70%
9	Apakah ibu setuju untuk mengatasi sampah organik, dilakukan pengomposan dalam lubang resapan biopori ?	70%
10	Apakah ibu setuju sebaiknya lubang resapan dibuat di halaman atau pekarangan rumah?	70%

Dari hasil kuesioner untuk mengukur tentang persepsi ibu-ibu terhadap pengelolaan sampah menghasilkan gambaran sebagai berikut. Pertanyaan kesatu tentang perlunya tempat pembuangan sampah sementara masih ada ibu-ibu yang merasa tidak memerlukan karena dirasakan lahan di rumahnya sudah tidak ada untuk alokasi tempat sampah sehingga lebih memilih membuang sampah diluar halaman nya sendiri. Sampah pada umumnya hanya digantung di depan pekarangan dan menunggu diambil oleh petugas pengambil sampah yang secara rutin 3-4 hari datang untuk mengambil. Pertanyaan tentang upaya untuk melakukan pemisahan antara jenis sampah hampir 30% tidak berkeinginan untuk melakukan pemisahan karena dirasakan cukup merepotkan karena sampah rumah tangga nya tidak terlalu banyak dan tidak bervariasi. Selain itu tidak mengetahui tentang manfaat yang diperoleh dengan melakukan pemisahan seperti itu. Tetapi untuk pertanyaan tentang keinginan untuk melakukan daur ulang sampah yang ada direspon sangat baik, sebanyak 97% menyatakan bahwa memiliki keinginan untuk melakukan daur ulang atas sampah yang dihasilkan selama ini. Untuk pertanyaan tentang membuat sumur resapan, membuat kompos dan membuat lubang biopori sebanyak 30% ibu-ibu yang memandang hal tersebut tidak perlu. Hal ini dirasakan akan merepotkan karena lahan pekarangan yang sudah sempit dan tidak tahu bagaimana cara membuatnya. Dari hasil pendalaman dapat disimpulkan bahwa ibu-ibu ini belum sepenuhnya memahami tentang mengapa dan bagaimana cara pengelolaan sampah disebabkan ketidak tahuan mereka dan kurangnya informasi tentang pentingnya untuk memanaje sampah. Dari hal yang tidak berguna dapat di ubah menjadi sesuatu yang lebih bernilai ekonomis. Minimnya pengetahuan ibu-ibu tentang sampah terlihat dalam menjawab pertanyaan tentang pemanfaatan sampah organik (3R) yaitu memiliki tempat pemilahan sampah organik dan non organik; mendaur ulang sampah anorganik menjadi barang bernilai ekonomis dan usaha untuk membuat kompos dari sampah organik banyak dijawab dengan “tidak” hal ini disebabkan kurangnya informasi yang disampaikan kepada mereka. Hal yang sama ditunjukkan dalam jawaban obyek pada saat ditanyakan tentang pengetahuan tentang membuat lubang biopori dengan kedalaman 100m; sampah organik rutin di masukan kedalam lubang; dan lubang dibuat di halaman rumah hampir sebagian besar obyek menjawab “tidak”. Dari hasil kuesioner yang telah disampaikan maka beberapa permasalahan dapat di peroleh jawabannya, sebagai berikut :

- 1) Bahwa faktor-faktor penghambat dalam pengelolaan sampah adalah akibat ketidak tahuan tentang manfaat dari pengelolaan sampah. Kurangnya atau bahkan belum pernah dilakukan sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan sampah rumah tangga, selain dapat membantu dalam menyediakan lingkungan yang sehat yang terpenting dapat meningkatkan tingkat hidup mereka dengan memperoleh tambahan nilai ekonomi dari sampah yang dikelola
- 2) Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pengelolaan sampah, perlu dilakukan sosialisasi, pendampingan dan melakukan bimbingan teknis secara terpadu. Mengaitkan dalam acara majlis taklim tentang betapa pentingnya menjaga kebersihan akan sangat mendorong pemahaman tentang pengelolaan sampah. Selain adanya kesesuaian dengan tujuan ibu-ibu mengaji juga dapat memperoleh manfaat secara ekonomis.
- 3) Cara yang dapat ditempuh untuk memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan sampah yaitu dengan mengadakan pertemuan. Melakukan kegiatan yang akan melibatkan kegiatan pengarahan dan melakukan bimbingan teknis

- 4) Pemahaman bank sampah masih banyak yang belum memahami perbedaan antara bagaimana peranan Bank Sampah terhadap kesempatan kerja di Kecamatan Rempoa
- 5) Pemahaman atas peranan Bank Sampah terhadap pendapatan keluarga belum memadai di Kecamatan Rempoa

Dari hasil tersebut diatas dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan paparan tentang pentingnya pengelolaan sampah. Dilakukan dengan menggunakan metode paparan, diskusi. Tanya jawab.

SIMPULAN

Pembentukan bank sampah yang dikelola ibu-ibu di majelis taklim di Rempoa RT.02/ RW.06 Ciputat Tangerang Selatan baru akan dimulai tahap awal yaitu dilakukannya penyuluhan, pembimbingan dan pengawasan dalam pembentukan bank sampah. Berkaitan dengan hal yang akan dilakukan ini akan bermanfaat bagi masyarakat setempat karena akan menumbuhkan rasa kepedulian terhadap pengelolaan sampah dengan cara memisahkan sampah sesuai jenisnya yaitu organik dan non organik. Dengan kerjasama tim pengabdian dengan 37 anggota ibu-ibu majelis taklim yang ada di Rempoa RT.02/ RW.06 Ciputat Tangerang Selatan yang baik dalam kegiatan pengabdian ini membuat kegiatan berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diinginkan, dan harapan kedepannya agar dapat memberikan manfaat bagi warga setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanhuri, E., dkk. 2004. Diktat Kuliah Pengelolaan Sampah. Edisi Semester I 2004/2005. Bandung: ITB.
- Karden Edy Sontang Manik. 2007. Pengelolaan Lingkungan Hidup. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Kuncoro Sejati. 2009. Pengolahan Sampah Terpadu. Yogyakarta: Kanisius.
- Ni Komang Ayu Artiningsih. 2008. Peran Serta Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga (Studi Kasus di Sampangan dan Jomblang, Kota Semarang). Tesis. Semarang: UNDIP

ANALYSIS THE EFFECT OF MARKETING MIX TOWARDS SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Tri Nurdyastuti

Program Studi Manajemen STIE "AUB" Surakarta

tri.nurdyastuti@stie-aub.ac.id

Abstract

This study was aimed to analyze the effect of the marketing mix towards satisfaction and customer loyalty of Alfamart in Mojosongo, Surakarta. This study was a survey research. The used data was primary data. The samples in this study were 100 costumers of Alfamart in Mojosongo, Surakarta. The technique of sampling used the accidental sampling method. The data was obtained from the result of questionnaires. The used analytical tools were the test of instruments research, the test of linearity, path analysis, and regression with t test, F test and the test of R^2 . The t test's result showed that products and promotion had significant impact on customer satisfaction, while price and location did not have significant effect on customer satisfaction. Product, location, promotion and satisfaction significantly influenced customer loyalty, while prices did not have significant effect on customer loyalty. The F test's result which was demonstrated simultaneously showed that product, price, location, promotion and satisfaction had positive and significant impact on customer loyalty. The total value of R^2 was 0,899 meant that the customer loyalty of Alfamart in Mojosongo, Surakarta was explained 89,9% by the variables of product, price, location, promotion and satisfaction and the remaining 10, 1% was explained by other variables out of the research model for example, personnel, process and service quality. The indirect effect products through satisfaction was the most effective variable to increase the customer loyalty, because it has the highest and significant impact.

Keyword: product, price, location, promotion, satisfaction, customer loyalty.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Alfamart di Mojosongo Kota Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survey. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen Alfamart di Mojosongo Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Alat analisis yang dipakai Uji Instrumen Penelitian, Uji linearitas, analisis jalur dan regresi dengan uji t, uji F dan Uji R^2 . Hasil Uji t menunjukkan bahwa produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga dan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Produk, lokasi, promosi dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji Uji F menunjukkan secara simultan produk, harga, lokasi, promosi dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. R^2 total sebesar 0,899 ini berarti bahwa Loyalitas pelanggan di Alfamart Mojosongo Surakarta dijelaskan oleh variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kepuasan sebesar 89,9% dan sisanya 10,1% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh personel, proses dan kualitas layanan. Pengaruh tidak langsung produk melalui kepuasan merupakan variabel yang paling efektif meningkatkan loyalitas pelanggan, karena mempunyai pengaruh yang paling besar dan signifikan.

Kata kunci: Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan, Loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis ritel yang terus berkembang dengan pesat dan berkembangnya konsep budaya belanja di pasar modern yang semakin kuat menyebabkan banyak peritel pasar modern terus mengembangkan diri. Begitu antusiasnya setiap peritel menjadikan persaingan yang ketat antar peritel. Setiap peritel dituntut untuk selalu mempunyai keunggulan tersendiri agar mampu bersaing dalam meraih pelanggan. Dua peritel yang terkesan saling bersaing dengan ketat diantaranya adalah Indomaret dan Alfamart. Kedua peritel pasar modern ini terus mengembangkan diri. Hampir disetiap gerai Indomaret, maka hampir bisa ditemukan Alfamart karena Alfamart bisa dianggap sebagai penantang pasar bagi Indomaret. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Alfamart, sudah dilakukan dengan membuat **Kartu Aku** yang tujuannya memberikan kedekatan dengan pelanggan

dengan memberikan diskon dan fasilitas tambahan jika pelanggan memiliki kartu tersebut, tetapi ternyata program tersebut belum dapat sebanyak mungkin menarik pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Pelanggan yang loyal secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek kepada produk atau jasa pesaing. Meskipun ada kenaikan harga akan produk tersebut, ia tidak terpengaruh dan akan tetap membelinya serta tidak berniat untuk pindah ke produk yang lain. Menurut Tjiptono (2005) menyatakan situasi yang paling ideal bagi pemasar adalah loyalitas, sehingga mereka akan selalu mengulang pembelian produk secara konsisten. Situasi yang ideal tersebut akan terwujud apabila pemasar mengetahui kebutuhan dan hal apa yang diinginkan oleh pelanggan sehingga ia dapat mengambil langkah yang tepat. Pemasar harus mengetahui bagaimana cara yang harus ditempuh untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Atas dasar uraian diatas, berdasarkan fenomena dan kajian teori yang dinyatakan oleh para ahli berhubungan dengan pentingnya loyalitas pelanggan, maka dalam penelitian ini akan mengkaji loyalitas pelanggan di Alfamart Mojosoongo Surakarta.

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan pelayanan dan kualitas yang memuaskan karena tingginya tingkat kepuasan konsumen sangatlah penting. Pelanggan yang telah mencapai kepuasan sangat memungkinkan sekali untuk memberitahukan kepada teman, rekan maupun orang lain akan pengalaman yang mereka dapatkan tentang produk atau jasa perusahaan. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang sudah merasa puas. Loyalitas pelanggan dipandang sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang dan bisnis berulang.

Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Menurut Jones dan Sasser dalam Musanto (2004) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan variabel kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Chris dan Power IV (2007) komponen kepuasan konsumen sangat menentukan bagi loyalitas, meskipun banyak faktor yang menentukan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karsono (2005), Ayla Dewi Anggraeni (2011), Richa Angkita Mulyawisdawati (2012), Dheafani Amila Pasaribu dan Beby Karina Fawzee Sembiring (2013), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kesenjangan antara teori hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas dengan temuan hasil penelitian (teori gap) dan kesenjangan antara temuan hasil penelitian (riset gap) telah menimbulkan rasa ingin tahu untuk mengkaji lebih mendalam hubungan ke dua variabel yaitu pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan merupakan arah pengaruh yang dikaji dalam penelitian ini. Berdasarkan fenomena, landasan teori, serta teori gap dan riset gap tersebut, maka perlu diuji kembali secara empirik pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart di Mojosoongo Surakarta.

Terjadinya persaingan yang ketat antara Indomaret dan Alfamart, menuntut Alfamart untuk selalu mempunyai keunggulan tersendiri agar mampu bersaing. Untuk mencapai tujuan ini, Alfamart harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang akan dipergunakan banyak faktor yang harus dipertimbangkan perusahaan. Diantara faktor yang dipertimbangkan adalah konsumen manakah yang akan dituju, kepuasan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut, serta bauran pemasaran (*marketing mix*) apa yang dipakai untuk memberikan kepuasan kepada konsumen tersebut. Dalam hal ini peranan bauran pemasaran sangat penting karena kegiatan tersebut memberikan pengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Lamb, Hair, dan Mc Daniel (2001), bauran pemasaran ritel adalah kombinasi dari produk, harga, lokasi, promosi, desain toko, dan pelayanan eceran untuk menjual barang dan jasa pada konsumen akhir. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2001) konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*). Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengkombinasikan

unsur-unsur bauran ritel tersebut dalam proporsi yang tepat agar dapat memuaskan pasar sasaran dan tetap sejalan dengan sasaran perusahaan dalam bidang pemasaran secara keseluruhan.

Definisi produk secara luas menurut Tjiptono (2008) adalah suatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya saing beli pasar.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Haruna Isa Mohammad (2015), Richa Angkita Mulyawisdawati (2012), Dheafani Arnila Pasaribu dan Beby Karina Fawzee Sembiring (2013), Haris Hermawan (2015) membuktikan bahwa produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Muhamad Syah Putra (2015) menunjukkan bahwa produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rusda (2001), Dr. Supriadi Thalib (2015), Christian A.D Selang (2013), Suwarni (2011) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan hasil penelitian yang relevan dilakukan Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Harga merupakan suatu bagian yang penting bagi pembeli dan penjual. Pertukaran barang dan jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah menyepakati harga. Keputusan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Begitu pentingnya penetapan harga, Bilson Simamora (2003) menyatakan ada dua arah pendekatan harga yang bisa dilakukan yaitu, pendekatan dari pihak produsen dimana harga tidak boleh lebih rendah dari biaya rata-rata per produk. Selanjutnya pendekatan dari pihak konsumen dimana pada pendekatan ini harga akan membawa dampak ekonomis dan psikologis. Dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015), Richa Angkita Mulyawisdawati (2012), Ayla Dewi Anggraeni (2011), Haris Hermawan (2015) membuktikan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Marshal Godfried Lay (2011), Dheafani Arnila Pasaribu dan Beby Karina Fawzee Sembiring (2013), menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rusda (2001), Dr. Supriadi Thalib (2015), Christian A.D Selang (2013), menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian yang relevan dilakukan Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013), Suwarni (2011), menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saluran distribusi merupakan sub bagian dari variabel marketing mix (bauran pemasaran) yaitu: *place atau distribution*. Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan. Pengertian distribusi untuk suatu barang adalah menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri (Swastha dan Ibnu Sukotjo, 2002).

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015), Ayla Dewi Anggraeni (2011), membuktikan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Richa Angkita Mulyawisdawati (2012), Haruna Isa Mohammad (2015) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Rusda (2001), Dr. Supriadi Thalib (2015) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa saluran distribusi (lokasi) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013), Christian A.D Selang (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa distribusi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pada hakikatnya promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran, karena merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bias menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan

seseorang atau organisasi agar tercipta pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Sukotjo, 2002). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media yang ada, mulai dari cetak sampai elektronik.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015), Ayla Dewi Anggraeni (2011), membuktikan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Richa Angkita Mulyawisdawati (2012), Haruna Isa Mohammad (2015), Muhamad Syah Putra (2015) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Rusda (2001), Dr. Supriadi Thalib (2015) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013), Christian A. D Selang (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Apakah terdapat pengaruh yang signifikan produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Mojosongo Surakarta? 2). Apakah terdapat pengaruh yang signifikan produk, harga, lokasi, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Mojosongo Surakarta?

Penelitian ini bertujuan untuk: 1). Mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Mojosongo Surakarta. 2). Mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Mojosongo Surakarta.

Berdasarkan fenomena, landasan teori, serta teori gap dan riset gap tersebut, maka perlu diuji kembali secara empirik pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan yang diharapkan bisa berguna sebagai bahan masukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Alfamart Mojosongo Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *survey* yang dilakukan di Alfamart Mojosongo Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk di Alfamart Mojosongo Surakarta. Menurut Arikunto (2003:120) sebagai pertimbangan apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10 - 15% atau 20 - 25% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana; sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek karena ini menyangkut banyak sedikitnya data dan besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan pertimbangan telah memenuhi syarat yang ditetapkan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu siapa saja (konsumen) yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001:77).

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari pelanggan Alfamart Mojosongo Surakarta tentang persepsi mereka terhadap variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian berupa uji validitas dengan metode *one shot method* dan uji reliabilitas diukur dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Pengujian Linieritas yang akan dilakukan adalah dengan uji Lagrange Multiplikativitas dan pengujian hipotesis dengan Analisis jalur (*path analysis*), uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

Model regresi linear berganda tersebut dapat dituliskan secara matematis adalah sebagai berikut : (Sarwono, 2006:175)

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 Y_1 + e_1 \dots \dots (2)$$

α = koefisien intersep

$\beta_1 \dots \beta_5$ = koefisien regresi

Y_1 = Kepuasan pelanggan

Y_2	= Loyalitas pelanggan
X_1	= Produk
X_2	= Harga
X_3	= Lokasi
X_4	= Promosi
ε	= error

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Pengujian Instrumen Penelitian dan Linieritas

Hasil uji instrumen penelitian dan linieritas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Pengujian Instrumen Penelitian dan Linieritas

Pengujian	Uji	Alat	Variabel	Status
Instrumen Penelitian	Validitas	<i>One shot methods</i>	Produk	Valid
			Harga	Valid
			Lokasi	Valid
			Promosi	Valid
			Kepuasan	Valid
			Loyalitas	Valid
	Reliabilitas	<i>Cronbach Alpha</i>	Produk	Reliabel
			Harga	Reliabel
			Lokasi	Reliabel
			Promosi	Reliabel
			Kepuasan	Reliabel
			Loyalitas	Reliabel
Kelayakan Model	Linieritas	<i>Lagrange Multiplivariat</i>	Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan, Loyalitas	Model linier

Sumber: Hasil olah data, 2016

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil uji instrumen variabel menunjukkan semua variabel valid dan reliabel, sedangkan untuk uji kelayakan model menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini linier.

b. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 2. Hasil Analisis jalur

Persamaan	Variabel	Koefisien	t	Sig	Keterangan
Pertama	Produk →Kepuasan	0,680	8,394	0,000	Signifikan
	Harga →Kepuasan	0,063	0,766	0,466	Tidak Signifikan
	Lokasi →Kepuasan	0,048	0,675	0,501	Tidak Signifikan
	Promosi →Kepuasan	0,205	3,140	0,002	Signifikan
Kedua	Produk →Loyalitas	0,245	2,720	0,008	Signifikan
	Harga →Loyalitas	0,050	0,726	0,470	Tidak Signifikan
	Lokasi →Loyalitas	0,134	2,221	0,029	Signifikan
	Promosi →Loyalitas	0,203	3,508	0,001	Signifikan
	Kepuasan → Loyalitas	0,484	5,593	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil olah data, 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat hasil persamaan pertama menunjukkan hasil produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai signifikan masing-masing variabel $< \alpha = 0,05$, sedangkan harga dan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan.

Hasil persamaan kedua menunjukkan variabel produk, lokasi, promosi dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena mempunyai nilai signifikan $> \alpha = 0,05$.

c. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung dan *Total Effect*

Tabel 3. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Dari Variabel	Koefisien Jalur		Total Pengaruh
	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	
Produk → Loyalitas	$=P_1 = 0,245$		
Harga → Loyalitas	$=P_2 = 0,050$		
Lokasi → Loyalitas	$=P_3 = 0,134$		
Promosi → Loyalitas	$=P_4 = 0,203$		
Produk → Kepuasan → Loyalitas		$= P_5 \times P_9$ $= 0,680 \times 0,484$ $= 0,329$	$= 0,245 +$ $0,329$ $= 0,574$
Harga → Kepuasan → Loyalitas		$= P_6 \times P_9$ $= 0,063 \times 0,484$ $= 0,030$	$= 0,050 +$ $0,030$ $= 0,080$
Lokasi → Kepuasan → Loyalitas		$= P_7 \times P_9$ $= 0,048 \times 0,484$ $= 0,023$	$= 0,134 +$ $0,023$ $= 0,157$
Promosi → Kepuasan → Loyalitas		$= P_8 \times P_9$ $= 0,205 \times 0,484$ $= 0,099$	$= 0,203 +$ $0,099$ $= 0,302$

Sumber: Hasil olah data, 2016

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil: Pengaruh langsung variabel harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas lebih dominan dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung variabel harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas melalui variabel kepuasan, sedangkan variabel produk mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui variabel kepuasan yang lebih dominan dibandingkan pengaruh langsung variabel produk terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan

Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Alfamart Mojosoong Surakarta, apabila produk ditingkatkan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusda (2001), menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Haruna Isa Mohammad (2015), membuktikan bahwa produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Muhamad Syah Putra (2015) menunjukkan bahwa produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Karsono (2005) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang tidak efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

b. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan

Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Alfamart Mojosoong Surakarta, apabila harga ditingkatkan maka loyalitas pelanggan akan meningkat, akan tetapi peningkatan tersebut tidak bermakna.

Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Christian A.D Selang (2013), menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwarni (2011) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Marshal Godfried Lay (2011) menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Richa Angkita M. (2012), membuktikan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayla Dewi (2011) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan/efektif begitu juga pada pengaruh tidak langsung menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan atau tidak efektif, yaitu harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Karena kedua jalur langsung maupun tidak langsung tidak efektif, maka langkah-langkah yang ditempuh adalah dengan kebijakan mempertahankan harga.

c. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Alfamart Mojosoong Surakarta, apabila lokasi ditingkatkan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa distribusi (lokasi) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusda (2001), Dr. Supriadi Thalib (2015) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa saluran distribusi (lokasi) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015), Ayla Dewi (2011), membuktikan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Richa Angkita M. (2012), Haruna Isa M. (2015) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dheafani Arnita dan Beby Karina Sembiring (2013), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

d. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Mojosoong Surakarta, apabila promosi ditingkatkan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana (2013) menyatakan dalam hasil penelitiannya

bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusda (2001), Dr. Supriadi

Thalib (2015) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015), Ayla Dewi (2011), membuktikan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Haruna Isa M. (2015) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Karsono (2005), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Dr. Supriadi Thalib (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Sesuai dengan temuan ini, akan berakibat pada peningkatan loyalitas pelanggan Alfamart Mojosoongo Surakarta dalam bentuk perilaku yang dominan membentuk respon terhadap loyalitas, yaitu adanya peningkatan perilaku:

- a. Pelanggan yang selalu menjadikan Alfamart Mojosoongo Surakarta sebagai pilihan utama dalam membeli produk.
- b. Pelanggan ingin berbuat yang lebih baik untuk membesarkan keberadaan Alfamart Mojosoongo Surakarta.
- c. Pelanggan mendorong teman-teman dan kerabat membeli produk barang di Alfamart Mojosoongo Surakarta.

KESIMPULAN

1. Pengaruh langsung produk terhadap loyalitas menghasilkan pengaruh yang tidak efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, oleh karena itu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui produk yang ada juga harus mempertimbangkan atau dengan kata lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh langsung harga terhadap loyalitas menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan/efektif begitu juga pada pengaruh tidak langsung menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan atau tidak efektif, yaitu harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Karena kedua jalur langsung maupun tidak langsung tidak efektif, maka langkah-langkah yang ditempuh adalah dengan kebijakan mempertahankan harga.
3. Pengaruh langsung lokasi terhadap loyalitas menghasilkan pengaruh yang efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.
4. Pengaruh langsung promosi terhadap loyalitas menghasilkan pengaruh yang efektif dari pada pengaruh tidak langsung, yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Aripin Setiawardi, M.Ali Ramdhani, Andri Ikhwana. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Taman Air Panas Darajat Pass. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut Vol. 11 No.1 Th. 2013*.
- Ayla Dewi Anggraeni. 2011. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran ("7P") Pada Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Apartemen Fountain Park Jakarta. *Electronic Theses & Dissertations (ETD) Gadjah Mada University*
- Berman, P. D. 2001. *Basic Marketing*, Eight Edition, Richard D.Irwin, Inc.

- Christian A.D Selang. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1 No.3 Juni 2013, Hal. 71-80*.
- Chris, Denove & James, D. Power IV. 2007. *Satisfaction*. PT Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia – Jakarta.
- David, A.R. 2000. *Marketing Organization Through the Channel, Wholesaling in Marketing Organization*. John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Dheafani Arnila Pasaribu dan Beby Karina Fawzeaa Sembiring. 2013. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Minimarket Mes Mart Syariah. *Jurnal Media Informasi Manajemen Vol. 1 No. 2 Tahun 2013*.
- Ghozali, Imam. 2004. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gujarati, Damodar. 2002. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Haris Hermawan. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2 Desember 2015*.
- Haruna Isa Mohammad. 2015. 7 PS Marketing Mix And Retail Bank Customer Satisfaction in Northeast Nigeria. *British Journal of Marketing Studies Vol.3, No.3, pp.71-88, June 2015*
- Hatane Samuel. 2009. Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, Dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 4, No. 1, April 2009: 23-37*.
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2000. *Marketing Management*. 11th Edition, New Jersey: Prentice Hall. Inc. Upper Saddle River.
- Lamb, Hair dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Salemba Empat: Jakarta.
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit*. Vol. 9, No. 2, hal.111-119.
- Marshal Godfried Lay. 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang Pada Produk Semen Kupang. *EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 2, No. 2, Desember 2011, 95 – 112*.
- Mowen, John C. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi kelima. Erlangga: Jakarta.
- Muhamad Syah Putra. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mc donald's Kelapa Dua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Depok). <http://www.library.gunadarma.ac.id/repository/view/3799823>
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6. pp. 123-136*.
- Pride, William M. dan Ferrell., O.C, 2000. *Marketing Basic Concepts and Decisions*, Fourth Edition, Houghton Mifflin Company.
- Richa Angkita Mulyawisdawati. 2012. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Di Karita Muslim Square Yogyakarta. *Electronic Theses & Dissertations (ETD) Gadjah Mada University*.
- Rusda Irawati. 2001. Pengaruh Pelaksanaan Program Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas pelanggan Bisnis Unit Usaha Divisi Paket Pos PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandung, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang, Vol. 9, No. 2, hal. 30-38*.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni Murti dan Suprihanto John., 2001. *Pengantar Bisnis: Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, Liberty, Yogyakarta.
- Supriadi Thalib. 2015. The Effect of Services Marketing Mix and Customer Value on Satisfaction, Trust, and Loyalty. *International Journal of Advanced Research (2015), Volume 3, Issue 9, 935-949*.

- Suwarni dan Mayasari. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, TH. 16, No. 1.
- Swastha DH, Basu dan Ibnu Sukotjo W. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi offset.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andy Offset: Yogyakarta.
- Wenny Herawati dan Rizal Edy Halim. 2008. Analisis Hubungan Antara Service Quality, Customer Satisfaction dan Switching Cost Terhadap Loyalty. *Usahawan*, No. 03 TH XXXVII, hal 42 – 52.
- Wijaya, Toni dan Lita Irawati. 2004. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keinginan Pembeli. *Jurnal Studi Indonesia*. Vol. 14. No. 2. hal 137 – 150.
- William, JS., 2000. *Fundamentals of Marketing*, Mc.Graw-Hill Book Company.Tokyo.
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zeithaml, V. A. and M. J. Bitner. 2001. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. International Edition. Mc Graw-Hill, United Stated of America

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP PENGGUNAAN JASA KOPERASI “ESGEEF-878” SEMARANG

Tantri Widiastuti

Tri Bodroastuti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala

Jalan Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang 50242

Email : tan3widiastuti@gmail.com

Abstract

This study aimed to determine the effect of service quality, emotional factor, cost and ease of member satisfaction. The study was conducted at Cooperative "esgeef-878". The population used in this study were Cooperative Members "esgeef-878" as many as 1707 members. The sample used random sampling technique with slovin formula and the result was 100 people. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results showed partially Service Quality (X1), emotional factor (X2), and cost and ease (X3) proved to have positive and significant influence on member satisfaction (Y). Simultaneously service quality (X1), emotional factor (X2), and cost and ease (X3) proved to influence member satisfaction (Y).

Keywords : Member Satisfaction, Service Quality, Emotional Factor, Cost and Convenience

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan terhadap kepuasan anggota. Penelitian dilakukan di Koperasi "Esgeef-878". Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Anggota Koperasi "esgeef-878" sebanyak 1707 anggota. Sampel menggunakan teknik random sampling dengan rumus slovin dan hasilnya 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan (X1), faktor emosional (X2), dan biaya dan kemudahan (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y). Secara simultan kualitas layanan (X1), faktor emosional (X2), dan biaya dan kemudahan (X3) terbukti mempengaruhi kepuasan anggota (Y).

Keywords : Kepuasan member, Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya dan Kemudahan

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan sebuah badan usaha yang bertujuan untuk menggalang modal dan kerja sama untuk mencapai tujuan anggota. Pembentukan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa bagi para anggota, baik yang bersifat individual maupun kelompok. Di Indonesia peran koperasi cukup penting, yaitu pembuka pintu gerbang usaha kecil dan menengah, menciptakan masyarakat yang mandiri, penggerak perekonomian dan menciptakan pasar baru. Pemanfaatan koperasi yang dilakukan secara optimal diharapkan akan menciptakan perekonomian nasional yang selaras dengan pertumbuhan koperasi tersebut. Dengan pertumbuhan koperasi yang baik maka mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi dan memperkecil tingkat kemiskinan. Koperasi di Indonesia kurang maksimal pertumbuhannya, hal ini seperti dikatakan menteri koperasi di Kompas, Kamis (28/1/2016) yang menyatakan bahwa angka Produk Domestik Bruto (PDB) koperasi Indonesia terhadap negara hanya 1,7 persen. Padahal, Indonesia memiliki jumlah koperasi terbesar di dunia yaitu 209.000 koperasi sedangkan sumbangan koperasi di Denmark terhadap PDB nya 6,7 persen.

Dengan banyaknya jumlah koperasi menjadikan persaingan antar koperasi di Indonesia semakin ketat, hanya koperasi yang mampu memberikan nilai lebih dibanding pesaing yang akan memenangkan persaingan. Usaha meningkatkan kepuasan anggota merupakan hal sangat penting diperhatikan oleh koperasi simpan pinjam. Kepuasan anggota dapat terwujud jika koperasi simpan pinjam dapat memenuhi keinginan anggota yang berupa kualitas pelayanan yang baik, kepercayaan dan citra koperasi dimasyarakat. Salah satu koperasi yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Koperasi simpan pinjam “esgeef-878” yang berada di Kelurahan Peterongan Semarang atau biasa dikenal dengan sebutan Koperasi “esgeef-878”. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya koperasi simpan pinjam yang bermunculan di Kota Semarang. Pelayanan dan jasa simpan pinjam yang ditawarkan beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap koperasi simpan pinjam. Hal tersebut menuntut pihak koperasi simpan pinjam untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding koperasi

simpan pinjam kompetitornya. Salah satu strategi yang dilakukan adalah menjaga dan meningkatkan kepuasan anggota koperasi.

Koperasi “esgeef-878” merupakan salah satu koperasi yang berusaha agar jasa simpan pinjam yang ditawarkan benar-benar membantu dan menyejahterakan anggotanya sehingga apabila dapat memberikan sisi kepuasan sendiri kepada anggotanya maka Koperasi “esgeef-878” dapat memperluas kegiatan simpan pinjamnya, dengan memperluas simpan pinjam di Koperasi ini tidak hanya menguntungkan pihak koperasi namun juga menguntungkan anggotanya. Di bawah ini keluhan dari anggota akibat kurang puasny atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi “Esgeef-878” seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Jumlah Keluhan Anggota Periode 2013 – 2016

No	Jenis Keluhan	Jumlah			
		2013	2014	2015	2016
1.	Karyawan kurang bersikap ramah dalam melayani anggota.	5	2	6	4
2.	Bunga Deposito turun	15	12	11	25
3.	Bunga Pinjaman besar	4	5	8	6
4.	Karyawan kurang cepat dan cekat dalam melayani anggota	3	4	5	6
5.	Karyawan kurang jelas dalam memberikan informasi	12	13	17	25

Sumber : Koperasi “esgeef-878”, 2016

Menurut Irawan (2008) terdapat lima driver atau pendorong kepuasan anggota antara lain kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Pentingnya kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan menambahkan persepsi terhadap nilai yang selanjutnya akan mempengaruhi keputusan pembelian Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli, maka akan ada kecenderungan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akhirnya menjadi konsumen yang loyal. Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis maka perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para anggota. Faktor emosi merupakan rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting kebanggaan menggunakan produk atau jasa ini sangat berperan untuk mengurangi kesenjangan antara penyedia jasa dan anggota. Untuk faktor biaya dan kemudahan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Koperasi simpan pinjam haruslah sedekat mungkin dengan para anggotanya karena akan semakin dengan koperasi dengan anggotanya maka tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi akan semakin tinggi dan akan memperluas kepercayaan untuk mendapatkan anggota semakin banyak. Tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui pengaruh *Service quality*, faktor emosi, biaya, dan kemudahan terhadap kepuasan anggota Koperasi “esgeef-878”.

Kepuasan Anggota (Y). Menurut Irawan (2008) bahwa kepuasan anggota sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Kepuasan anggota juga merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau anggota dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian, kepuasan anggota mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Tjiptono (2004) menyatakan lebih lanjut bahwa kepuasan atau ketidakpuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Bila perusahaan melayani anggota dengan baik sesuai apa yang diinginkan maka anggota akan merasa puas, tetapi sebaliknya bila perusahaan tidak melayani dengan baik maka anggota akan meninggalkannya.

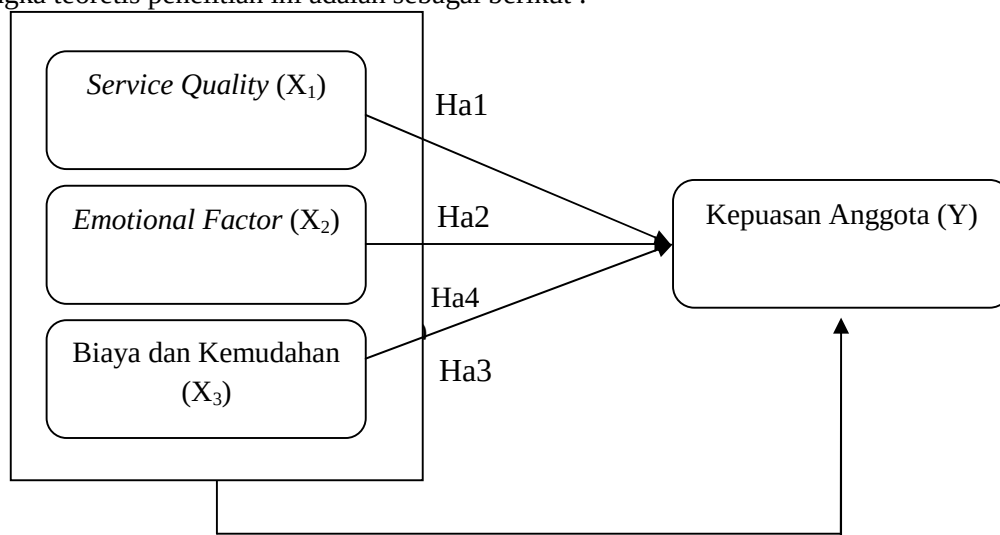
Service Quality. *Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Salah satu konsep *service quality* yang populer adalah ServQual. Ada lima indikator kualitas pelayanan menurut Irawan, 2008 yaitu *tangibles* (tampilan fisik pelayanan), *reliability* (keandalan/kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan

dalam memberikan pelayanan), *assurance* (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan), *empathy* (memahami keinginan konsumen). Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005) berpendapat bahwa *service quality* berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

Emotional Factor. Kepuasan anggota dapat timbul pada saat mendapatkan jasa yang jumlahnya memuaskan dari hasil simpanan yang disimpan dan dengan produk yang memiliki image baik di kalangan masyarakat. Walau dengan demikian, anggota yang mendapatkan jasa besar dan tanpa adanya potongan-potongan. Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan anggota. Emosi berkaitan dengan perubahan fisiologis dan berbagai pikiran. Jadi emosi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, karena emosi dapat merupakan motivator perilaku dalam arti meningkatkan, tapi juga dapat mengganggu perilaku intensional manusia.

Biaya dan Kemudahan. Anggota akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Banyak anggota yang merasa puas akan pelayanan di Koperasi “Esgeef-878” karena dari segala jenis produk diberikan kemudahan dalam prosedur dan persyaratannya. Dalam usaha menghasilkan manfaat saat ini dan masa yang akan datang, manajer harus melakukan berbagai usaha untuk meminimumkan biaya yang dibutuhkan dalam mencapai manfaat tersebut. Mengurangi biaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan berarti perusahaan menjadi lebih efisien. Biaya dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat dimasa yang akan datang. Manfaat bagi perusahaan yang berorientasi laba/*profit oriented* berarti pendapatan. Jika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, maka biaya tersebut dinyatakan kadaluarsa (*expire*). Biaya yang sudah kadaluarsa disebut beban (*expense*). Disetiap periode, beban akan dikurangkan dari pendapatan dalam laporan laba rugi, untuk menentukan laba periode tersebut sedangkan biaya yang belum kadaluarsa disebut sebagai *cost*, yang akan dilaporkan dalam laporan neraca.

Model kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Irawan (2008) dimana faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota terdiri dari kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Namun dalam penelitian variable kualitas produk dan harga tidak digunakan dalam penelitian ini karena obyek penelitian adalah koperasi, dengan demikian kerangka teoretis penelitian ini adalah sebagai berikut :



Berdasarkan model pemikiran teoritis di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1 = Ada pengaruh positif dan signifikan *service quality* (X₂) terhadap kepuasan anggota (Y)
- H2 = Ada pengaruh positif dan signifikan *emotional factor* (X₃) terhadap kepuasan anggota (Y)
- H3 = Ada pengaruh positif dan signifikan biaya dan kemudahan (X₄) terhadap kepuasan anggota (Y)
- H4 = Ada pengaruh positif dan signifikan *service quality* (X₁), *emotional factor* (X₂), biaya dan kemudahan (X₃) secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota (Y)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian. Jenis penelitian ini peneliti menggunakan tipe *eksplanatory research* yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel – variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah di rumuskan sebelumnya.

Definisi Operasional. Adapun definisi operasional dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Kepuasan anggota diukur menggunakan indikator :
 - 1. Pelanggan puas dengan harga yang dibayarkan.
 - 2. Terpenuhinya harapan pelanggan.
 - 3. Merekomendasikan kepada pihak lain.
 - 4. Akan menggunakan jasa kembali.
- B. *Service quality* diukur menggunakan indikator:
 - 1. *Reliability*/kehandalan
 - 2. *Responsiveness*/daya tanggap
 - 3. *Assurance*/jaminan
 - 4. *Empathy*/empati
 - 5. *Tangible*/bukti fisik
- C. *Emotional factor* diukur menggunakan indikator :
 - 1. Rasa bangga menggunakan jasa
 - 2. Rasa percaya diri karena menggunakan produk jasa perusahaan bonafide.
- D. Biaya dan kemudahan diukur menggunakan indikator :
 - 1. Kemudahan dalam mendapatkan jasa
 - 2. Kenyamanan dalam memperoleh jasa
 - 3. Efisien biaya dan mudah untuk memanfaatkan jasa

Populasi dan Sampel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi “Esgeef-878” sebanyak 1707 anggota. Dengan rumus slovin dan teknik pengambilan convenience sampling didapatkan sampel sebanyak 100 orang.

Alat analisis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Metode Pengumpulan Data. Data dalam penelitian ini berupa data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu anggota Koperasi “Esgeef-878”. Sedangkan data sekunder merupakan data dan informasi pendukung yang diperoleh dari publikasi dan studi kepustakaan yang berhubungan dengan kepuasan anggota.

Teknik Analisis Data. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis ini dipakai karena hubungan dari variabel-variabel bersifat kausal (Sugiyono, 1999:243). Adapun rumus analisis regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Anggota
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien regresi faktor *service quality*
- b₂ = Koefisien regresi faktor *emotional factor*
- b₃ = Koefisien regresi faktor biaya dan kemudahan
- X₁ = Faktor *service quality*
- X₂ = Faktor *emotional factor*
- X₃ = Faktor biaya dan kemudahan
- e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas. Dari hasil uji validitas, semua item pertanyaan memiliki nilai korelasi positif dan lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti bahwa semua instrumen dalam penelitian ini adalah valid. Begitu pula, hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai koefisien Alpha

Chronbach lebih besar dari 0,6, yang artinya bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan uji regresi linear berganda maka dilakukan uji asumsi klasik, dari hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa tidak ada nilai VIF yang lebih dari 10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada korelasi antara variabel bebas. Selanjutnya nilai signifikansi tiap variabel terhadap *absolute residual* lebih dari 0,05, artinya persamaan regresi mengalami *homokedastisitas* (tidak mengandung *Heterokedastisitas*) dan untuk uji normalitas data penelitian ini berdistribusi normal, dikarenakan nilai α lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Berganda. Analisis regresi berganda dilakukan meliputi variabel bebas *service quality* (X_1), *emotional factor* (X_2) dan faktor biaya dan kemudahan (X_3) terhadap variabel terikat kepuasan anggota (Y). Berikut adalah hasilnya :

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,787	,875		-,900	,370
service quality	,183	,044	,267	4,132	,000
emotional factor	,465	,098	,270	4,764	,000
biaya dan kemudahan	,772	,107	,539	7,180	,000

a. Dependent Variable: kepuasan anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2017.

Hasil seperti pada tabel diatas dapat diinterpretasikan kedalam model persamaan struktural regresi linier sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$\hat{Y} = -0,787 + 0,183 X_1 + 0,465 X_2 + 0,772 X_3$$

I. Pengaruh *Service quality* terhadap Kepuasan anggota

Hasil penelitian membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 4,132 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *service quality* diberikan oleh koperasi maka akan semakin tinggi kepuasan anggota dari koperasi tersebut. Demikian sebaliknya, bahwa apabila semakin rendah *service quality* dari koperasi maka akan semakin rendah kepuasan anggota dari koperasi tersebut.

Service quality adalah salah satu strategi yang dapat menjadikan sebuah produk pelayanan yang ditawarkan menjadi berbeda dan dikenal oleh para konsumen, dan karenanya dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran bagi usaha tersebut (Tjiptono dan Chandra, 2005). Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dari koperasi telah mempengaruhi kepuasan anggotanya. Berdasarkan deskripsi dari kepuasan anggota menurut pernyataan responden, diketahui bahwa tingkat kepuasan tertinggi adalah pada perasaan puas karena jasa yang dipergunakan telah dapat memenuhi harapan dari para responden tersebut. Sedangkan *service quality* dengan penilaian tertinggi menurut para responden adalah persepsi yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan koperasi selalu dapat diandalkan. Dapat diperhatikan bahwa dengan penilaian atas kualitas dimana pelayanan yang diberikan selalu dapat diandalkan, maka para konsumen akan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh koperasi tersebut akan selalu dapat memenuhi harapan dari anggotanya. Harapan terbesar dari para responden adalah mendapatkan pelayanan yang dapat memenuhi setiap kebutuhannya dan seseuai dengan keinginannya, hal tersebut dapat dipenuhi manakala koperasi dapat secara handal memberikan pelayanan kepada semua anggotanya. Hal ini dikarenakan dalam konsep kehandalan jasa pelayanan terdapat dimensi berupa kemampuan memberikan pelayanan, kemampuan mengetahui keinginan konsumen, kemampuan memberikan informasi dan berbagai dimensi yang merupakan wujud dari kemampuan dari sebuah usaha mengatasi setiap permasalahan dan memberikan produk/jasa terbaik kepada para konsumennya.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya dan Suhaji (2013), Prabaningtyas dan Andjarwati (2014), serta penelitian Ngatmo dan Bodroastuti (2013) yang juga membuktikan bahwa service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Emotional Factor* Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil penelitian membuktikan bahwa *emotional factor* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 4,764 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa semakin tinggi *emotional factor* dirasakan oleh seorang anggota maka akan semakin tinggi kepuasan anggota dari koperasi tersebut. Demikian sebaliknya apabila semakin rendah *emotional factor* dirasakan oleh seorang anggota maka akan semakin rendah kepuasan anggota dari anggota koperasi tersebut.

Irawan (2008) menyebutkan driver kepuasan anggota yang keempat, yaitu *emotional factor relative* penting. Kepuasan anggota dapat timbul pada saat mendapatkan jasa yang jumlahnya memuaskan dari hasil simpanan yang disimpan. Dan dengan produk yang memiliki image baik di kalangan masyarakat. Walau dengan demikian, anggota yang mendapatkan jasa besar dan tanpa adanya potongan-potongan seperti yang ada di perbankan bias lebih puas, karena emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut. Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh emotional value yang mendasari kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Prabaningtyas dan Andjarwati (2014), serta penelitian Ngatmo dan Bodroastuti (2013) yang juga membuktikan bahwa *emotional factor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

II. Pengaruh Biaya dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil penelitian membuktikan bahwa biaya dan kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 7,180 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa semakin tinggi biaya dan kemudahan dirasakan oleh seorang anggota maka akan semakin tinggi kepuasan anggota dari koperasi tersebut. Demikian sebaliknya apabila semakin rendah biaya dan kemudahan dirasakan oleh seorang anggota maka akan semakin rendah kepuasan anggota dari anggota koperasi tersebut.

Menurut Irawan (2008) biaya dan kemudahan merupakan driver ke lima dari kepuasan anggota untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Anggota akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Banyak anggota yang merasa puas akan pelayanan di Koperasi “esgeef-878” karena dari segala jenis produk diberikan kemudahan dalam prosedur dan persyaratannya.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya dan Suhaji (2013), Prabaningtyas dan Andjarwati (2014), serta penelitian Ngatmo dan Bodroastuti (2013) yang juga membuktikan bahwa biaya dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

III. Pengaruh Service Quality, Emotional Factor, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil penelitian membuktikan bahwa service quality, emotional factor, biaya dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, terbukti dipeoleh F hitung sebesar 128,294 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,48 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan, emotional factor, biaya dan kemudahan yang dirasakan anggota koperasi maka akan semakin tinggi kepuasan anggota koperasi tersebut. Demikian sebaliknya semakin rendah kualitas layanan, emotional factor, biaya dan kemudahan yang dirasakan anggota koperasi maka semakin rendah kepuasan anggota koperasi tersebut.

Menurut Irawan, 2008 Kepuasan anggota yang dalam ditentukan oleh persepsi atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan anggota. Anggota merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan anggota terlampaui. Kualitas produk, harga,

service quality, emotional factor, biaya dan kemudahan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya dan Suhaji (2013), Prabaningtyas dan Andjarwati (2014), serta penelitian Ngatmo dan Bodroastuti (2013) yang juga membuktikan bahwa service quality, emotional factor, biaya dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Service quality* (X_1) terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y);
2. *Emotional factor* (X_2) terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y);
3. Biaya dan kemudahan (X_3) terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y);
4. *Service quality* (X_1), *emotional factor* (X_2), serta biaya dan kemudahan (X_3) terbukti secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel dengan pengaruh terendah adalah *service quality* dengan pengaruh sebesar 0,267 (26,7%) terhadap kepuasan anggota. Untuk itu, dalam rangka meningkatkan kepuasan anggota koperasi “Esgeef-878”. Upaya yang dapat dilakukan untuk memperbaiki *service quality* kepada anggota koperasi esgeef-878 adalah dengan meningkatkan pelayanan dari koperasi agar dapat selalu tanggap terhadap kebutuhan anggotanya. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan melaksanakan program evaluasi pelayanan yang berlangsung secara periodik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Anton Mulyono dan Maya Irjayanti. 2014. *Manajemen*. Bandung: Mardika Group.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Handi, 2008, *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : UPP-AMP YKPN.
- Ngatmo dan Tri Bodroastuti, 2013, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, Semarang.
- Monroe, Kent B. 1990. *Pricing : Making Profitable Decision*, 2th Edition. Singapore : Mcgraw- Hill.
- Prabaningtyas, Kharisma Ayu Dan Anik Lestari Andjarwati, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan, E-Factor Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 2 Nomor 3 Juli 2014, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Santoso, Singgih. 2002, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, Jakarta : PT. Elex. Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: BayumediaSelasa, Tanggal Dua Puluh Empat Oktober Tahun Dua Ribu Tujuh Belas (24-10-2017);

**PELATIHAN OPTIMALISASI LAHAN PEKARANGAN DI KELURAHAN MAJENANG
KECAMATAN SUKODONO KABUPATEN SRAGEN**

Joko Sekti Riyadi

STIE Adi Unggul Bhirawa

Email : sekti_123@yahoo.com

I Gusti Putu Diva Awatara

STIE Adi Unggul Bhirawa

email: igustiputudivaawatara@gmail.com

Abstrak

Pemanfaatan lahan pekarangan di Indonesia, sampai sejauh ini belum tersentuh dengan baik. Padahal jika dioptimalkan, pemanfaatan pekarangan dapat memberikan banyak keuntungan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan peningkatan pendapatan keluarga. Lahan pekarangan memiliki potensi dalam menyediakan bahan pangan keluarga, mengurangi pengeluaran rumah tangga untuk pembelian pangan dan meningkatkan rumah tangga petani. Sejumlah kendala terkait masalah sosial, budaya dan ekonomi masih dijumpai dalam program pemanfaatan lahan pekarangan diantaranya belum membudaya budidaya pekarangan secara intensif, masih bersifat sambilan dan belum berorientasi pasar dan belum optimalnya proses pendampingan. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan keterampilan keluarga dan masyarakat dalam pemanfaatan lahan pekarangan, memenuhi kebutuhan pangan dan meningkatkan pendapatan keluarga. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen. Alternatif komoditas yang ditanam adalah cabai, tomat, terung, bayam, kangkung, sawi, dan kacang panjang. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa anggota kelompok tani Mekar Sari di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono dapat meningkat dalam memenuhi bahan pangan keluarga, mengurangi pengeluaran rumah tangga untuk pembelian pangan dan meningkatkan pendapatan rumah tangga petani.

Kata kunci : *lahan pekarangan, pendapatan, tanaman hortikultura*

PENDAHULUAN

Dalam masyarakat perdesaan, pemanfaatan lahan pekarangan untuk ditanami tanaman kebutuhan keluarga sudah berlangsung dalam waktu yang lama dan masih berkembang hingga sekarang meski dijumpai berbagai pergeseran. Komitmen pemerintah untuk melibatkan rumah tangga dalam mewujudkan kemandirian pangan perlu diaktualisasikan dalam menggerakkan lagi budaya menanam di lahan pekarangan.

Optimalisasi pemanfaatan lahan pekarangan secara intensif melalui pengelolaan sumberdaya alam lokal secara bijaksana, yang menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas, nilai dan keanekaragamannya. Penataan pekarangan, ditujukan untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya melalui pengelolaan lahan pekarangan secara intensif dengan tata letak sesuai dengan pemilihan komoditas.

Lahan pekarangan merupakan lahan terbuka yang terdapat di sekitar rumah tinggal. Lahan ini jika dipelihara dengan baik akan memberikan lingkungan yang menarik nyaman dan sehat serta menyenangkan sehingga membuat penghuninya betah tinggal di rumah. Pekarangan rumah dapat dimanfaatkan sesuai dengan selera dan keinginan. Misalnya dengan menanam tanaman produktif seperti tanaman hortikultura dan obat-obatan. Dengan menanam tanaman produktif di pekarangan akan memberi keuntungan ganda, salah satunya adalah kepuasan jasmani dan rohani. Taman indah di sekitar rumah akan mampu membangkitkan semangat dan memberi inspirasi bagi yang memandang.

Konsumsi per kapita sayuran di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2002 hingga 2008. Di tahun 2002 konsumsi sayuran per kapita Indonesia 32,89 kg/th, naik menjadi 35,33 kg/th pada tahun 2005. Tahun 2008, angka ini meningkat menjadi 39,45 kg/th. Tak hanya konsumsi, produksi sayuran Indonesia juga menunjukkan peningkatan sebesar 1,89% selama kurun waktu 2008 sampai 2009 (Dirjen Hortikultura, 2010). Meskipun mengalami peningkatan dalam produksi dan konsumsi sayuran, dibandingkan dengan rekomendasi FAO untuk konsumsi sayuran sebesar 75 kg/tahun, maka konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih tergolong rendah (Chadha, *et.al.* 2010).

Konsumsi sayuran dan buah-buahan sangat penting untuk kesehatan manusia karena kandungan mikro-nutrien (vitamin dan mineral) yang seringkali tidak didapatkan dari sumber makanan yang lain. Konsumsi sayuran dan buah-buahan yang cukup dapat mengurangi resiko menderita berbagai penyakit akut seperti diabetes, kanker usus, kanker *colo rectal* dan penyakit kardiovaskular/jantung. Hasil penelitian yang dilakukan di Roswell Park Cancer Institute di Buffalo New York Amerika Serikat menunjukkan bahwa brokoli dan beberapa sayuran segar dapat digunakan untuk melawan kanker kandung kemih. Juga disebutkan bahwa mereka yang mengkonsumsi tiga porsi atau lebih sayuran mentah segar setiap bulan mengurangi resiko terkena kanker kandung kemih sebanyak 40%. Organisasi Kesehatan Dunia (FAO) dari PBB menyarankan konsumsi sayuran dan buah-buahan minimum 200 gram/kapita/hari untuk diet yang seimbang bagi kesehatan (Chadha, *et.al*, 2011). Dari Database Statistik Pertanian 2011, diketahui bahwa konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih sangat rendah yaitu 113 gram/kapita/hari.

Sayuran cocok diproduksi di lahan sempit dan padat karya, sehingga memberikan kesempatan bagi petani kecil untuk diversifikasi produksi dan menghasilkan pekerjaan dalam rangka meningkatkan pendapatan bagi semua peserta dalam rantai nilai. Diversifikasi sayuran dapat menguntungkan petani miskin dan buruh tani yang tidak mempunyai lahan dengan meningkatkan produksi dan tenaga kerja (Mariyono dan Bhattarai, 2010). Diversifikasi tersebut juga bisa memberdayakan masyarakat miskin dengan meningkatkan akses mereka terhadap proses pengambilan keputusan, dengan meningkatkan kapasitas mereka untuk tindakan kolektif, dan mengurangi kerentanan mereka terhadap goncangan melalui akumulasi aset. Diversifikasi sayuran bisa berperan penting dalam pengurangan kemiskinan dan ketahanan pangan di Indonesia (Mariyono *et al.*, 2010).

Pemanfaatan pekarangan dapat mendukung penyediaan aneka ragam pangan di tingkat rumah tangga, sehingga terwujud pola konsumsi pangan keluarga yang beragam, bergizi seimbang dan aman, dimana di pekarangan dapat ditanam berbagai jenis tanaman yang dibutuhkan sehari-hari seperti tanaman buah, sayuran, bunga, tanaman obat dan lain-lain (Afrinis, 2009). Untuk mendukung usaha pemenuhan pangan dan gizi keluarga, pemanfaatan pekarangan saat ini lebih dititikberatkan pada usaha budidaya sayuran yang berumur relatif pendek sehingga dapat dengan segera dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau dijual untuk menambah pendapatan keluarga. Rukmana (2009) mengemukakan bahwa lahan pekarangan dapat dijadikan asset berharga bagi pengembangan usahatani skala rumah tangga, oleh karena itu pemanfaatan lahan pekarangan dapat dijadikan basis usaha pertanian tanaman sayuran dalam rangka memberdayakan sumberdaya keluarga serta meningkatkan ketahanan pangan dan kecukupan gizi.

Bagi masyarakat perdesaan, pekarangan dapat dipandang sebagai lumbung hidup yang tiap tahun diperlukan untuk mengatasi paceklik dan sekaligus merupakan pangkalan induk yang sewaktu-waktu dapat diambil manfaatnya apabila usaha tani di sawah atau tegalan mengalami bencana atau kegagalan akibat serangan hama atau penyakit, banjir, kekeringan dan bencana alam lain. Tanaman sayur merupakan contoh taman multifungsi. Di satu sisi tampilannya cukup memberikan kesan dan ketika dipanen dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan (Supriati dan Herliana, 2008).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk optimalisasi lahan pekarangan dengan budidaya tanaman hortikultura, memaksimalkan pemanfaatan tanaman hortikultura dan optimalisasi pendapatan rumah tangga petani di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen.

METODE

Pemanfaatan lahan yang digunakan di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono adalah umumnya berupa penanaman sayuran. Luas areal pekarangan dari rumah tangga responden berkisar 30 - 120 m². Jenis tanaman sayuran yang ditanam adalah bayam, sawi hijau, kacang panjang, buncis, terong ungu, cabe, tomat, seledri dan timun.

Metode kegiatan yang akan dilakukan untuk tercapainya tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ceramah, diskusi dan demonstrasi praktik langsung di lapangan yang didasari oleh evaluasi awal sebagai landasan untuk menentukan posisi pengetahuan kelompok sasaran mengenai pemanfaatan lahan pekarangan melalui penerapan konsep optimalisasi lahan pekarangan dengan budidaya tanaman hortikultura di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen ini.

Optimalisasi lahan pekarangan dengan budidaya tanaman hortikultura di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen dengan melibatkan 25 anggota kelompok petani khususnya anggota kelompok tani Mekar Sari. Kegiatan ini meliputi dua tahap utama yaitu, pengembangan teknologi sistem pertanian terpadu dan peningkatan sumber daya manusia. Kegiatan pengembangan teknologi ini terdiri atas: (i) identifikasi lokasi kegiatan; (ii) sosialisasi kegiatan di tingkat kelurahan; (iii) implementasi pengembangan teknologi sistem pertanian. Peningkatan sumber daya manusia yang dilakukan adalah: (i) studi banding ke lokasi percontohan pemanfaatan pekarangan; (ii) Pendampingan kegiatan kelompok tani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi sistem pertanian terpadu dengan mengoptimalkan lahan pekarangan dilaksanakan ditingkat kelompok tani Mekar Sari Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen. Pertemuan dengan anggota Kelompok Tani Mekar Sari dilakukan untuk merencanakan kegiatan secara teknis. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan rak, pembuatan media tanam, pelatihan perbenihan tanaman, dan pengelolaan kebun Bibit Desa (KBD).

Kegiatan menata lahan pekarangan dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu lahan dengan kategori sempit dan lahan dengan kategori sedang/luas. Pada lahan sempit daerah penataannya lebih memaksimalkan tanaman dengan yang dikembangkan adalah menggunakan vertikutur (model rak, gantung, tempel, tegak), pot/polybag, tanam langsung dan kolam mini (Ashari et al. 2012).

Luas lahan pekarangan di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen sebagian besar memiliki luas areal sedang berkisar antara 120 – 400m². Dengan komposisi luas lahan ini maka pekarangan rumah yang ada dapat dimanfaatkan untuk menanam berbagai macam tanaman hortikultura di dalam polybag atau wadah pot. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari masyarakat Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono sangat berapresiasi dan memiliki respon positif terhadap lahan pekarangan yang dimanfaatkan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan, ada beberapa alasan masyarakat memanfaatkan lahan pekarangan yang dimiliki yaitu lahan yang ada agar tidak sia-sia, untuk mengisi kekosongan saja, dan mengurangi lahan (tanah) kosong yang akan digarap. Namun dari beberapa alasan tersebut, sebagian besar dari anggota kelompok tani menjawab bahwa alasan mereka memanfaatkan lahan pekarangan tersebut adalah agar lahan tersebut tidak sia-sia dan jika dimanfaatkan dengan baik pasti akan memberikan keuntungan yang besar terutama untuk meningkatkan pendapatan. Besarnya pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut tidak lepas dari bentuk pemanfaatan lahan pekarangan yang dikembangkan dan besarnya modal yang dikeluarkan.

Jika dilihat dari besarnya modal yang dibutuhkan untuk memanfaatkan lahan pekarangan dapat dilihat bahwa rata-rata masyarakat membutuhkan modal yang jumlahnya cukup besar yaitu mulai dari Rp.100.000 sampai > Rp.1.000.000, hal ini tentu sangat berdampak pada besarnya pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut baik itu untuk pendapatan satu kali panen maupun untuk per bulannya. Besarnya penghasilan yang diperoleh dalam satu kali panen/penjualan dari pemanfaatan lahan pekarangan yaitu mulai kurang dari Rp.100.000 sampai lebih dari Rp.1.000.000, hal ini tentu sangat berdampak besarnya pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut.

Rata-rata besarnya tambahan pendapatan yang diperoleh masyarakat dari pemanfaatan lahan pekarangan yaitu mulai dari Rp. < 100.000 sampai > Rp.1.000.000. Pendapatan berupa uang biasanya diperoleh dari penjualan hasil dari pemanfaatan lahan pekarangan yang dikembangkan setelah memanfaatkan lahan pekarangan pendapatan yang diperoleh perbulannya meningkat. Hal ini juga dibuktikan oleh semakin lebih mudah masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari jika dibandingkan dengan sebelum memanfaatkannya setelah memanfaatkan lahan pekarangan masyarakat lebih mudah memenuhi kebutuhan sehari-hari jika dibandingkan dengan sebelum memanfaatkannya, disamping itu juga, masyarakat menggunakan hasil dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut untuk keperluan lainnya, selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, masyarakat juga mempergunakan hasil dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut untuk berbagai keperluan seperti untuk membiayai sekolah anak-anak mereka, untuk mengembangkan usaha yang ada dan memberikan uang jajan anak.

Antusiasme anggota kelompok tani Mekar Sari Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono akan materi yang diberikan terlihat jelas sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 berikut:

Gambar 1. Foto Kegiatan Pelatihan



Evaluasi kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara yaitu membandingkan pengetahuan dan pemahaman warga sebelum dan sesudah kegiatan. Secara umum dapat menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan peserta mengenai Pemanfaatan Lahan Pekarangan dengan Menerapkan Konsep Kawasan Rumah Pangan Lestari di kelompok tani Mekar Sari Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen. Peserta memahami bahwa pemanfaatan lahan pekarangan secara optimal dapat membantu ketahanan pangan keluarga.

Strategi pemberian materi baik waktu maupun tempat terutama penyuluhan di lapangan dirasakan sangat mendukung kegiatan karena peserta mempunyai banyak waktu untuk mengikuti penyuluhan. Beberapa faktor yang dapat mendorong terlaksananya kegiatan pengabdian ini adalah peserta terutama ibu-ibu sangat bersemangat mengkoordinir acara pelatihan. Peserta merupakan anggota kelompok di Kelurahan Majenang, dan memahami mengenai pentingnya pemanfaatan lahan pekarangan melalui penerapan konsep rumah pangan lestari untuk mendukung ketahanan pangan keluarga, selain itu yang tidak kalah penting adalah kerjasama yang baik dari pihak Kelurahan untuk mendukung dalam penyediaan sarana dan mengundang peserta sebagai perwakilan tiap dusun. Faktor yang dapat menjadi penghambat dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah waktu yang singkat dalam setiap materi sehingga tidak seluruh fasilitas dan potensi dapat ditunjukkan oleh peserta. Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah perlunya adanya kegiatan pelatihan pada pemasaran, pengemasan dan sistem pelaporan keuangan terutama terkait dengan memisahkan penghitungan pendapatan yang dihasilkan dari optimalisasi lahan dengan pendapatan pokok keluarga.

KESIMPULAN

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa optimalisasi lahan pekarangan dengan budidaya tanaman hortikultura di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen dapat berjalan dengan baik, petani mampu memaksimalkan pemanfaatan tanaman hortikultura di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen dan petani dapat meningkatkan pendapatan rumah

tangga setelah memanfaatkan optimalisasi lahan pekarangan di Kelurahan Majenang Kecamatan Sukodono Kabupaten Sragen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinis, N. 2009. Pengaruh Program Home Gardening dan Penyuluhan Gizi Terhadap Pemanfaatan Pekarangan dan Konsumsi Pangan Balita. [Tesis], Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/43619/2009naf.pdf?sequence=1>.
- Ashari, Saptana dan Tri Bastuti Purwantini. 2012. Potensi dan Prospek Pemanfaatan Lahan Pekarangan untuk Mendukung Ketahanan Pangan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Volume 30. No. 1. Hal. 13 – 30.
- Chadha, M.L. Ray-yu Yang, Satish K. Sain, C. Triveni, Roohani Pal, M. Ravishankar and T.R. Ghai. 2010. Home Gardens: an Intervention for Improved Health and Nutrition in Selected States of India. Procceding of 28th International Horticultural Congress. Lisboa, August 22-27, 2010
- Dirjen Hortikultura. 2010. Pedoman Umum Pelaksanaan Pengembangan Hortikultura Tahun 2010. Badan Litbang Pertanian.
- Mariyono, J. and Bhattarai, M. 2010. Revitalizing Indonesian Rural Economy Through Intensive Farming of High Value Vegetables. The 10th IRSA International Conference. Surabaya, 28-29 July 2010.
- Mariyono, J. Dibiyantoro, A., Bhattarai, M. 2010. Improved Technologies in Vegetable Production to Support Food Safety and Food Security: A Case of Chili Farming in Central Java. paper presentation of the International Conference on Food Safety and Food Security. 1st-4th December 2010. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
- Rukmana, R. 2009. Bertanam Sayuran di Pekarangan, Cetakan 5 tahun 2009. Penerbit Kanisius Yogyakarta.
- Supriati, Y., dan Herliana, E. 2010. *Bertanam 15 Sayuran Organik dalam Pot*. Penebar Swadaya, Jakarta. 156.

**THE INFLUENCE OF LEADERSHIP, WORK ENVIRONMENT, MOTIVATION AND
DISCIPLINE ON EMPLOYEE PERFORMANCE WITH ORGANIZATIONAL
COMMITMENT AS AN INTERVENING VARIABLE
(A Study on Regional Disaster Management Agency of Klaten Regency)**

**PENGARUH KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI DAN DISIPLIN
TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada BPBD Kabupaten Klaten)**

Mulyanto
Budyo Whisnu Bharoto
STIE "AUB" Surakarta
mulya_center@ymail.com

Abstract

The aim of this research was to test the influences of the leadership, work environment, motivation and discipline on employee performance with organization commitment as intervening variable at Regional Disaster Management Agency (BPBD) of Klaten Regency. Data was collected from 55 officers as a sample. It was collected directly with questionnaires from observation. Analysis tools such as Path analysis with test, F test, determination coefficient test were used in this research. The test also proved that the leadership had positive and significant influence on organization commitment at BPBD of Klaten Regency. Work environment had positive and significant influence on organizational commitment at BPBD of Klaten Regency. Motivation had positive and significant influence on organization commitment at BPBD of Klaten Regency. Discipline had positive and significant influence on organization commitment at BPBD of Klaten Regency. Leadership had positive and significant influence on employee performance at BPBD of Klaten Regency. Work environment had positive and significant influence on employee performance at BPBD of Klaten Regency. The motivation had positive and significant influence on employee performance at BPBD of Klaten Regency. Discipline had positive and significant influence on employee performance at BPBD of Klaten Regency. F test or simultaneous influence of leadership, work environment, motivation, and organizational commitment on employee performance at BPBD of Klaten Regency. Determination test (R^2 test) showed that dependent variable could be cleared by leadership, work environment, motivation, discipline and organizational commitment which were studied using the first and second of equations of double linear regression, producing about 61,1% and 38,9%, could be cleared outside of variable. The result of path analysis showed that the direct influence was higher than indirect influence and leadership was the dominant variable to improve the organization performance. The intervening variable was not effective for increasing performance of officers at BPBD Kabupaten Klaten.

Keywords : leadership, work environment, motivation and discipline, employee performance and organizational commitment.

THE BACKGROUND OF THE PROBLEM

Indonesia is the most disaster-prone country in the world based on the data of United Nations International Strategy for Disaster Reduction (UN-ISDR). The high position is calculated from total people who are in risk of losing their lives in case of a natural disaster. Based on Presidential Decree Number 8 of 2008 there should be a National Board for Disaster Management (BNPB). To facilitate BNPB's work, provinces/regencies/cities across Indonesia are expected to establish Regional Disaster Management Agencies (BPBD).

Therefore, based on the Regional Regulation of Klaten Regency number 51 of 2011, Regional Disaster Management Agency (BPBD) of Klaten Regency was established. BPBD of Klaten Regency support the regional government in managing disasters in Klaten Regency.

As a new agency, BPBD of Klaten Regency should improve the performance of the employees. Not all staffs in BPBD of Klaten Regency have the same understanding of the main tasks and functions (tupoksi) of BPBD of Klaten Regency which require alertness, speed, and accuracy. The rate of budget absorption also shows that BPBD of Klaten Regency hasn't absorbed the budget

correctly, whether the realization percentage at the end of fiscal year or realization progress every quarter. The budget absorption of BPBD since the establishment on February 2012 was as follows:

1. Realization of Budget for Goods up to December 2012 was 93,53%
2. Realization of Budget for Capital up to December 2012 was 47,63%
3. Realization of Budget for Goods up to December 2013 was 92,07%
4. Realization of Budget for Capital up to December 2012 was 97,28%
5. Realization of Budget for Goods up to October 2014 was 17,08%
6. Realization of Budget for Capital up to October 2014 was 5,67%

So, the human resources performance should be improved. BPBD of Klaten Regency should manage the human resources properly, so that the performance will be as expected. Moreover, appropriate human resources management makes the organization more dynamic and develop rapidly. If the human resources is managed properly by considering existing potentials, developing employees' work skills, and using them correctly, BPBD of Klaten Regency will be dynamic, develop rapidly, and have better organizational performance. Therefore, human resources management policy, especially to improve employee performance, should be based on understanding of factors which influence performance, which will then be the basis for make human resources development policies.

High organizational commitment will influence employee performance. BPBD of Klaten Regency should have strong organizational commitment so that they can manage disasters which can occur any time quickly, accurately, and with minimum casualty.

Good leadership will influence performance. Leaders must think, work, and live in openness and togetherness with the subordinates to affect the subordinates' performance. During initial observation of the BPBD of Klaten Regency, there was leadership pattern which didn't influence the subordinates' behaviors due to strict regulations. Preparing and developing programs and tasks were performed seriously if they would be assessed by superiors, whether by supervision or guidance. Generally, this institution needs improvement. The implication of suboptimal human resources performance caused leaders' task and responsibility as motivators, administrators, supervisors and managers in arranging, performing, evaluating and developing tasks and works inhibit the achievement of performance objectives. Therefore, to improve employee performance in BPBD of Klaten Regency there should be effective leadership where superiors are leaders or central figures who drive the institution.

Beside leadership, another factor which influences performance is work environment. Horbert N. Casson, (2006) states that work environment can be defined as an environment which ease and or complicate work. Things which help or inhibit employees include lighting, temperature, ventilation, chairs and desks.

Based on an expert's explanation on work environment above, work environment is classified into 2 (two) which are physical work environment and non-physical work. They must be balanced because both physical and non-physical work environments influence employee performance. To balance them, the management of BPBD of Klaten Regency should be attentive. Thus, a conducive work environment was required to support employee performance so that the work result is optimal.

Another factor which supports improved employee performance was motivation from direct superiors to employees in planning, implementing, and developing work. Factors which influence work motivation are intrinsic factors and extrinsic factors. Intrinsic factors include achievement, self-recognition, work itself and responsibility, and progress and growth. Extrinsic factors include policies from institution head, supervision, interpersonal relation and work condition, as well as proper salary. The components above influence performance. Good motivational factors improved performance. In Herzberg's expectancy theory, it's stated that people will be motivated to do certain behaviors which produce the expected combination of outcome/result. As an institution responsible for disaster management, BPBD of Klaten Regency should have highly disciplin employees so that disasters which can happen any time can be managed quickly and properly.

THEORETICAL BASIS

A. Performance

1. Definition of Performance

There are several views on performance. Although there are many definitions of performance, in this case it's defined as the performance of work productivity of employees

or subordinates. Based on various definitions of performance, it's concluded that performance is the result of one's attempts which is reached using abilities and actions in certain situations. So, performance is the result of the relation between effort, ability and perception of task.

2. Performance Assessment

A good work achievement assessment system should show various external challenges faced by employees, especially those which strongly influence job implementation. It's undeniable that various situations one faces outside of work, such as family issues, financial situation, social responsibilities, and various personal issues, influence one's work achievement. It means a work achievement assessment system should enable employees to reveal their problems. An organization, in this case BPBD of Klaten Regency, should help its members to solve them.

B. Leadership

Based on various definitions, it was concluded that leadership is a process to direct and influence employees to work enthusiastically to reach the objectives of an institution. To make others work with him/her, a leader can use certain authority or known as formal authority. Another concept which is very close to power is *influence*. Influence is a person or a group's social interaction to perform activities consistent with the expectancies of the influencing people or group. Therefore, power can be defined as ability to influence others. The difference between power and influence will make the understanding of this concept clearer. However, authors also often use the concept of influence to explain power and vice versa.

C. Work Environment

Based on expert opinions, it's concluded that work environment in everything around employees when they work, whether physical or nonphysical things which can influence the employees when working. Conducive work environment will make employees safe, comfortable and unsupportive work environment will make employees unsafe and uncomfortable.

D. Work Discipline

From several expert opinions, it's concluded that work discipline is an effort by management to implement or reinforce rules or provisions which must be obeyed by all employees without exception.

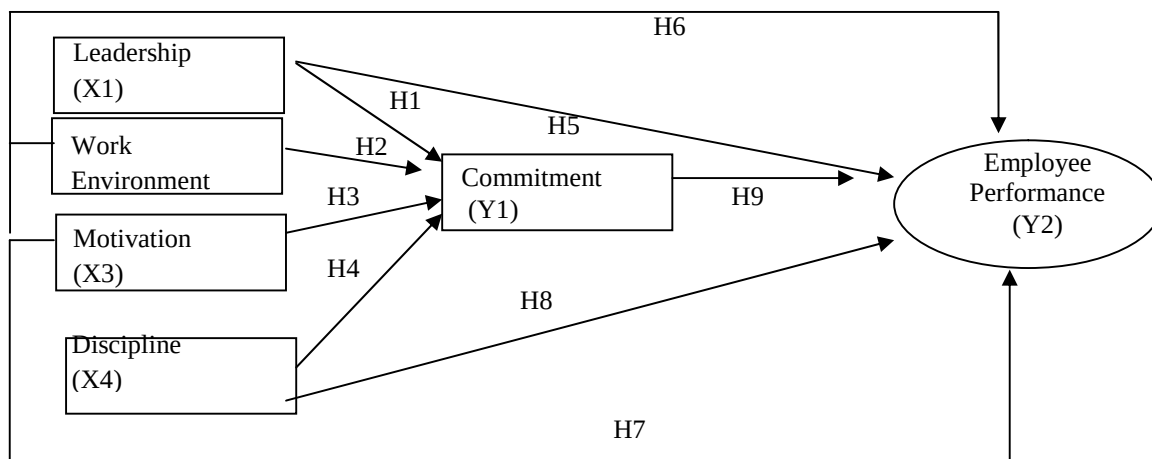
E. Organizational Commitment

Based on several expert opinions, organizational commitment shows the level of confidence and loyalty of an individual to his/her organization or one's intensity to identify him/herself and his/her involvement in his/her organization.

F. Motivation

Motivation is the result of one's interaction with certain situations. In other words, motivation provides new fighting power to the motivated people, so that they perform an activity optimally as expected. So efforts become more maximal because of the push. Martinis Yamin and Maisah (2010: 84) define motivation as energy change inside an individual due to certain changes in the neurophysiological system of human organism. Motivation inside human will form a state like motive inside him/her to do something optimally. The emergence of motive to create spirit to work will help people perform maximally.

Framework



Source : P. Handayani (2010) , Sri Sadono (2008), Widowati (2009), Djumino (2005), Agustina Wulandari (2011)

HYPOTHESIS

- H₁: There is influence of Leadership on Organizational commitment of Employees of BPBD of Klaten Regency.
- H₂: There is influence of Work environment on Organizational commitment of Employees of BPBD of Klaten Regency.
- H₃: There is influence of Motivation on Organizational commitment of Employees of BPBD of Klaten Regency.
- H₄: There is influence of Discipline on Organizational commitment of Employees of BPBD of Klaten Regency.
- H₅: There is influence of Leadership on Employee performance of BPBD of Klaten Regency.
- H₆: There is influence of Work environment on Employee performance of BPBD of Klaten Regency.
- H₇: There is influence of Motivation on on Employee performance of BPBD of Klaten Regency.
- H₈: There is influence of Discipline on on Employee performance of BPBD of Klaten Regency.
- H₉: There is influence of Organizational commitment on Employee performance of BPBD of Klaten Regency.

RESEARCH METHOD

The research objects in this study were employees of Regional Disaster Management Agency of Klaten Regency, while the research location of the office of Regional Disaster Management Agency of Klaten Regency. The sampling technique in this study was population technique. Total sample in this study was 55 respondents who were all employees of BPBD of Klaten Regency. **The data collection techniques were:** Observation, Interview, Questionnaire, and Literature Study

RESULT AND ANALYSIS

4. Direct Influence and Indirect Influence and Total Influence

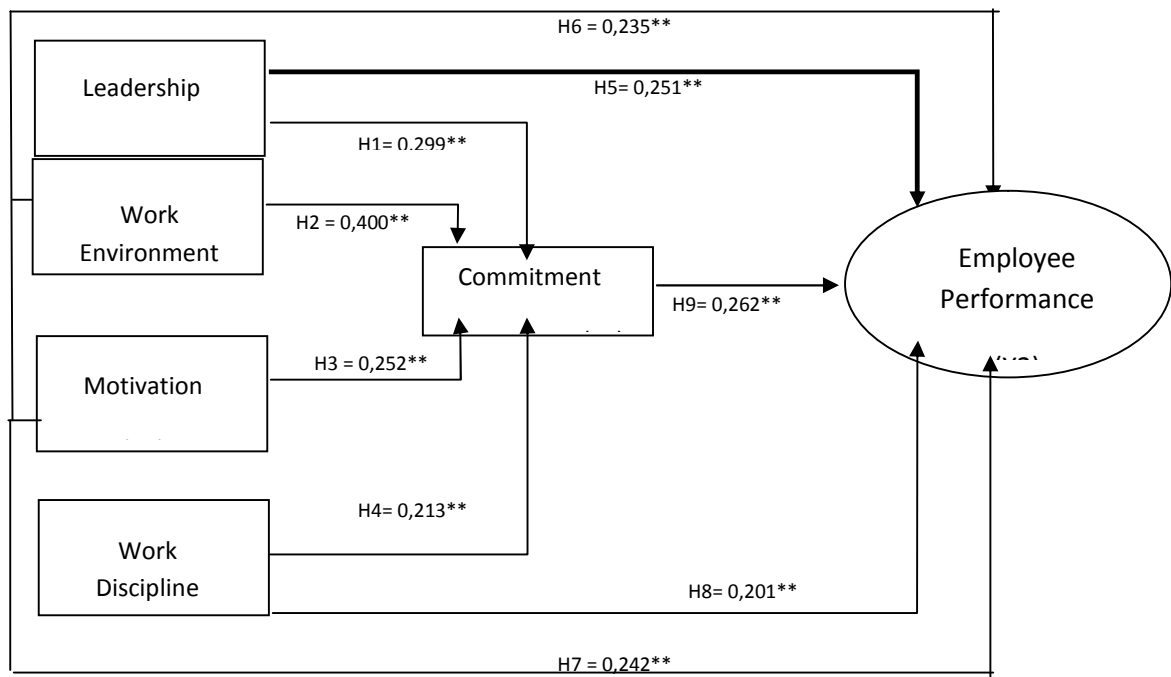


Figure of Result of Path Analysis Table of Result of Path Analysis

No	Relation Direction	Regression		ϵ_1
		Beta	Sig	
1	Leadership → employee organizational commitment	0,299	0,008	0,657
2	Work environment → employee organizational commitment	0,400	0,000	
3	Motivation → employee organizational commitment	0,252	0,036	
4	Work discipline → employee organizational commitment	0,213	0,028	

1	Leadership → Employee performance	0,251	0,021	0,591
2	Work environment → Employee performance	0,235	0,035	
3	Motivation → Employee performance	0,242	0,034	
4	Work discipline → Employee performance	0,201	0,030	
5	Employee organizational commitment → Employee performance	0,262	0,047	

Source: processed data, 2014

The table shows values of regression coefficient in inter-variable relations which can show direct influence and indirect influence and total influence which are presented in the table below:

Table of the Result of Direct Influence, Indirect Influence, and Total Influence

NO	Relation Direction	Direct Influence	Indirect Influence	Total Influence
1	Leadership → Employee performance Leadership → employee organizational commitment → Employee performance	0,251	- = 0,299x 0,262= 0,0783	=0,251+ 0,0783 = 0,3293
NO	Relation Direction	Direct Influence	Indirect Influence	Total Influence
2	Work environment → Employee performance Work environment → employee organizational commitment → Employee performance	0,235	- = 0,400x 0,262= 0,104	=0,235+ 0,104 = 0,3398
3	Motivation → Employee performance Motivation → employee organizational commitment → Employee performance	0,242	- = 0,252 x 0,262= 0,0660	- =0,242+ 0,0660 = 0,3080
4	Work discipline → Employee performance Work discipline → employee organizational commitment → Employee performance	0,201	- = 0,213 x 0,262= 0,0558	- =0,201+ 0,0558 =0,2688

Source: Processed data, 2014

a. Direct Influence

1) Influence of Leadership on Performance

Based on the table above, leadership had significant influence on employee performance, with direct influence value = 0,251.

2) Influence of Work Environment on Employee Performance

Based on the table above, work environment had significant positive influence on employee performance, with direct influence value = 0,235.

3) Influence of Motivation on Employee Performance

Based on the table above, motivation had significant positive influence on employee performance, with direct influence value = 0,242.

4) Influence of Work Discipline on Employee Performance

Based on the table above, work discipline had significant positive influence on employee performance, with direct influence value = 0,201.

b. Indirect Influence

1) Influence of leadership on employee performance through organizational commitment

The table above shows that leadership had significant positive influence on employee organizational commitment with coefficient value of 0,299 and employee organizational commitment had significant positive influence on employee performance with coefficient value of 0,262, so the indirect influence of leadership on employee performance through employee organizational commitment has coefficient of = $0,299 \times 0,262 = 0,0783$

2) Influence of work environment on employee performance through organizational commitment

The table above shows that work environment had significant positive influence on employee organizational commitment with coefficient value of 0,400 and employee organizational commitment had significant positive influence on employee performance with coefficient value of 0,262, so the indirect influence of work environment on employee performance through employee organizational commitment has coefficient of = $0,400 \times 0,262 = 0,104$

3) Influence of motivation on employee performance through organizational commitment

Based on the above, motivation had significant positive influence on employee organizational commitment with coefficient value of 0,252 and employee

organizational commitment had significant positive influence on employee performance with coefficient value of 0,262, so the indirect influence of motivation on employee performance through employee organizational commitment has coefficient of = $0,252 \times 0,262 = 0,0660$

- 4) Influence of work discipline on employee performance through organizational commitment

The table above shows that work discipline had significant positive influence on employee organizational commitment with coefficient value of 0,213 and employee organizational commitment had significant positive influence on employee performance with coefficient value of 0,262, so the indirect influence of work discipline on employee performance through employee organizational commitment has coefficient of = $0,213 \times 0,262 = 0,0558$

c. Total Influence

- 1) Influence of leadership on performance

Direct influence of leadership on employee performance = 0,251 and indirect influence of leadership on employee performance through intervening variable employee organizational commitment = 0,0783, so total influence = $0,251 + 0,0783 = 0,3293$

- 2) Influence of work environment on performance

Direct influence of work environment on employee performance = 0,235 and indirect influence of work environment on employee performance through intervening variable employee organizational commitment = 0,104, so total influence = $0,235 + 0,104 = 0,3398$

- 3) Influence of work motivation on performance

Direct influence of work motivation on employee performance = 0,242 and indirect influence of work motivation on employee performance through intervening variable employee organizational commitment = 0,0660, so total influence = $0,242 + 0,0660 = 0,3080$

- 4) Influence of work discipline on performance

Direct influence of work discipline on employee performance = 0,201 and indirect influence of work discipline on employee performance through intervening variable employee organizational commitment = 0,0558, so total influence = $0,201 + 0,0558 = 0,2688$

5. Role of intervening variable organizational commitment in path analysis

- a. The conclusion of this path analysis was the usage of intervening variable employee organizational commitment to improve employee performance for leadership variable was ineffective, because the direct influence of leadership on employee performance is bigger (0,251) than through intervening variable employee organizational commitment (0,0783). It meant improving employee performance should be done by leadership.
- b. The conclusion of this path analysis was the usage of intervening variable employee organizational commitment to improve employee performance for work environment variable was ineffective, because the direct influence of work environment is bigger (0,235) than through intervening variable employee organizational commitment (0,104). It meant improving employee performance should be done by improving work environment.

Table of Result of Calculation of Regression effect of Mediation

NO	Relation Direction	Direct Influence	Indirect Influence	Total Influence
1	Leadership → Employee performance Leadership → employee organizational commitment → Employee performance	0,251	- = 0,299x 0,262= 0,0783	 =0,251+ 0,0783 = 0,3293
2	Work environment → Employee performance Work environment → employee organizational commitment → Employee performance	0,235	- = 0,400x 0,262= 0,104	 =0,235+ 0,104 = 0,3398
3	Motivation → Employee performance Motivation → employee organizational commitment → Employee performance	0,242	- = 0,252 x 0,262= 0,0660	 - =0,242+ 0,0660 = 0,3080
4	Work discipline → Employee performance Work discipline → employee organizational commitment → Employee performance	0,201	- = 0,213 x 0,262= 0,0558	 - =0,201+ 0,0558 =0,2688

The usage of intervening variable employee organizational commitment to improve employee performance for motivation variable was ineffective because the direct influence of motivation on employee performance is bigger (0,242) than through intervening variable employee organizational commitment (0,0660). It meant improving employee performance should be done by improving motivation. It meant that to improve employee performance, factors which influence motivation should be noted. Motivation is the most dominant influence on improved employee performance because it had the highest regression coefficient than the others. So to improve employee performance, motivation should be improved.

The usage of intervening variable employee organizational commitment to improve employee performance for work discipline variable was ineffective because the direct influence of work discipline on employee performance is bigger (0,201) than through intervening variable employee organizational commitment 0,0558. It meant that employee performance shouldn't be improved through intervening variable employee organizational commitment but directly through work discipline, meaning to improve employee performance, factors which influence work discipline should be noted.

Managerial Implication

Based on the hypothesis test above, the following should be implemented:

- 1) Influence of Leadership on Performance
 - a) The head of BPBD of Klaten Regency should provide more opportunity to communicate directly with the employees.
 - b) The head of BPBD of Klaten Regency should improve comprehensive understanding on his/her tasks.
 - c) Every action taken by the head of BPBD of Klaten Regency should be more effective and efficient in finishing work.
 - d) The head of BPBD of Klaten Regency should utilize all potentials in the scope of work of the employees to finish work optimally.
- 2) Influence of Work Environment on Performance
 - a) Improving the quality of work communication to be more effective and support employee performance
 - b) Providing and improving the quality of working facilities to be more complete and provide comfort when employees work.

- c) Improving the quality of employees' relationship with leaders and other employees in the office.
- d) The institution must set clear work target so the employees should finish work based on the preset objective.
- 3) Influence of Motivation on Performance
 - a) Paying attention to salary or wage adequacy compared with responsibilities and ability to meet daily needs.
 - b) Providing opportunities to employees to get extra income based on their work responsibilities.
 - c) Providing the same opportunities to all employees to improve work and career in the company.
 - d) Giving recognition for every achievement by employees to improve performance.
- 4) Influence of Work Discipline of Performance
 - a) The head of BPBD of Klaten Regency should give clear targets and emphasize performing work based on the responsibility of each employee.
 - b) Giving tasks and responsibilities based on employees' skills.
 - c) The head of BPBD of Klaten Regency and leaders set an example by finishing their works and tasks on time.
 - d) Supervising, such as checking employees' attendance.
 - e) Directing employees to obey rules.
- 5) Influence of Organizational Commitment of Performance
 - a) Increasing loyalty to work.
 - b) Increasing desire to help solve every problem faced by BPBD Office of Klaten Regency consistent with employees' tasks and responsibilities.
 - c) Increasing seriousness in performing employees' tasks and responsibilities.

BIBLIOGRAPHY

- Agus Suparno, 2009, *Pengaruh Leadership Dan Work discipline Terhadap Kinerja Kepala Sekolah Dasar dengan Motivation Sebagai Variabel Intervening. Pada UPT Dinas P & K Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen*, Tesis. STIE AUB, Surakarta
- Agustina Wulandari, 2011, "Pengaruh Leadership dan Motivation Terhadap Employee performance Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening pada Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Klaten". Tidak dipublikasikan. STIE AUB Surakarta
- Arikunto, 2000, *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta
- Aritonang, Keke.T. 2005. *Kompensasi Kerja, Work discipline Guru Dan Kinerja Guru SMP Kristen BPK PENABUR. Jurnal Pendidikan Penabur*. No 4. Th IV. Jakarta.
- Coryanata. 2004. *Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Hubungan antara Partisipasi Anggaran dengan Kinerja Manajerial*. *Jurnal Manajemen*, 2004; no 1
- Danim, Sudarwan., 2004. *Inovasi Pendidikan*. CV. Pustaka Setia, Bandung
- Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo, 2000, *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Hakim, Abdul. 2006. *Analisis Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi Dan Iklim Organisasi Terhadap Employee performance Pada Dinas Perhubungan Dan Telekomunikasi Provinsi Jawa Tengah*. *JRBI*. Vol 2. No 2. Hal: 165-180.
- Hasibuan, 2001, cetakan 2010 *Dasar - Dasar Organisasi dan Manajemen*, Liberty, Yogyakarta
- Herberg & Buchari, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, PT. Alfabeta
- Irawan, 2006, *Metode Penelitian Sosial : Suatu Teknik Penelitian Bidang Ilmu Kesejahteraan*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya
- Juanim, 2004, *Metode Riset untuk Bisnis*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Kuncoro, M, 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis ?*. Erlangga, Jakarta

- Luther, Rick (2005), *Description of Leadership into Equal Performance between Individuals need and Organization Goal*. Journal of Small Business Management
- Mathis, Robert L. dan Jackson, John H. 2009. *Human Resource Management : Manajemen Sumber Daya Manusia*. Salemba Empat: Jakarta.
- Nachrowi, 2006, Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika, LPFE UI, Jakarta
- Rivai, Veithzal. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. PT RAJA GRAFINDO PERSADA. Jakarta
- Robbins, Stephen. P. 2006. *Perilaku organisasi*. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks Kelompok GRAMEDIA. Jakarta.
- Samsudin, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan satu, Bandung, Pustaka Setia
- Santosa, 2001, *Statistik Multivariat*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo
- Sarwono, 2007, *Statistik*, Penerbit PT. Pustaka Binawan Pressindo. Jakarta
- Sarwoto, 2000, *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*, Liberty, Yogyakarta
- Simamora, 2004, *Dasar-Dasar Manajemen*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Siagian, Sondang P. 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta
- Sjafri Mangkuprawira, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sugiyono, 2009, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta
- Veithzal Rivai & Ahmad Fawzi Mohd. Basri, 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Ghalia Indonesia

**ANALYSIS of FACTORS AFFECTING PERFORMANCE of ACCOUNTING
INFORMATION SYSTEM at STATE HOSPITALS in SEMARANG CITY**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI PADA RUMAH SAKIT NEGERI DI KOTA SEMARANG**

Iin Indarti 1)

Nurdhiana 2)

Tjandra Tirtono 3)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala

Jalan Sriwijaya No. 32&36 Semarang 50242

Email: iinindarti91@gmail.com

Abstract

This study aimed to determine the factors that affect the Performance of Accounting Information System at the State Hospitals in Semarang City. The Population and Sample used were 84 users of Accounting Information System. The sampling technique used was the census. The analysis tool was multiple linier regression, besides tested Validity, Reability Test and Classic Assumption Tests. The results showed that the Participation of Accounting Information System Users and Capabilities of Personal Accounting Information System had no effect and not significant on Performance of Accounting Information Systems. While Top Management Support, Formalization of Accounting Information System Development and Education and Training Program had positive and significant effect on Performance of Accounting Information System. Participation Users, Capabilities of Personal Accounting Information System, Top Management Support, Formalization of Accounting Information System Development and Education and Training Program simultaneously influenced positively and significantly Performance of Accounting Information System.

Keywords: *Participation Users, Capabilities of Personal Accounting Information System, Top Management Support, Formalization of Accounting Information System Development and Education and Training Program*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kinerja Sistem Informasi Akuntansi pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang. Populasi dan sampel yang digunakan sebanyak 84 orang pemakai Sistem Informasi Akuntansi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus. Alat analisa regresi linier berganda, selain itu dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partisipasi Pemakai Sistem Informasi Akuntansi dan Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. Sedangkan Dukungan Manajemen Puncak, Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi dan Program Pendidikan dan Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi. Partisipasi Pemakai, Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Manajemen Puncak, Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi dan Program Pendidikan Dan Pelatihan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi.

Kata Kunci: Partisipasi Pemakai, Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Manajemen Puncak, Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi, Program Pendidikan Dan Pelatihan

PENDAHULUAN

Proses pengembangan Sistem Informasi Akuntansi seringkali mengalami hambatan dan menjadi permasalahan serius bagi manajemen. Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan adanya faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi dalam perusahaan. Oleh karena adanya kendala dan hambatan yang sering dihadapi dan besarnya resiko kegagalan yang ditanggung perusahaan merupakan hal yang penting untuk memahami bagaimana Sistem Informasi Akuntansi dikatakan berhasil.

Pengembangan suatu Sistem Informasi Akuntansi bukanlah suatu proses yang mudah, sebab sistem informasi harus didesain, diimplementasikan, dan digunakan dengan tepat. Namun pada kenyataannya, walaupun Sistem Informasi Akuntansi berperan penting dalam meningkatkan kinerja

perusahaan, dalam proses pengembangannya seringkali mengalami hambatan dan menjadi permasalahan serius bagi manajemen. Investasi yang besar dalam teknologi informasi meningkatkan tekanan terhadap manajemen untuk menyesuaikan pengeluaran dengan nilai bisnis dari teknologi informasi, belum lagi resiko kegagalan dalam pengembangan dan implementasi sistem baru.

Menurut Baridwan (2002:4), sistem informasi akuntansi adalah formulir-formulir, catatan-catatan, prosedur-prosedur, dan alat-alat yang digunakan untuk mengolah data mengenai usaha suatu kesatuan ekonomis dengan tujuan untuk menghasilkan umpan balik dalam bentuk laporan-laporan yang diperlukan oleh manajemen untuk mengawasi usahanya. Partisipasi pengguna dalam pengembangan SIA dapat diartikan sebagai bentuk keterlibatan mental dan emosi pegawai dalam situasi kelompok yang menggiatkan mereka untuk menyumbang pada tujuan kelompok serta bertanggungjawab di dalam pengembangan SIA. Kemampuan pemakai dalam mengoperasikan sistem informasi yang baru sangat dibutuhkan. Menurut Robbins (2005:45) kemampuan pemakai dapat dilihat dari bagaimana pemakai sistem menjalankan sistem informasi akuntansi yang ada. Dukungan manajemen yang diberikan oleh top manajemen kepada sistem informasi organisasi dapat menjadi suatu faktor yang sangat penting dalam menentukan efektivitas penerimaan sistem informasi dalam organisasi, dan keberhasilan semua kegiatan yang berhubungan dengan sistem informasi (Soegiharto, 2001). Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi, semakin tinggi tingkat formalisasi pengembangan sistem informasi dip perusahaan akan meningkatkan kinerja SIA dikarenakan adanya hubungan yang positif antara formalisasi pengembangan sistem dengan kinerja SIA, menurut Suhartini (2013). Menurut Komara (2005), sebuah organisasi dalam pengembangan sistem informasi akuntansi harus mengusahakan adanya program pendidikan dan pelatihan bagi pemakai sistem informasi akuntansi. Sistem informasi dalam rumah sakit sangat penting. Karena rumah sakit bertujuan untuk melayani masyarakat. Untuk itu, diperlukan informasi yang akurat dalam pengolahan data dan sistem yang ada pada rumah sakit digunakan untuk mempermudah pelayanan terhadap masyarakat. Dari hal tersebut, maka akan dapat diketahui manajemen dari organisasi sudah dilaksanakan dengan baik. Peran sistem informasi dimasyarakat sangatlah penting bahkan vital jadi tak jarang ada oknum-oknum yang memanfaatkan kecanggihan alat yang sedang berkembang untuk kepentingan segerombolan atau sekumpulan orang-orang yang menyalahgunakan manfaat kecanggihan alat yang sedang berkembang untuk tindak kejahatan. penanganan dalam masalah ini sangatlah sulit karena banyaknya factor-faktor yang menghambat dalam penanganan masalah ini jadi semua kembali ke individu masing-masing untuk mempertimbangkan sisi baik dan sisi buruk dalam mau menggunakan suatu alat tertentu.

Menurut Suhartini (2013:49) kinerja sistem informasi akuntansi adalah kepuasan pemakai sistem informasi akuntansi dan pemakaian sistem informasi akuntansi itu sendiri oleh para karyawan departemen akuntansi, keuangan dan perpajakan dalam membantu menyelesaikan pekerjaan mereka untuk mengolah data-data keuangan menjadi informasi akuntansi.

Partisipasi pemakai didefinisikan oleh Barki dan Hartwick (1989) sebagai perilaku-perilaku, penugasan-penugasan dan aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh pemakai atau wakil-wakilnya selama proses pengembangan sistem.

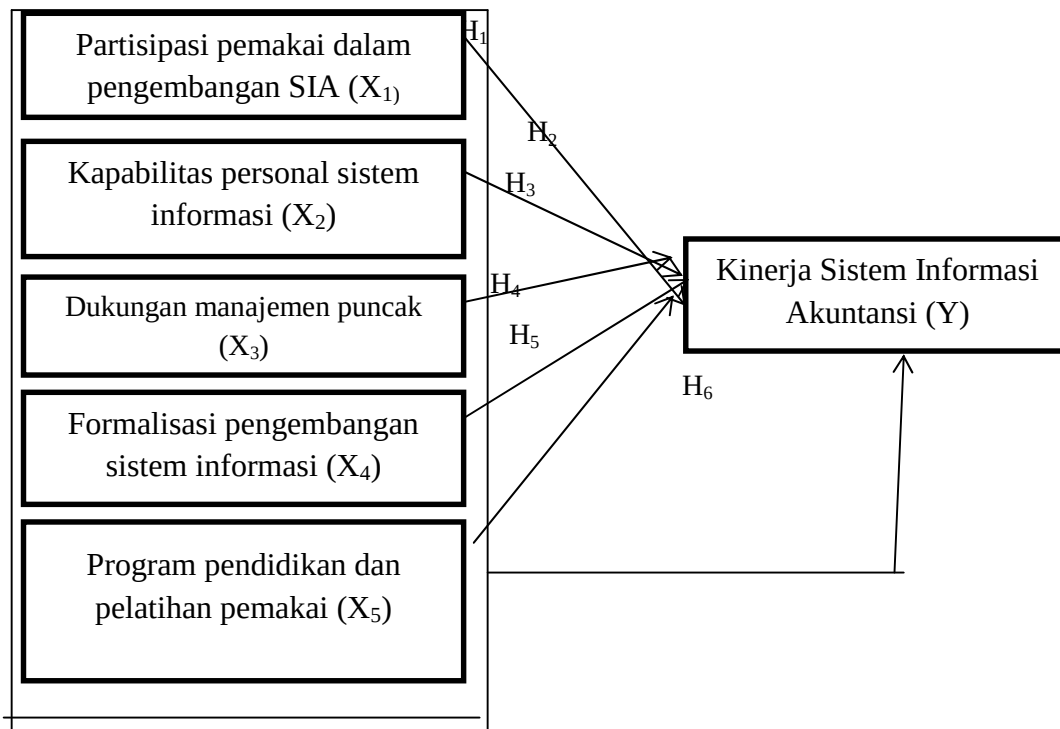
Kapabilitas Personal Sistem Informasi merupakan keahlian, kapabilitas, dan tingkat pengalaman dari seorang pengguna sistem informasi dalam mengoperasikan suatu program guna memenuhi tugas dan kewajibannya, menurut Fein Suwira dan A. Fenyta Dewi (2010).

Dukungan Manajemen Puncak adalah dukungan manajemen yang diberikan oleh top manajemen kepada sistem informasi organisasi dapat menjadi suatu faktor yang sangat penting dalam menentukan efektivitas penerimaan sistem informasi dalam organisasi, dan keberhasilan semua kegiatan yang berhubungan dengan sistem informasi, (Soegiharto, 2001).

Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi yang dipakai dari tiga definisi diatas adalah Formalisasi pengembangan sistem informasi berarti penugasan dalam proses pengembangan sistem yang didokumentasikan secara sistematis dan dikonfirmasi dengan dokumen yang ada, dan akan mempengaruhi keberhasilan penerapan sistem informasi, menurut Ani Hidayati (2009).

Program Pendidikan dan Pelatihan Pemakai yang dipakai dari tiga definisi diatas adalah Menurut Komara (2005), pendidikan dan pelatihan yang tinggi, pengguna bisa mendapatkan kemampuan untuk mengidentifikasi persyaratan informasi mereka dan kesungguhan serta keterbatasan sistem informasi dan kemampuan ini dapat mengarah pada peningkatan kinerja.

Kerangka Teoretis



Gambar 1: Kerangka Teoretis Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri Di Kota Semarang.

Sumber : Sukemi Kamto Sudibyo dan Hedy Kuswanto (2010)

Hipotesis

H₁ = Partisipasi pemakai berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

H₂ = Kapabilitas personil Sistem Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

H₃ = Dukungan manajemen puncak berpengaruh positif signifikan dalam Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

H₄ = Formalisasi pengembangan SI berpengaruh positif signifikan dalam Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

H₅ = Program pelatihan bagi pemakai Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif signifikan dalam Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

H₆ = Partisipasi pemakai dalam pengembangan SIA, kapabilitas personal sistem informasi, dukungan manajemen puncak, formalisasi pengembangan sistem informasi, program pendidikan dan pelatihan pemakai berpengaruh dalam Kinerja Sistem Informasi Akuntansi pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah, menggunakan penelitian survey, tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen) (Indriantoro & Supomo, 1999: 27). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Partisipasi Pemakai (X₁), Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi (X₂), Dukungan Manajemen Puncak (X₃), Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (X₄) dan Program Pendidikan Dan Pelatihan (X₅). Variabel Dependen yaitu Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)

Definisi Operasional

1. Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)

Kinerja sistem informasi akuntansi adalah kepuasan pemakai sistem informasi akuntansi dan pemakaian sistem informasi akuntansi itu sendiri oleh para karyawan departemen akuntansi, keuangan dan perpajakan dalam membantu menyelesaikan pekerjaan mereka untuk mengolah data-data keuangan menjadi informasi akuntansi pada Rumah Sakit Negeri di Kota Semarang, dengan dimensi dan indikator sebagai berikut :

- A. Kepuasan pemakai sistem informasi akuntansi, dengan indikator
 - a. Sistem kemampuan membantu departemen berfungsi dengan baik.
 - b. Sistem penting dalam kesuksesan kinerja departemen.
 - c. Sistem mampu meningkatkan kepuasan kerja.
 - d. Sistem selalu memberikan informasi yang dibutuhkan departemen.
 - e. Sistem didalam aplikasi lain dapat digunakan untuk mengakses informasi guna memenuhi kebutuhan di departemen.
 - f. Senang menggunakan sistem yang ada.
 - g. Dengan sistem yang ada, departemen mampu mengerjakan tugasnya lebih mudah dan efisien.
 - h. Sistem dapat memberikan kontribusi dalam pencapaian tujuan dan misi organisasi.
 - i. Sebagian besar karyawan di departemen tertarik untuk menggunakan sistem yang ada.
- B. Pemakaian sistem informasi akuntansi untuk mengolah data-data keuangan menjadi informasi akuntansi.
 - a. Sistem telah dilengkapi dengan informasi yang akurat dan reliabel.
 - b. Sistem dengan mudah melakukan penyesuaian pada berbagai kondisi baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan informasi sekarang dan dimasa yang akan datang.
 - c. Frekuensi penggunaan sistem informasi.
 - d. Ketersediaan untuk menggunakan sistem informasi.

2. Partisipasi Pemakai Terhadap Sistem Informasi (X₁)

Keterlibatan pengguna dalam pengembangan SIA dapat diartikan sebagai bentuk keterlibatan mental dan emosi pegawai dalam situasi kelompok yang menggiatkan mereka untuk menyumbang pada tujuan kelompok serta bertanggungjawab di dalam pengembangan SIA. Apabila pengguna diberi kesempatan untuk memberikan pendapat dan usulan dalam pengembangan sistem informasi maka pengguna akan merasa bahwa sistem informasi tersebut merupakan tanggung jawabnya, sehingga diharapkan kinerja sistem informasi akan meningkat, dengan indikator sebagai berikut

- a. Pengaruh mental dan emosi pegawai terhadap pengembangan SIA.
- b. Partisipasi pemakai dalam pengembangan SIA.

3. Kapabilitas Personal Sistem Informasi (X₂)

Kapabilitas Personal SI merupakan keahlian, kapabilitas, dan tingkat pengalaman dari seorang pengguna sistem informasi dalam mengoperasikan suatu program guna memenuhi tugas dan kewajibannya. Kapabilitas personal sistem informasi diukur berdasarkan dimensi waktu adalah keahlian, kapabilitas, dan tingkat pengalaman dari seorang pengguna sistem informasi, dengan indikator

- a. Sudah lama menggunakan sistem informasi akuntansi yang ada di departemen.
- b. Sudah mengenal sistem informasi akuntansi yang sebelumnya pernah digunakan di departemen.
- c. Pendidikan menunjang dalam karir sekarang.
- d. Kemampuan yang dimiliki merupakan kemampuan spesialis.
- e. Kemampuan teknik yang dimiliki merupakan kemampuan umum.

4. Dukungan Manajemen Puncak (X₃)

Dukungan manajemen yang diberikan oleh top manajemen kepada sistem informasi organisasi dapat menjadi suatu faktor yang sangat penting dalam menentukan efektivitas penerimaan sistem informasi dalam organisasi, dan keberhasilan semua kegiatan yang berhubungan dengan sistem informasi.

Dukungan manajemen puncak diukur berdasarkan dimensi sebagai berikut :

- a. Sistem informasi organisasi
- b. Menentukan efektivitas penerimaan sistem informasi

Sedangkan indikator dukungan manajemen puncak adalah :

- a. Manajemen puncak mahir menggunakan computer.
- b. Manajemen puncak memiliki harapan yang tinggi terhadap penggunaan sistem informasi.
- c. Manajemen puncak secara aktif terlibat dalam perencanaan operasi sistem informasi.
- d. Manajemen puncak sangat senang akan rating pemakaian sistem informasi dari departemen pemakai.

5. Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi (X_4)

Formalisasi pengembangan sistem informasi berarti penugasan dalam proses pengembangan sistem yang didokumentasikan secara sistematis dan dikonfirmasi dengan dokumen yang ada, dan akan mempengaruhi keberhasilan penerapan sistem informasi

Formalisasi pengembangan sistem informasi diukur berdasarkan dimensi sebagai berikut

- a. Penugasan dalam proses pengembangan sistem yang didokumentasikan secara sistematis dan dikonfirmasi dengan dokumen yang ada
- b. Keberhasilan penerapan SIA

Sedangkan indikator dari formalisasi pengembangan sistem informasi adalah :

- a. Laporan proyek diserahkan kepada manajer departemen sistem informasi.
- b. Dokumentasi pengembangan sistem disiapkan dengan format yang telah distandarisasi.
- c. Teknik dan waktu pencatatan yang harus dilakukan oleh setiap orang, telah disiapkan saat sistem informasi disosialisasikan.
- d. Biaya pengembangan sistem informasi perbagian.
- e. Dilakukannya pengenalan terhadap pengendalian sistem informasi berbasis computer pada pengembangan sistem informasi yang saat ini dipakai.

6. Program Pendidikan dan Pelatihan (X_5)

Menurut Komara (2005), sebuah organisasi dalam pengembangan sistem informasi akuntansi harus mengusahakan adanya program pendidikan dan pelatihan bagi pemakai sistem informasi akuntansi. Karena adanya pendidikan dan pelatihan yang tinggi, pengguna bisa mendapatkan kemampuan untuk mengidentifikasi persyaratan informasi mereka dan kesungguhan serta keterbatasan sistem informasi dan kemampuan ini dapat mengarah pada peningkatan kinerja.

Program pendidikan dan pelatihan diukur berdasarkan dimensi sebagai berikut

Pendidikan dan pelatihan yang tinggi, pengguna bisa mendapatkan kemampuan untuk mengidentifikasi persyaratan informasi mereka dan kesungguhan serta keterbatasan sistem informasi dan kemampuan ini dapat mengarah pada peningkatan kinerja, dengan indikator :

- a. Perusahaan yang ditempati atau departemen yang ditempati penting diadakan program latihan dan pendidikan guna mengajarkan cara pemakaian sistem yang benar kepada staf.
- b. Keuntungan yang didapat dari program pelatihan dan Pendidikan.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah semua bagian yang menggunakan Sistem Informasi Akuntansi di RSUD Tugu, RSUD Klipang, dan RSUD Kariadi Kota Semarang sebanyak 84 orang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sensus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa pertanyaan tertulis (kusioner). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden		b) Pendidikan Responden		c) Jabatan responden	
		Pendidikan Responden	Jumlah	Jabatan Responden	Jumlah
+	Jenis Kelamin				
	Laki-laki			Keuangan	18
	Perempuan			Akuntansi	26
	Jumlah			Pajak	15
				Jumlah	59
		D3	30		
		S1	18		
		S2	11		
		Jumlah	59		

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**Pengujian Koefisien Determinasi**

Tabel 1 Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.778	2.83820

- a. Predictors: (Constant), ProgramPendidikan, PartisipasiPemakai, DukunganManajemen, FormalisasiPengembangan, KapabilitasPersonal
- b. Dependent Variable: KinerjaSIA

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

Dilihat dari tabel 1. besarnya Adjusted R² yaitu 0,778, artinya pengaruh partisipasi pemakai terhadap sistem informasi akuntansi (X₁), kapabilitas personal sistem informasi akuntansi (X₂), dukungan manajemen puncak (X₃), formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X₄), program pendidikan dan pelatihan (X₅), terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) sebesar 77,8%, sedangkan sisanya 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 2 Uji Distribusi t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.779	3.091		3.164	.003
	PartisipasiPemakai	.244	.301	.059	.811	.421
	KapabilitasPersonal	.345	.238	.174	1.453	.152
	DukunganManajemen	1.048	.250	.430	4.192	.000
	FormalisasiPengembangan	.478	.161	.238	2.973	.004
	ProgramPendidikan	.822	.349	.200	2.354	.022

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

Tabel 3. Uji Distribusi F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1677.098	5	335.420	41.639	.000 ^a
	Residual	426.936	53	8.055		
	Total	2104.034	58			

a. Predictors: (Constant), Program Pendidikan, Partisipasi Pemakai, Dukungan Manajemen, Formalisasi Pengembangan, Kapabilitas Personal

b. Dependent Variable: Kinerja SIA

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil perhitungan dan gambar tersebut, dimana $F_{\text{tabel}} = 2,28$; $F_{\text{hitung}} = 41,639$. Berarti $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_{a6} diterima dan H_{o6} ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa partisipasi pemakai terhadap sistem informasi akuntansi (X_1), kapabilitas personal sistem informasi akuntansi (X_2), dukungan manajemen puncak (X_3), formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X_4), program pendidikan dan pelatihan (X_5) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

a. Pengaruh Partisipasi Pemakai (X_1) Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan $t_{\text{hitung}} (0,811) < t_{\text{tabel}} (1,67469)$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,421 > \alpha 0,05$, karena secara parsial $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima artinya bahwa partisipasi pemakai (X_1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

Partisipasi pemakai didefinisikan oleh Barki dan Hartwick (1989) sebagai perilaku-perilaku, penugasan-penugasan dan aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh pemakai atau wakil-wakilnya selama proses pengembangan sistem. Partisipasi pengguna dalam pengembangan SIA dapat diartikan sebagai bentuk keterlibatan mental dan emosi pegawai yang menggiatkan mereka untuk bertanggungjawab di dalam pengembangan SIA.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rizki Respati Prabowo (2013) yang menunjukkan bahwa partisipasi pemakai tidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi, akan tetapi penelitian ini tidak sesuai dengan Suci Siti Nurani (2010) yang menunjukkan bahwa partisipasi pemakai memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi.

b. Pengaruh Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi (X_2) Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan $t_{\text{hitung}} (1,453) < t_{\text{tabel}} (1,67469)$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,152 > \alpha 0,05$, karena secara parsial $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_{a2} ditolak dan H_{o2} diterima artinya bahwa kapabilitas personal sistem informasi akuntansi (X_2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

Kapabilitas Personal SI merupakan keahlian, kapabilitas, dan tingkat pengalaman dari seorang pengguna sistem informasi dalam mengoperasikan suatu program guna memenuhi tugas dan kewajibannya, menurut Fein Suwira dan A. Fenyta Dewi (2010).

Hasil penelitian ini sesuai dengan Suci Siti Nurani (2010) yang menunjukkan bahwa kapabilitas personal sistem informasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi, akan tetapi penelitian ini tidak sesuai dengan Susilatri, Amris Rusli Tanjung, dan Surya Pebrina (2010) yang menunjukkan bahwa kapabilitas personal sistem informasi memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi.

c. Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak (X_3) Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan $t_{\text{hitung}} (4,192) > t_{\text{tabel}} (1,67469)$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, karena secara parsial $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak artinya bahwa dukungan manajemen puncak (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

Menurut Jen (2002), keberhasilan suatu kinerja sistem informasi akuntansi tidak lepas dari dukungan manajemen puncak. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh manajemen puncak akan meningkatkan kinerja sistem informasi akuntansi. Dikarenakan adanya hubungan yang pasti antara dukungan manajemen puncak dalam proses pengembangan dan pengoperasian sistem informasi akuntansi dengan kinerja sistem informasi akuntansi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Rizki Respati Prabowo (2013), Susilatri, Amris Rusli Tanjung, dan Surya Pebrina (2010) dan Suci Siti Nurani (2010) yang menunjukkan bahwa dukungan manajemen puncak memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi.

c. Pengaruh Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (X_4) Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan t hitung (2,973) > t tabel (1,67469) dengan taraf signifikansi sebesar $0,004 < \alpha 0,05$, karena secara parsial t hitung > t tabel, maka H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak artinya bahwa formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

Dalam masalah sistem informasi, hubungan antara formalisasi pengembangan sistem dan keberhasilan SI diusulkan dan diuji secara empiris oleh Lee dan Kim (1992) dan Thayer, et al. (1981) dalam Choe (1996). Keduanya mengusulkan bahwa formalisasi pengembangan sistem mempengaruhi keberhasilan implementasi SI.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Suhartini (2013), yang menunjukkan bahwa formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X_4) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja sistem informasi, akan tetapi hasil ini tidak sesuai dengan Rizki Respati Prabowo (2013) yang menunjukkan bahwa formalisasi pengembangan sistem informasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi.

e. Pengaruh Program Pendidikan Dan Pelatihan (X_5) Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan t hitung (2,354) > t tabel (1,67469) dengan taraf signifikansi sebesar $0,022 < \alpha 0,05$, karena secara parsial t hitung > t tabel, maka H_{a5} diterima dan H_{o5} ditolak artinya bahwa program pendidikan dan pelatihan (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

Program pendidikan dan pelatihan pemakai merupakan usaha secara formal untuk mempelajari lebih mengenai pengetahuan sistem informasi akuntansi meliputi konsep-konsep sistem informasi akuntansi, kemampuan teknis, kemampuan organisasi, dan pengetahuan mengenai produk-produk sistem informasi akuntansi secara spesifik (Choe, 1996).

Hasil penelitian ini sesuai Susilatri, Amris Rusli Tanjung, dan Surya Pebrina (2010), dan Rizki Respati Prabowo (2013) yang menunjukkan bahwa program pendidikan dan pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja sistem informasi. Akan tetapi tidak sesuai dengan Suci Siti Nurani (2010) yang menunjukkan bahwa program pendidikan dan pelatihan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi.

f. Pengaruh Partisipasi Pemakai (X_1), Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi (X_2), Dukungan Manajemen Puncak (X_3), Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (X_4) dan Program Pendidikan Dan Pelatihan (X_5) Secara Bersama-sama Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil olah data penelitian menunjukkan F hitung (41,639) > F tabel (2,28) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, karena secara parsial F hitung > F tabel, maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa pengaruh Partisipasi Pemakai (X_1), Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi (X_2), Dukungan Manajemen Puncak (X_3), Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (X_4) dan Program Pendidikan Dan Pelatihan (X_5) secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

Hasil R Square menunjukkan nilai 0.797 artinya pengaruh partisipasi pemakai terhadap sistem informasi akuntansi (X_1), kapabilitas personal sistem informasi akuntansi (X_2), dukungan manajemen puncak (X_3), formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X_4), program pendidikan dan pelatihan (X_5), terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) secara bersama-sama sebesar 79,7%, sedangkan sisanya 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Suci Siti Nurani (2010) yang menunjukkan bahwa Faktor-faktor kinerja sistem informasi akuntansi seperti keterlibatan pemakai SIA, pelatihan dan pendidikan pemakai, kemampuan pemakai SIA, ukuran organisasi, keberadaan dewan pengarah, dukungan manajemen puncak, dan formalisasi pengembangan SI terhadap kinerja sistem informasi akuntansi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai sistem informasi akuntansi.

Simpulan

- 1) Partisipasi pemakai (X_1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) pada RSUD Ketileng, RSUD Tugu dan RSUP Kariadi Semarang.
- 2) Kapabilitas personal sistem informasi akuntansi (X_2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) pada RSUD Ketileng, RSUD Tugu dan RSUP Kariadi Semarang.
- 3) Dukungan manajemen puncak (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) pada RSUD Ketileng, RSUD Tugu dan RSUP Kariadi Semarang.
- 4) Formalisasi pengembangan sistem informasi akuntansi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) pada RSUD Ketileng, RSUD Tugu dan RSUP Kariadi Semarang.
- 5) Program pendidikan dan pelatihan (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi (Y) pada RSUD Ketileng, RSUD Tugu dan RSUP Kariadi Semarang.
- 6) Partisipasi Pemakai (X_1), Kapabilitas Personal Sistem Informasi Akuntansi (X_2), Dukungan Manajemen Puncak (X_3), Formalisasi Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (X_4) dan Program Pendidikan Dan Pelatihan (X_5) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Lucia Spica & Irmaya Briliantien, 2007, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sistem Informasi Akuntansi pada Bank Umum Pemerintah di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo*".
- Bodnar, George H. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cecilia Srimidarti dan Elen Puspita Sari. 2012. "*Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Ditinjau Dari Kepuasan Pemakai Dan Pemakaian Sistem Informasi Akuntansi Yang Dipengaruhi Oleh Partisipasi, Kemampuan, Pelatihan Dan Pendidikan Pemakai Sistem Informasi Akuntansi*". Fakultas ekonomi. Universitas STIKUBANK Semarang.
- Choe, J.M.,(1996). "*The Relationship Among Performance of Accounting Information Systems, Influence Factor, and Evaluation Level of Information Systems*". Journal of Management Information System/Spring. Vo. 12 No. 4. Pp. 215-239
- De Lone, 1981, "*Small size and Characteristic computer use*" *Management Information System Quarterly*, 5, p.p 65-67
- Doll, W.J., Torkzadeh, G., (1988). "*The Measurement of End-User Computing Satisfaction*". *Quarterly*. Pp. 259-274
- Fung Jen, Tjhai, 2002. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Volume IV No.2
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Update PLS Regresi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hall, J.A. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Komara, Acep, 2005. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Ilmiah*.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Puspitasti, lin, 2007, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sistem informasi akuntansi pasar Swalayan Ada- Semarang*, Undip Digital Library.
- Respati, Rizki Prabowo, Sukirman, Nurhasan Hamidi. 2013. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Umum Kota Surakarta*". JUPE UNS, Vol.2, No.1, Hal 119 S/d 130.

- Suci Siti Nurani. 2010. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Umum Di Wilayah Kota Depok”*
- Suhartini. 2013. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Dalam Administrasi Perkantoran”*. Jurnal Mikrotik ISSN: 2354-7006 Volume 1 No 1, Desember 2013.
- Sukemi Kamto Sudibyo dan Hedy Kuswanto. 2010. *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada PT. BPR Weleri Makmur Jawa Tengah”*
- Susilatri, Amris Rusli Tanjung, dan Surya Pebrina. 2010. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Umum Pemerintah Dikota Pekanbaru”*. Jurnal Ekonomi volume 18, Nomor 2 Juni 2010.
- Zaki, Baridwan. 1985. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: YKPN.

THE FACTORS WHICH INFLUENCE CAPITAL EXPENDITURE
(Empirical study at the districts/cities in Central Java Province in 2011-2015)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BELANJA MODAL
(Studi Empiris pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2011-2015)

Listiyowati

Wenny Ana Adnanti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala

Jalan Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang 50242

Email tiyox_banget@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research was to examine the influence of Local Own Revenue (PAD), General Allocation Fund (DAU), Special Allocation Fund (DAK), Revenue Sharing Fund (DBH), previous year of Regional Financial Independence level, previous year of Regional Financial Effectiveness level and Financing Surplus Budget (SiLPA) on the Capital Expenditure at the districts/cities in the Central Java Province. The study population were 29 districts and 6 cities in Central Java province in 2011-2015, with a sample of 6 districts and 3 cities. The sampling technique used purposive judgment sampling nonprobability. The data analysis technique using multiple linear regressions. The results of this research indicate that Local Own Sources Revenue (PAD) and Special Allocation Fund (DAK) had positive and significant on Capital Expenditure. While, General Allocation Fund (DAU), Special Allocation Fund (DAK), Revenue Sharing Fund (DBH), previous year of Regional Financial Independence level, previous year of Regional Financial Effectiveness level and Financing Surplus Budget (SiLPA) didn't have influence and significant on Capital Expenditure at the districts/cities in the Central Java province, with a significant level of 5% ($\alpha = 0,05$). Local Own Revenue (PAD), General Allocation Fund (DAU), Special Allocation Fund (DAK), Revenue Sharing Fund (DBH), previous year of Regional Financial Independence level, previous year of Regional Financial Effectiveness level and Financing Surplus Budget (SiLPA) simultaneously had influence on Capital Expenditure.

Keywords : Local Own Revenue (PAD), General Allocation Fund (DAU), Special Allocation Fund (DAK), Revenue Sharing Fund (DBH), Capital Expenditure.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), tahun sebelumnya tingkat Kemandirian Keuangan Daerah, tahun sebelumnya Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah dan Anggaran Surplus Pembiayaan (SiLPA) terhadap Belanja Modal di kabupaten / kota di Provinsi Jawa Tengah. Populasi penelitian adalah 29 kabupaten dan 6 kota di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2011-2015, dengan sampel 6 kabupaten dan 3 kota. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive judgment sampling nonprobability. Analisis data teknik menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Capital Expenditure. Sementara, Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), tahun sebelumnya tingkat Kemandirian Keuangan Daerah, tahun sebelumnya tingkat Efektivitas Keuangan Daerah dan Anggaran Surplus Pembiayaan (SiLPA) tidak berpengaruh. dan signifikan pada Belanja Modal kabupaten / kota di provinsi Jawa Tengah, dengan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). PAD, Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), tahun sebelumnya tingkat Kemandirian Keuangan Daerah, tahun sebelumnya tingkat Efektivitas Keuangan Daerah dan Anggaran Surplus Pembiayaan (Siaran Langsung) sekaligus berpengaruh terhadap Capital Expenditure

Kata kunci: Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), Pengeluaran Modal

PENDAHULUAN

Belanja modal menunjukkan rencana jangka panjang dan pembelanjaan atas aset tetap. Belanja modal dapat menunjang kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pelayanan publik dalam membentuk karakter daerah yang mandiri (Mardiasmo, 2009 dalam Novianto dan Hanafiah (2015 : 4)). Pendapatan Asli Daerah merupakan sumber pembiayaan bagi pemerintah daerah dalam

menciptakan infrastruktur daerah, penerimaan PAD didapatkan dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah (Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 tahun 2006). Dana perimbangan yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004 terdiri dari Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus dan Dana Bagi Hasil. Dana Alokasi Umum merupakan dana yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), yang dialokasikan dengan tujuan pemerataan kemampuan keuangan antara daerah untuk membiayai kebutuhan pengeluarannya dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Dana Alokasi Khusus (DAK) adalah dana yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), yang dialokasikan kepada daerah untuk membantu membiayai kegiatan khusus yang merupakan urusan daerah dan prioritas nasional (UU No.33 Tahun 2004). Dana Bagi Hasil (DBH) adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah berdasarkan angka persentase tertentu untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi (UU No.33 Tahun 2004). DBH yang ditransfer pemerintah pusat kepada pemerintah daerah terdiri dari dua jenis yaitu : DBH pajak dan DBH bukan pajak (Sumber Daya Alam).

Tingkat kemandirian keuangan daerah mencerminkan keadaan otonomi suatu daerah yang diukur dengan besarnya PAD terhadap jumlah total pendapatan daerah, sehingga memunculkan permasalahan suatu daerah yang dikatakan mandiri dapat meningkatkan jumlah belanja modal untuk pelayanan publik (Ardhini dan Handayani, 2011). Tingkat efektivitas keuangan daerah bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan pemerintah daerah dalam memobilisasi penerimaan pendapatan sesuai dengan yang ditargetkan (Halim, 2012 dalam Fitri (2013)). Selain tingkat keuangan daerah, indikator lain yang mempengaruhi belanja modal adalah Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA). Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran merupakan suatu indikator yang menggambarkan efisiensi atas pengelolaan anggaran pemerintah. Hal ini didasari bahwa SiLPA hanya akan terbentuk bila terjadi Surplus pada APBD dan sekaligus terjadi Pembiayaan Neto yang positif, dimana komponen Penerimaan lebih besar dari komponen Pengeluaran Pembiayaan (Balai Litbang NTT, 2008).

Jawa Tengah merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang merasakan dampak dari desentralisasi fiskal. Berdasarkan data Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2011-2015 menunjukkan bahwa belanja modal dari seluruh total belanja daerah masih rendah. Darwanto dan Yustikasari (2007) menyatakan bahwa pemanfaatan anggaran belanja seharusnya dialokasikan untuk hal-hal produktif, misalnya untuk pembangunan. Penerimaan pemerintah daerah seharusnya dialokasikan untuk program – program layanan publik. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Fiona, dkk (2016) dan Prastiwi (2016) menemukan hasil bahwa PAD, DBH, dan DAU berpengaruh terhadap Belanja Modal, sedangkan penelitian Metayani (2013) menemukan hasil bahwa PAD dan DAU tidak berpengaruh terhadap belanja modal.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah Pendapatan Asli Daerah (PAD) berpengaruh terhadap Belanja Modal; (2) Dana Alokasi Umum (DAU) berpengaruh terhadap Belanja Modal; (3) Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh terhadap Belanja Modal; (4) Dana Bagi Hasil (DBH) berpengaruh terhadap Belanja Modal; (5) Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya berpengaruh terhadap Belanja Modal; (6) Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) berpengaruh terhadap Belanja Modal. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) secara simultan terhadap Belanja Modal pada Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015.

Tinjauan Pustaka

Belanja Modal. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan, belanja modal merupakan belanja pemerintah daerah yang manfaatnya melebihi satu tahun anggaran dan akan menambah aset atau kekayaan daerah dan selanjutnya akan menambah belanja yang bersifat rutin seperti biaya pemeliharaan pada kelompok belanja administrasi umum. Belanja Modal merupakan belanja yang tidak habis satu tahun atau menghasilkan aset tetap pemerintah. Belanja ini sama dengan belanja modal (*capital expenditures*) didalam akuntansi sektor

swasta. Belanja ini terdiri dari: belanja tanah, peralatan dan mesin, gedung dan bangunan, jalan-irigasi-jaringan dan aset tetap lainnya (Arif 2009: 188).

Belanja Modal = Belanja Tanah + Belanja Peralatan dan Mesin + Belanja Gedung dan Bangunan + Belanja Jalan, Irigasi, dan Jaringan + Belanja Aset Tetap Lainnya.

Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber penerimaan daerah asli yang digali di daerah tersebut untuk digunakan sebagai modal dasar pemerintah daerah dalam membiayai pembangunan dan usaha-usaha daerah untuk memperkecil ketergantungan dana dari pemerintah pusat (Febriana dan Praptoyo, 2015). Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 revisi dari Undang-Undang Nomor 32 tentang Pemerintahan Daerah, salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dapat diperoleh dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) = pajak daerah + retribusi daerah + pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan + Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah.

Dana Alokasi Umum (DAU). Menurut Undang – Undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, yang dimaksud dengan Dana Alokasi Umum (DAU) yaitu dana yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang dialokasikan dengan tujuan pemerataan kemampuan antara daerah untuk membiayai kebutuhan pengeluarannya dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Oleh karena itu Dana Alokasi Umum merupakan instrumen transfer yang ditujukan untuk meminimumkan ketimpangan fiskal antara daerah. Pemerintah pusat memberikan bantuan berupa DAU yang besarnya sekurang-kurangnya 26% dari penerimaan dalam negeri yang ditetapkan dalam APBN. Untuk daerah provinsi menerima sebesar 10% dari DAU yang ditetapkan, sedangkan kabupaten/kota sebesar 90% (Setiayawati dan Hamzah, 2007).

Celah Fiskal = Kebutuhan Fiskal – Kapasitas Fiskal
DAU = Celah Fiskal + Alokasi dasar

Dana Alokasi Khusus (DAK). Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 menyatakan bahwa, Dana Alokasi Khusus (DAK) adalah dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk membantu membiayai kebutuhan tertentu. Dana Alokasi Khusus ditujukan untuk daerah khusus yang terpilih untuk tujuan khusus. Oleh karena itu DAK sering disebut *specific grants*. Alokasi DAK yang didistribusikan oleh pemerintah pusat sepenuhnya merupakan wewenang pusat untuk tujuan khusus. Djalil (2014: 152-154) menyatakan bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) dimaksudkan untuk membantu kegiatan – kegiatan khusus pada daerah tertentu yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional, khususnya untuk membiayai kebutuhan sarana dan prasarana pelayanan dasar masyarakat yang belum mencapai standar tertentu atau untuk mendorong percepatan pembangunan daerah.

Dana Bagi Hasil (DBH). Novianto dan Hanafiah (2015) menyatakan bahwa Dana Bagi Hasil merupakan sumber penerimaan daerah yang berasal dari pendapatan pemerintah pusat yang bersumber dari pajak dan sumber daya alam. Menurut Undang – Undang Nomor 33b Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Daerah, Dana Bagi Hasil adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.

Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahunn Sebelumnya. Kemandirian keuangan daerah menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan yang diperlukan daerah. Rasio kemandirian daerah mencerminkan keadaan

otonomi suatu daerah yang diukur dengan besarnya Pendapatan Asli Daerah terhadap jumlah total pendapatan (Novianto dan Hanafiah, 2015).

Kemandirian = PAD / Total pendapatan Daerah

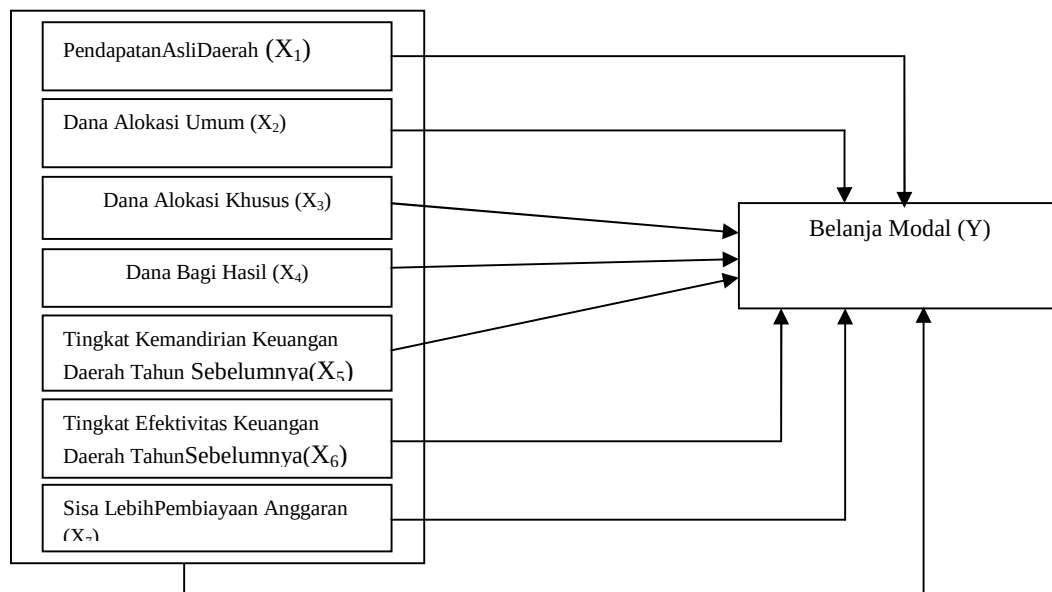
Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya. Tingkat efektifitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan pemerintah dalam memobilisasi penerimaan pendapatan sesuai dengan yang di targetkan. Rasio efektifitas pendapatan dihitung dengan cara membandingkan realisasi pendapatan dengan target penerimaan pendapatan yang dianggarkan (Halim, 2009 dalam Fitri (2013)).

Efektifitas = Realisasi Penerimaan PAD / Target Penerimaan PAD

Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA). Permendagri Nomor 13 tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah menyatakan bahwa, sisa lebih pembiayaan anggaran adalah selisih lebih realisasi penerimaan dan pengeluaran anggaran selama satu periode anggaran. SiLPA tahun anggaran sebelumnya mencakup pelampauan penerimaan PAD, pelampauan penerimaan dana perimbangan, pelampauan penerimaan lain-lain pendapatan daerah yang sah, pelampauan penerimaan pembiayaan, penghematan belanja, kewajiban kepada pihak ketiga sampai dengan akhir tahun belum terselesaikan, dan sisa dana kegiatan lanjutan.

METODE

Dalam Penelitian ini terdapat tiga kerangka teoretis milik Novianto dan Hanafiah (2015), Febriana dan Praptoyo (2015), serta Fitri (2013). Sedangkan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Novianto dan Febriana (2015) dengan kerangka teoretis sebagai berikut:



Gambar 1.1 : Diagram skematis untuk kerangka teoretis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja Modal (Studi Empiris pada Pemerintahan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011-2015).

Populasi dan Sampel. Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006: 121). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2011-2015 yang berjumlah 35 Kabupaten/Kota yang terdiri dari 29 Kabupaten dan 6 Kota. Sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi (Sekaran, 2006: 123). Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, artinya sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang diinginkan peneliti. Kriteria-kriteria tersebut adalah: 1) Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Tengah yang telah memasukkan data Laporan Realisasi APBD di situs Dirjen Perimbangan Keuangan Pemerintah Daerah secara rutin dari tahun 2011 hingga 2015. 2) Kabupaten dan Kota yang melaporkan realisasi

dari sektor Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus, Dana Bagi Hasil, Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran, serta Belanja Modal yang digunakan sebagai bahan penelitian ini.

Berdasarkan kriteria penentuan sampel yang digunakan, maka sampel dalam penelitian ini adalah Kabupaten Blora, Kabupaten Demak, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Kendal, Kabupaten Pati, Kabupaten Tegal, Kota Pekalongan, Kota Surakarta dan Kota Tegal.

Pengujian Hipotesis

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + b_5 \cdot X_5 + b_6 \cdot X_6 + b_7 \cdot X_7$$

Dimana :

$\hat{Y}$ = Belanja Modal

b_0 = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Slope atau koefisien regresi

X_1 = Pendapatan Asli Daerah

X_2 = Dana Alokasi Umum

X_3 = Dana Alokasi Khusus

X_4 = Dana Bagi Hasil

X_5 = Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya

X_6 = Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya

X_7 = Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,90	1,62		-.036	.971
PAD	.595	.202	.467	2.952	.005
DAU	-.008	.066	-.021	-.120	.905
DAK	2.521	.737	.594	3.420	.002
DBH	.694	.693	.152	1.002	.323
TKM	128.97	3,57	.008	.036	.971
TEF	-21.10	1,66	.000	-.001	.999
SiLPA	.007	.059	.015	.122	.904

Sumber : Data Sekunder 2017 yang diolah

Dalam hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 1, maka dapat dibuat persamaan regresi untuk model penelitian ini sebagai berikut :

$$BM = -5,90 + 0.595PAD - 0.008DAU + 2.521DAK + 0.694DBH + 128,97TKM - 21,10TEF + 0.007SILPA$$

Persamaan menunjukkan bahwa belanja modal dipengaruhi oleh PAD, DAU, DAK, DBH, Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan SiLPA. Nilai konstanta b_0 sebesar -5,90 artinya Belanja Modal dianggap konstan, maka rata-rata belanja modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah yang telah diteliti selama lima tahun sebesar 5,90.

Hasil Uji Statistik F

Berdasarkan tabel 2 hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,001 dibawah 0,05 atau F_{hitung} sebesar 4,934 > F_{tabel} sebesar 2,270 yang berarti semua variabel independen yaitu PAD, DAU, DAK, DBH, Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan SiLPA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal pada Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011-2015.

Tabel 2. ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,95E+20	7	2,78E+19	4.934	.001 ^a
Residual	2,09E+20	37	5,64E+18		
Total	4,03E+20	44			

a. Predictors: (Constant), SiLPA, DBH, TEF, PAD, DAK, DAU, TKM

Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,677 ^a	0,458	0,356

Sumber : Data Sekunder 2017 yang diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,356 atau 35,6% yang berarti bahwa variabel belanja modal dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada yaitu PAD, DAU, DAK, DBH, Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan SiLPA. Sisanya 64,4% dipengaruhi variabel lain di luar model.

Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sebesar 2,952 hasil ini lebih besar jika dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikasinya 0,005. Dengan demikian Pendapatan Asli Daerah (PAD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015. Hipotesis 1 bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) berpengaruh positif terhadap Belanja Modal. **Hasil ini menerima hipotesis pertama.**

2. Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa t hitung variabel Dana Alokasi Umum (DAU) sebesar 0,120 hasil ini lebih kecil jika dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikan 0,905. Dengan demikian Dana Alokasi Umum (DAU) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015. Hipotesis 2 bahwa Dana Alokasi Umum (DAU) berpengaruh positif terhadap variabel Belanja Modal. **Hasil penelitian ini menolak hipotesis kedua.**

3. Pengaruh Dana Alokasi Khusus (DAK) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel Dana Alokasi Khusus (DAK) adalah sebesar 3,420 hasil ini lebih besar jika dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikasinya 0,005. Dengan demikian DAK berpengaruh positif signifikan terhadap variabel belanja modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015. Hipotesis 3 bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Belanja Modal. **Hasil ini menerima hipotesis ketiga.**

4. Pengaruh Dana Bagi Hasil (DBH) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa t hitung variabel Dana Bagi Hasil (DBH) adalah sebesar 1,002 hasil ini lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikansi 0,323. Dengan demikian Dana Bagi Hasil (DBH) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015. Hipotesis 4 bahwa Dana Bagi Hasil (DBH) berpengaruh positif terhadap belanja modal. **Hasil ini menolak hipotesis keempat.**

5. Pengaruh Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa t hitung variabel Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya adalah sebesar 0,036 hasil ini lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikansi 0,971. Dengan demikian Tingkat kemandirian keuangan daerah tahun sebelumnya tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 - 2015. Hipotesis 5 bahwa Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun berpengaruh positif terhadap belanja modal. **Hasil penelitian ini menolak hipotesis kelima.**

6. Pengaruh Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui t hitung bahwa variabel Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya adalah sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikansi 0,999. Dengan demikian Tingkat efektivitas keuangan daerah tahun sebelumnya tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/

Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015. Hipotesis 6 bahwa Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya berpengaruh positif terhadap belanja modal. **Hasil penelitian ini menolak hipotesis keenam.**

7. Pengaruh Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan tabel 1 uji statistik t, maka dapat diketahui bahwa t hitung variabel Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) adalah sebesar 0,122 lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 2,0262 dengan tingkat signifikan 0,999. Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011-2015. Hipotesis 7 bahwa Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) berpengaruh positif signifikan terhadap Belanja Modal. **Hasil ini menolak hipotesis ketujuh.**

8. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015

Berdasarkan uji statistik F, maka dapat diketahui bahwa variabel Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel belanja modal. Kondisi ini dibuktikan dengan hasil uji statistik F yang menunjukkan nilai statistik F sebesar 4,934 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 pada $\alpha = 0.05$. Besarnya nilai *Adjusted R²* sebesar 0,356, menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan

variabel terikat dipengaruhi sebesar 35,6% dan sisanya 64,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hipotesis 8 bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Dana Bagi Hasil (DBH), Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya, Tingkat Efektivitas Keuangan Daerah Tahun Sebelumnya dan Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Belanja Modal Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2011 – 2015. **Hasil penelitian ini menerima hipotesis kedelapan.**

SIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempunyai pengaruh dan yang tidak berpengaruh terhadap belanja modal daerah. Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap belanja modal. Sedangkan Dana Bagi Hasil, Tingkat Kemandirian, Tingkat Efektifitas dan SILPA tidak mempunyai pengaruh terhadap belanja modal. Fokus pada variabel yang tidak berpengaruh terhadap belanja modal maka pemerintah daerah harus mampu meningkatkan tingkat kemandirian, tingkat efektifitas dan SILPA sehingga memberikan hasil positif terhadap kinerja pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhini dan Handayani. 2011. “ Pengaruh Rasio Keuangan Daerah Terhadap Belanja Modal untuk Pelayanan Publik Dalam Perspektif Teori Keagenan pada Pemerintah Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah ”. Jurnal Univesitas Diponegoro : Semarang.
- Darwanto dan Yulia Yustikasari. (2007). “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Alokasi Umum Terhadap Pengalokasian Belanja Modal ”. Simposium Nasional Akuntansi X, Universitas Hasanudin Makasar 26 – 27 Juli 2007.
- Djalil, Rizal. 2014. Akuntabilitas Keuangan Daerah. Penerbit Rmbooks : Jakarta.
- Febriana, Imas Sherli dan Sugeng Praptoyo. 2015. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja Modal Pada Provinsi Jawa Timur”. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol.4 No. 9 tahun 2015.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate denganprogram IBM SPSS 21*. Semarang : UniversitasDiponegoro.
- Halim, Abdul. 2012. Seri Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah, Pengelolaan Keuangan Daerah. Edisi 3. UPP STIM YKPN : Yogyakarta.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis / Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Novianto, Riko dan Rafiudin Hanafiah. 2015. “ Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan Kinerja Keuangan terhadap Alokasi Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Barat ”.Jurnal Ekonomi.Vol.4 No.1 Januari-Juni 2015. ISSN: 2302-7169.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 Tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- Sekaran, Uma. 2006. Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiyawati, Anis dan Hamzah, Ardi. 2007. “AnalisisPengaruh PAD, DAU, DAK, dan Belanja Pembangunan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Kemiskinan, dan Pengangguran : Pendekatan Analisis Jalur”. JurnalAkuntansidanKeuangan Indonesia Desember 2007, Vol.4, No. 2, hal.211-228.UniversitasTrunojoyo.
- Sugiyanta. 2016. “Analisis Belanja Modal dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia tahun 2011-2013 ”.Jurnal Akuntansi Universitas Jember – Vol. 14 No. 1 Juni 2016.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

KAJIAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) UNDERPRICING DI INDONESIA

Purwanto*, Sari Widati dan Ardian Prima Putra

Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

anto.c412@gmail.com, softflwerkyanina@gmail.com dan ardian.putura@gmail.com

Abstract

Underpricing is still a problem that is often faced by a company on Initial Public Offering (IPO) activities. The impact of underpricing is funds that can be obtained by the company not maximum. This study aims to examine the factors that affect the level of company underpricing. This study focuses on financial and non-financial factors consisting of underwriter reputation, auditor reputation, firm size, financial leverage, return on assets (ROA) and return on equity (ROE). This research is an ex post facto research using cross-sectional time study dimension. The population in this study are all companies that conduct Initial Public Offering (IPO) in Indonesian Stock Exchange (IDX) during the period of 2009-2015. This research uses purposive sampling technique. Analyzer used is multiple linear regression. The results showed that underwriter reputation, auditor reputation, financial leverage, ROA and ROE had negative effect on IPO underpricing.

Keywords : *IPO Underpricing, financial factor, non financial factor*

PENDAHULUAN

Initial Public Offering (IPO) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka penawaran saham yang baru kepada masyarakat (Brigham dan Houston, 2010). Permasalahan yang sering dihadapi sebuah perusahaan pada kegiatan *Initial Public Offering (IPO)* adalah terjadinya *underpricing*. Hal ini ditandai dengan rendahnya harga saham pada waktu penawaran perdana bila dibandingkan harga saham pada saat diperdagangkan di bursa efek. *Underpricing* merupakan selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO. *Underpricing* adalah fenomena yang umum dan sering terjadi di pasar modal manapun saat emiten melakukan IPO. Fenomena ini terjadi hampir di semua negara termasuk di Indonesia. Dengan adanya *underpricing* akan merugikan perusahaan yang *go public*, karena dana yang diperoleh tidak maksimum.

Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada saat *Initial Public Offering (IPO)* telah banyak dilakukan, antara lain Freybote, Rottke dan Schiereck (2008); Yoga (2010); dan Martani, Sinaga dan Syahroza (2012), namun hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa hubungan antara *underpricing* dan faktor-faktor yang mempengaruhi masih sangat beragam. Ritter dan Welch (2002) mengungkapkan bahwa *underpricing* disebabkan oleh adanya asimetri informasi. Asimetri informasi dapat terjadi antara emiten dan *underwriter*, maupun antar investor. Penentuan harga saham perdana ditentukan oleh kesepakatan antara emiten dan *underwriter* karena tidak ada ukuran yang dapat dijadikan dasar pertimbangan, selain itu saham tersebut belum pernah diperdagangkan di pasar.

Penelitian lanjutan tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing* masih perlu dilakukan sebagai upaya untuk menguji validitas eksternal penelitian terdahulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *Initial Public Offering (IPO) underpricing* perusahaan di Indonesia dengan menggunakan periode tahun 2009-2015. Penelitian ini menitikberatkan pada faktor keuangan dan non keuangan yang terdiri dari reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, *financial leverage*, *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. *Initial Public Offering (IPO)*

Initial Public Offering (IPO) merupakan kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan dalam rangka penjualan saham perdana (Ross et al, 2015). *Go Public* ditujukan untuk perusahaan sedangkan IPO ditujukan untuk kegiatan dalam rangka melakukan penawaran umum penjualan saham perdana. Perusahaan yang *go public* dapat merasakan berbagai manfaat, yaitu manfaat finansial dan nonfinansial.

2. Teori-Teori dalam IPO Underpricing

Teori-teori yang menjelaskan tentang harga saham IPO yang mengalami *underpricing* dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Teori *Life Cycle*

Menurut Ritter dan Welch (2002), sebab perusahaan melakukan IPO adalah karena adanya keinginan untuk menaikkan modal, menciptakan pasar publik agar suatu ketika pemegang saham dapat mengkonversikan sahamnya ke dalam bentuk tunai serta meningkatkan publikasi.

b. *Signalling Theory*

Menurut Rahmawati (2007), penggunaan sinyal positif secara efektif dapat mengurangi tingkat ketidakpastian yang dihadapi investor, sehingga investor dapat membedakan kualitas perusahaan yang baik dan buruk. Morris dalam Rahmawati (2007) menggambarkan teori Signaling sebagai berikut; penjual (*underwriter* dan emiten) di pasar mempunyai informasi yang lebih baik dibanding pembeli (*investor*).

3. **Tingkat *Underpricing***

Caster dan Manaster (1990) menjelaskan bahwa *underpricing* adalah hasil dari ketidakpastian harga saham pada pasar perdana. Fenomena *underpricing* terjadi karena adanya *mispriced* di pasar perdana sebagai akibat adanya ketidakseimbangan informasi antara pihak *underwriter* dengan pihak emiten, biasanya disebut *asymmetry informasi*. Kondisi *asymmetry informasi* inilah yang menyebabkan terjadinya *underpricing*, dimana *underwriter* merupakan pihak yang memiliki banyak informasi dan menggunakan ketidaktahuan emiten untuk memperkecil resiko. Jadi, para emiten perlu mengetahui situasi pasar sebenarnya agar pada saat IPO, harga saham perusahaan tidak mengalami *underpricing*.

Adanya initial return atau *underpricing* berarti saham yang dibeli dengan harga tertentu di pasar perdana, akan menjadikan investor mendapat keuntungan bila saham itu dijual di pasar sekunder dengan harga yang lebih tinggi. *Underpricing* adalah suatu keadaan dimana harga saham pada saat penawaran perdana lebih rendah dibandingkan ketika diperdagangkan di pasar sekunder. Menurut Kunz dan Aggarwal (1994) rumus *underpricing* adalah sebagai berikut :

Underpricing = Harga penutupan hari pertama di pasar sekunder – Harga Penawaran Perdana

4. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing***

Fenomena terjadinya *underpricing* dijumpai hampir pada semua pasar modal yang ada di dunia. Setidaknya ada beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing*, yaitu :

a. **Reputasi *Underwriter***

Reputasi *underwriter* dapat digunakan sebagai sinyal (Carter dan Manaster, 1990). Emiten dan *underwriter* merupakan pihak yang menentukan harga saham saat IPO. *Underwriter* merupakan pihak yang mengetahui atau memiliki banyak informasi pasar modal, sedangkan emiten merupakan pihak yang tidak mengetahui pasar modal. Dalam proses IPO, *underwriter* bertanggung jawab atas terjualnya saham.

Reputasi *underwriter* dapat digunakan sebagai sinyal (Carter dan Manaster, 1990). Emiten dan *underwriter* merupakan pihak yang menentukan harga saham saat IPO. Semakin bagus reputasi *underwriter* maka semakin rendah *underpricing*. Dengan demikian, dapat dikembangkan hipotesis yang pertama, yaitu:

H₁ : Ada pengaruh negatif reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*

b. **Reputasi Auditor**

Perusahaan yang akan melakukan IPO akan memilih KAP yang memiliki reputasi yang baik. Balvers dan Miller (1988) mengungkapkan bahwa investment banker yang memiliki reputasi tinggi akan menggunakan auditor yang mempunyai reputasi tinggi pula. Menurut Balver dan Miller (1988), Investment banker dan auditor yang memiliki reputasi akan mengurangi *underpricing*. Beatty dan Ritter (1986) mengemukakan bahwa terdapat hubungan negatif antara reputasi auditor dengan initial return.

Yoga (2010) menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing*. Auditor yang memiliki reputasi tinggi dapat digunakan sebagai tanda atau petunjuk terhadap kualitas perusahaan emiten.. Dengan demikian, dapat dikembangkan hipotesis yang kedua, yaitu:

H₂ : Ada pengaruh negatif reputasi auditor terhadap *underpricing*

c. **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai *proxy* tingkat ketidakpastian saham. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan berskala kecil. Menurut Ardiansyah (2004), tingkat ketidakpastian yang akan dihadapi oleh calon investor

mengenai masa depan perusahaan emiten dapat diperkecil apabila informasi yang diperolehnya banyak

Menurut Durukan (2002), ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* yang dihasilkan. Demikian pula hasil penelitian Yolana dan Martani (2005) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*. Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aset perusahaan akan mengindikasikan semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Aset perusahaan yang besar akan memberikan sinyal bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek.

Amelia dan Saftiana (2007), Martani, Sinaga dan Syahroza (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Dengan demikian, dapat dikembangkan hipotesis yang ketiga, yaitu:

H₃ : Ada pengaruh negatif ukuran perusahaan terhadap *underpricing*

d. Financial Leverage

Financial leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dengan *equity* yang dimilikinya. Apabila *financial ratio* tinggi, menunjukkan risiko suatu perusahaan tinggi pula. Para investor dalam melakukan keputusan investasi tentu akan mempertimbangkan informasi *financial ratio*.

Menurut Yoga (2010), adanya hubungan negatif dan signifikan antara *financial leverage* dengan *underpricing*. Sedangkan Ardiansyah (2004), Amelia dan Saftiana (2007) menyatakan bahwa *financial leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Oleh karena itu, dikembangkan hipotesis sebagai berikut.

H₄: Ada pengaruh negatif *financial leverage* terhadap *underpricing*

e. Return on Asset (ROA)

Tingkat profitabilitas merupakan informasi tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan. Informasi ini akan memberikan informasi kepada pihak luar mengenai efektivitas operasional perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mengurangi ketidakpastian IPO sehingga mengurangi tingkat *underpricing*. Untuk mengukur profitabilitas digunakan *Return on Assets* (ROA).

Menurut Yoga (2010), ROA berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Namun Ardiansyah (2004) menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Oleh karena itu, dikembangkan hipotesis sebagai berikut.

H₅: Ada pengaruh negatif *return on assets* (ROA) terhadap *underpricing*

f. Return on Equity (ROE)

Menurut Kim, Krinsky dan Lee (1993), profitabilitas perusahaan dapat memberikan informasi kepada pihak luar perusahaan mengenai efektifitas operasional perusahaan, dimana profitabilitas yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas ini diukur melalui perbandingan antara laba bersih yang dihasilkan dengan total *equitas* atau modal sendiri (ROE). Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mengurangi ketidakpastian IPO sehingga mengurangi tingkat *underpricing*. Untuk mengukur profitabilitas digunakan *Rate of Return on Equity* (ROE).

Menurut Amelia dan Saftiana (2007), Martani, Sinaga dan Syahroza (2012) ROE tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Oleh karena itu, disusun hipotesis sebagai berikut.

H₆: Ada pengaruh negatif *return on equity* (ROE) terhadap *underpricing*

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian *correlational study*, mengacu Sugiyono (2013). Peneliti mencoba untuk melihat pengaruh faktor-faktor *corporate governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian *ekspos facto* (kausal komparatif) dengan menggunakan dimensi waktu *cross sectional study*, yaitu penelitian yang mengumpulkan data-data hanya dilakukan sekali dalam satu periode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Penulis hanya mengambil data sekali dalam penelitian ini yaitu periode waktu 1 Januari 2009 sampai 31 Desember 2015.

B. Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2009-2015 yang ditelusuri dari IDX Fact Book. Sampel pada penelitian ini diambil dengan *non probability sampling* mengacu Sugiyono (2013), sehingga tidak setiap elemen populasi memiliki kesempatan/mempunyai probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut :

1. Sampel merupakan perusahaan-perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) dan listing di BEI periode 1 Januari 2009 sampai 31 Desember 2015.
2. Perusahaan memiliki laporan keuangan yang mencantumkan data-data reputasi underwriter, reputasi auditor, ukuran perusahaan, *financial leverage*, ROA & ROE.
3. Saham perusahaan tersebut mengalami *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dari syarat-syarat diatas didapatkan hasil seperti pada tabel 1, sebagai berikut :

Tabel 1.

Data perusahaan yang dijadikan sampel penelitian

Keterangan	Jumlah
1. Perusahaan yang melakukan IPO IPO Periode 1 Januari 2009 sampai 31 Desember 2015	151
2. Perusahaan yang harga saham perdananya tidak mengalami underpricing	(26)
3. Perusahaan yang mengalami underpricing	125
4. Perusahaan dengan data outlier	(7)
5. Perusahaan yang terpilih sebagai sampel	118

D. Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yang terdiri dari :

1. Data Perusahaan yang melakukan IPO pada periode tahun 2009-2015. Data ini dapat diperoleh dari prospektus, IDX Fact Book, IDX Statistic dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).
2. Data harga pembukaan dan penutupan saham perdana (IPO), *underwriter* maupun auditor diperoleh dari *Fact Book* berbagai edisi, www.e-bursa.com dan www.duniainvestasi.com
3. Data keuangan diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) berbagai edisi, prospektus, www.e-bursa.com dan www.duniainvestasi.com

E. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Underpricing

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *underpricing*. *Underpricing* yaitu selisih positif antara harga penutupan saham di pasar sekunder dengan harga saham pada penawaran perdana. Selisih harga ini dikenal sebagai *initial return* (IR) atau positif *return* bagi investor. *Initial Return* dihitung berdasarkan selisih antara harga saham pada hari pertama penutupan (*closing price*) pada pasar sekunder dibagi dengan harga penawaran saham perdana (*offering Price*) dikalikan 100. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Initial Return (IR)} = \frac{(P_{t1} - P_{t0})}{P_{t0}} \times 100 \quad (1)$$

Keterangan :

IR = *Initial return* (return awal)

P_{t0} = harga penawaran perdana

P_{t1} = harga penutupan pada hari pertama perusahaan melakukan IPO

Reputasi Underwriter

Reputasi underwriter menggambarkan kualitas dari penjamin emisi. Dalam penelitian ini, penilaian reputasi *underwriter* menggunakan variabel *dummy*. Apabila *underwriter* termasuk dalam *top ten*

bróker berdasarkan frekuensi perdagangan selama periode 2009-2015 maka dikategorikan sebagai *underwriter* berkualitas. Jika perusahaan yang listing pada periode 2009-2015 dijamin oleh salah satu *underwriter* yang masuk *top ten bróker* maka diberi angka 1 dan jika tidak, diberi angka 0.

Reputasi Auditor

Reputasi auditor diukur berdasarkan frekuensi auditor yang melakukan audit terhadap laporan keuangan perusahaan publik. Auditor yang digunakan adalah yang termasuk dalam kategori empat besar (*big four*). Dalam penelitian ini reputasi auditor menggunakan variabel *dummy*. Apabila emiten menggunakan auditor yang termasuk dalam kategori "*big four*" diberi angka 1 dan bila emiten tidak menggunakan auditor yang termasuk dalam kategori "*big four*" diberi angka 0.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan melihat total asset/aktiva yang dimiliki perusahaan emiten pada tahun terakhir sebelum perusahaan tersebut listing. Proksi dari variabel ini menggunakan bentuk logaritma natural.

Financial Leverage

Financial leverage merupakan tingkat resiko dari perusahaan yang diukur dengan membandingkan total kewajiban perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan tahun terakhir sebelum melakukan IPO.

$$\text{Financial Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Return on Total Assets (ROA)

Return On Asset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan cara memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Variabel profitabilitas perusahaan ini diukur dengan melihat *Rate of Return on Total Assets (ROA)* yang dimiliki perusahaan emiten pada tahun terakhir sebelum perusahaan melakukan IPO. Nilai ROA dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Rate of ROA} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Return on Equity (ROE)

Dalam penelitian ini, profitabilitas perusahaan diukur dengan melihat *Rate of Return on Equity (ROE)* yang dimiliki perusahaan emiten pada tahun terakhir sebelum perusahaan tersebut melakukan IPO. Nilai ROE dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Rate of ROE} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

METODE ANALISIS

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Untuk menguji hipotesis digunakan model sebagai berikut :

$$IR = \beta_0 + \beta_1 RU + \beta_2 RA + \beta_3 \text{Ln\_UK} + \beta_4 \text{LEV} + \beta_5 \text{ROA} + \beta_6 \text{ROE} + e$$

Keterangan :

IR	=	<i>Initial return (underpricing)</i>
RU	=	Reputasi <i>underwriter</i>
RA	=	Reputasi auditor
Ln_UK	=	Logaritma Natural Ukuran Perusahaan
LEV	=	<i>Financial leverage</i>
ROA	=	<i>Return On Asset (ROA)</i>
ROE	=	<i>Return On Equity (ROE)</i>
β_0	=	konstanta
$\beta_1 - \beta_6$	=	Koefisien regresi
e	=	Residual/kesalahan regresi

UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik F, uji statistik t dan pengujian koefisien determinasi (uji R^2) mengacu Sugiyono (2013) dengan menggunakan Program SPSS for Windows Versi 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Perusahaan yang menjual saham perdana PT. Bursa Efek Indonesia selama periode Januari 2009 – Desember 2015 sejumlah 151 perusahaan, namun yang mengalami *underpricing* dan memenuhi syarat sampel hanya sebanyak 118 perusahaan.

B. Analisa Data

a. Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS for Windows Versi 21, diperoleh hasil yang tercantum dalam tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

No.	Variabel Independen	Koefisien Regresi	Standar Error Of Estimates	t hitung	Sig. T
1.	Reputasi <i>Underwriter</i>	-9,301	4,429	-2,100	0,038
2.	Reputasi Auditor	-13,112	5,521	-2,497	0,014
3.	Ukuran Perusahaan	-0,727	1,418	-0,513	0,609
4.	<i>Financial Leverage</i>	-0,080	0,103	-0,772	0,442
5.	ROA	-0,132	0,443	-0,298	0,766
6.	ROE	-0,071	0,143	-0,496	0,621
Dependen Variabel		: <i>Underpricing</i>			
Konstanta		: 50,32			
Standard error of estimates		: 21,99			
Adjusted R Square		: 0,115			
F Hitung		: 3,537			
Sig. F		: 0,003			
Durbin Watson		: 2,030			

Sumber : Data sekunder yang diolah

Dari Tabel 2. di atas, dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Underpricing} = 50,32 - 9,391 \text{ RU} - 13,112 \text{ RA} - 0,727 \text{ LnUK} - 0,080 \text{ LEV} - 0,132 \text{ ROA} - 0,071 \text{ ROE} + e$$

PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Reputasi *Underwriter*

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan dari reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham. Semakin tinggi reputasi *underwriter* akan mengurangi tingkat *underpricing* saham. *Underwriter* yang memiliki reputasi tinggi lebih berani menjamin emisi saham dalam jumlah besar, sehingga harga saham pada saat IPO bisa diperkecil. Tingkat *underpricing* saham yang rendah menguntungkan perusahaan karena akan mendapatkan dana dari investor secara maksimal.

2. Reputasi Auditor

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan dari kualitas auditor terhadap *underpricing* saham. Semakin tinggi kualitas auditor akan mengurangi tingkat *underpricing* saham. Kualitas auditor berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* karena investor masih percaya hasil laporan auditor dalam prospektus. Perusahaan yang ingin mendapatkan dana maksimal tentunya memilih auditor yang berkualitas (kategori *big four*). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yoga (2010), yang menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*.

3. Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini *financial leverage* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *underpricing*. Penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Amelia dan

Saftiana (2007), Rinaldo (2009) dan Martani, Sinaga dan Syahroza (2012), yang menyatakan bahwa skala/besaran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap *underpricing* dikarenakan investor tidak hanya memperhatikan apa yang tertulis dalam *prospectus* perusahaan tetapi juga memperhatikan ukuran perusahaan untuk beberapa tahun sebelum perusahaan tersebut melakukan IPO.

4. *Financial Leverage*

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Yoga (2010), yaitu adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara *financial leverage* dengan *underpricing*. *Financial leverage* menunjukkan pengaruh negatif terhadap IPO *underpricing* karena para investor masih memandang tinggi rendahnya rasio leverage perusahaan disebabkan oleh kinerja manajemen.

5. *Return on Asset (ROA)*

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yoga (2010), yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Namun temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2004) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Variabel ROA menunjukkan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* dikarenakan para investor tidak hanya memperhatikan ROA dalam prospektus. Investor masih menganggap perusahaan melakukan manajemen laba, sehingga ROA yang tercantum dalam prospektus perusahaan tidak menunjukkan profitabilitas perusahaan yang sebenarnya.

6. *Return on Equity (ROE)*

Hasil penelitian menunjukkan ROE berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Semakin tinggi ROE maka *underpricing* semakin rendah. ROE berpengaruh terhadap *underpricing* dikarenakan investor memperhatikan ROE dalam prospektus.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap 118 perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2015 diperoleh hasil bahwa :

1. Reputasi Underwriter (RU) dan Reputasi Auditor (RA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap IPO *underpricing*.
2. Faktor non keuangan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap IPO Underpricing di Indonesia
3. *Financial Leverage*, *Return on Equity (ROE)*, Ukuran Perusahaan dan *Return on Assets (ROA)* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap IPO *underpricing*.
4. Faktor keuangan tidak mempunyai pengaruh terhadap IPO *Underpricing* di Indonesia.

KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sampel yang digunakan dalam hanya berjumlah 118 perusahaan, Variabel *underwriter* yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori penjamin emisi sepuluh besar terbaik (*the big ten*), sebaiknya untuk penelitian yang akan datang menggunakan *underwriter* kategori empat besar terbaik (*the big four*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi
2. Rektor dan para Pembantu Rektor Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
3. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
4. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini.

REFERENSI

- Ardiansyah, M. 2004. Pengaruh Variabel Keuangan terhadap Awal dan Return 15 Hari Awal dan Return 15 Hari Setelah IPO Serta Moderasi Besaran Perusahaan terhadap Hubungan antara Variabel Keuangan dengan Awal dan Return 15 Hari Awal dan Return 15 Hari Setelah IPO. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.7, No 2, Mei, hal. 125-153
- Balvers, R. Mc D. dan R.E. Miller. 1988. Underpricing of New Issues and the Choice of Auditor as a Signal of Investment Banker Reputation. *The Accounting Review*. Vol 63, Oktober : 602-622
- Beatty, R. P. dan J. R. Ritter. 1986. Investment Banking, Reputation, And The Underpricing Of Initial Public Offerings. *Journal Of Financial Economics*. Vol. 15 : 213-232
- Brigham, E.F & J.F. Houston. 2010. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, buku 1, edisi kesebelas. Salemba Empat. Jakarta
- Carter, C dan S. Manaster. 1990. Initial Public Offering and Underwriter Reputation. *The Journal of Finance*. Vol. 44, no 4:1045-1067
- Durukan, M.B, 2002. The Relationship between IPO return and Factors Influencing IPO performance : Case of Istanbul Stock Exchange. *Managerial Finance*. Vol. 28, No.2
- Freybote, T; N. Rottke dan D. Schiereck. 2008. Underpricing of European Property Companies and the IPO Cycle : a note. *Journal of Property Investment and Finance*. Vol 26, No. 5: 376-387
- Kim, J.B ; I. Krisky dan J. Lee. 1993. Motives for Going Public and Underpricing: New Findings from Korea. *Journal of Business Financial and Accounting*. Vol. 20, No. 2: 195-211
- Kunz, R. M, and R. Aggarwal. 1994. Why Initial Public Offering are Underpriced: Evidence from Switzerland. *Journal of Banking and Finance*
- Martani, D.; I.L. Sinaga dan A. Syahroza. 2012. Analysis on Factors Affecting IPO Underpricing and their Effects on Earnings Persistence. *World Review of Business Research*. Vol. 2, No. 2: 1-15
- Muna, A.J., dan Y. Saftiana. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Underpricing Penawaran Umum Perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta. *Akuntabilitas : Jurnal penelitian dan pengembangan akuntansi*. Vol : 1, No.2, Juli 2007
- Rahmawati. 2007. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 10 (1): 68-89
- Ritter, J. dan I.Welch. 2002. A Review of IPO Activity, Pricing and Allocations. *Journal of Finance*. Vol. 57: 1795-1828
- Ross, S.A; R.W. Westerfield,; B.D. Jorda,; J. Lim dan R. Tan. 2015. Pengantar Keuangan Perusahaan, Edisi Global Asia Buku 1. Salemba Empat. Jakarta
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV Alfabeta. Bandung
- Yoga. 2010. Hubungan Teori Signalling dengan Underpricing Saham pada Penawaran Perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta. *Eksplanasi*, Vol.5 (1) Maret 2010
- Yolana, C dan D. Martani. 2005. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Fenomena Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana di BEJ Tahun 1994 – 2001. *Proceedings of the eight annual meeting of the Indonesian Accounting Association*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, Indonesia, hal.538-553.

**ANTESEDEN KONFLIK PERAN TERHADAP KEPUASAN KERJA AUDITOR KANTOR
AKUNTAN PUBLIK DI INDONESIA**

**ANTECEDENTS ROLE CONFLICT ON JOB SATISFACTION AUDITOR PUBLIC
ACCOUNTANT FIRMS IN INDONESIA**

Indriyana Widyastuti¹

Dian Nur Mastuti²

^{1,2}STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Indriyana_widy@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of this study was to examine the influence of mentoring program on job satisfaction with role conflict mediating variable. The unit of analysis in this study is the individual auditor who served as auditor on Public Accounting Firm in Indonesia. This study used a questionnaire survey for data collection. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The sample data collected as many as 98 auditors. To analyze the research data used Partial Least Squares approach to Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of the program SmartPLS 3. The results of this study found that there was no significant relationship between the mentoring program with job satisfaction, there is significant relationship between the mentoring program with role conflict, and there is significant relationship between the role conflict with job satisfaction auditors.

Key words: Mentoring program, Role Conflict, and Job Satisfaction

PENDAHULUAN

Budaya merupakan norma-norma dan nilai-nilai yang mengarahkan perilaku anggota organisasi (Luthan, 1998). Setiap anggota akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima di lingkungannya. Menurut Kreitner dan Kinicki (1995), budaya organisasi adalah suatu wujud atau anggapan yang dimiliki, diterima secara implisit oleh kelompok dalam menentukan bagaimana kelompok tersebut merasakan, memikirkan dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam. Menurut Messmer (1988) salah satu cara budaya organisasi membangun adalah melalui program mentoring yang diberikan kepada karyawan baru. Program mentoring adalah bagian dari proses sosialisasi, sedangkan sosialisasi organisasi didefinisikan sebagai proses seseorang mempelajari nilai, norma dan perilaku yang dituntut, yang memungkinkan anggota organisasi berpartisipasi sebagai anggota organisasi. Penelitian-penelitian empiris di Indonesia yang berhubungan dengan mentoring antara lain dilakukan oleh Rizzo et al (1970), Aranya dan Feris (1984), Bamber, Snowball dan Tubs (1989), Rebele dan Michaels (1990), Siegel et al (1995) dan Viator (2001), Rahmiati dan Kusuma (2004), Winda dan Kusuma (2005), menghasilkan temuan yang berbeda-beda ada yang memiliki hubungan positif terhadap kinerja auditor ada juga yang memiliki hubungan negatif.

Penelitian ini menarik untuk diteliti dikarenakan, pertama, di kantor akuntan publik pegawai cenderung mengalami tingkat stres yang lebih tinggi karena jumlah penugasan audit yang sangat menyita waktu kerja (Aranya dan Feris, 1984; Bamber, Snowball dan Tubs, 1989; Rebele dan Michaels, 1990). Berdasarkan pemikiran tersebut maka penelitian ini merupakan pemutakhiran dan perluasan dari penelitian sebelumnya dimana pemutakhiran dan perluasan dari penelitian sebelumnya, dimana pemutakhiran dilaksanakan dengan menggunakan instrumen konflik peran sebagai mediasi. Penelitian ini juga melakukan pengujian dengan menggunakan variabel kepuasan kerja sebagai variabel *outcome* dengan penggunaan teori peran dan teori mentoring untuk melihat hubungan antara variabel-variabel dalam proses mentoring yang diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris mengenai pementoran KAP di Indonesia

Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis Sejarah Mentoring

State of the art mentoring dimulai sejak 800 sebelum masehi melalui kerajaan Odysseus dan menjadi ciri utama kerajaan itu adalah pementoran pada keluarga kerajaan yang disebut Homer's Odysseus. Sejak saat itu mentoring dipakai dalam proses mekanisme kerja dan organisasi untuk meningkatkan sumber daya manusia. Penelitian mentoring tumbuh subur dalam era tahun 1990an dan masih diminati diberbagai macam disiplin ilmu, seperti Margo Muray (1991) mempublikasikan *Beyond the Myths and Magic of Mentoring*, dengan membuat model outlining mengenai program mentoring formal seleksi untuk mentor dan orientasi yang dapat diaplikasikan dalam berbagai organisasi, misalnya bisnis, industri dan organisasi *non-profit*.

Teori Peran dan Teori Mentoring

Teori peran (*role theory*) menyatakan bahwa individu akan mengalami konflik apabila ada dua tekanan atau lebih yang terjadi secara bersamaan yang ditujukan pada seseorang. Teori peran (*role theory*) mengungkapkan bahwa peran adalah salah satu bagian yang dimainkan dalam keseluruhan struktur kelompok, merupakan perilaku khusus yang dihasilkan seseorang individu dari pada konteks sosial tertentu (Baron & Greenberg, 1993 dalam Sri, 2002). Auditor sebagai bagian dari kantor akuntan publik, memerankan sebagai individu karyawan dengan sejumlah karakter dan harapan atas peran tersebut. Auditor memiliki dua peran, yaitu sebagai profesi yang harus tunduk pada kode etik profesi akuntan publik dan sebagai anggota organisasi (KAP). Penelitian Viator (2001) menggunakan perpaduan antara teori peran dengan teori mentoring yang memprediksi dampak pementoran pada konflik peran. Dasar teoritis dalam penelitian Viator (2001) adalah mentor bertindak sebagai penyampai peran, terlibat dengan *protegenya* dalam tahapan-tahapan peran, sebagai interaksi-interaksi mentor dan protege yang cenderung berkaitan dengan hasil-hasil peran. Selanjutnya dijelaskan dalam teori ini penyampai peran juga sebagai mentor berpotensi mempengaruhi hasil yang diprediksikan dalam model tahapan-tahapan peran yaitu konflik peran.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja menurut Robbins (2010) adalah suatu sikap umum terhadap pekerjaan seseorang: sebagai perbedaan antara banyaknya ganjaran yang diterima pekerja dan banyanyknya yang diyakini yang seharusnya diterima. Kepuasan kerja menurut Porter *et al.* (1974) dalam Slamet (2002) merupakan orientasi emosional individu untuk menjalankan peran dan karakteristik pekerjaan mereka. Judge dan Locke (1993) menyatakan bahwa tingkat kepuasan kerja yang dirasakan dipengaruhi oleh proses pemikiran seseorang. Judge dan Locke (1993) mengemukakan apabila seorang karyawan merasa puas atas pekerjaannya maka karyawan tersebut akan merasa senang dan terbebas dari rasa tertekan sehingga akan timbul rasa aman untuk tetap bekerja pada lingkungan kerjanya.

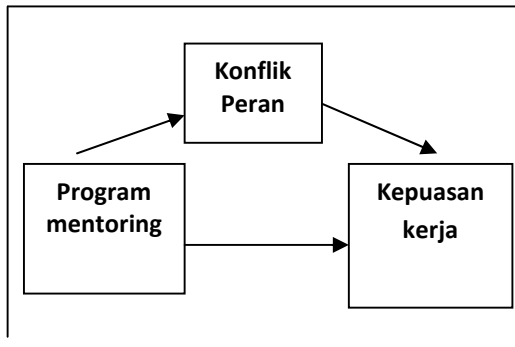
Menurut Davis *et al.* (1985), kepuasan kerja merupakan seperangkat perasaan karyawan tentang menyenangkan tidaknya pekerjaan mereka, atau suatu perasaan tidak senang karyawan yang relatif berbeda dari pemikiran objektif dan keinginan perilaku. Davis dan Newstrom (1989) selanjutnya mengemukakan bahwa kepuasan kerja dapat dinilai sebagai suatu aspek dari kepuasan hidup. William dan Hazer (1986) dan Yang *et al.* (2000) berpendapat bahwa kepuasan kerja merupakan response afektif terhadap aspek umum dan khusus dari sesuatu yang berkaitan dengan pekerjaan. Selanjutnya Robins (2008) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai sikap umum seseorang individu terhadap pekerjaannya. Sedangkan menurut Mathis dan Jackson (2001) dalam Rachmayani dan Suyono (2007) kepuasan kerja merupakan keadaan emosi yang positif dari mengevaluasi pengalaman kerja seseorang.

Konflik Peran

Konflik peran terjadi jika seseorang memiliki beberapa peran yang saling bertentangan atau ketika sebuah posisi tunggal memiliki harapan potensial yang saling bertentangan. Setiap peran mengacu pada sebuah identitas yang mendefinisikan siapa dan bagaimana karyawan harus bertindak dalam situasi tertentu (Siegel dan marconi, 1989). Mekanisme penegndalian tugas berdasarkan pada diri sendiri (*self control*)kemungkinan akan berbenturan dengan mekanisme pengendalian organisasi yang dikembangkan oleh manajemen. Konflik peran berhubungan dengan adanya dua tuntutan yang saling bertentangan, Rizzo, et el (1970). Konflik peran adalah lemunculan dua) atau lebih mempunyai peran secara berbarengan yang saling bertentangan” Katz dan Kahn (1998).

Turnover Intentions diindikasikan sebagai sikap individu yang mengacu pada hasil evaluasi mengenai kelangsungan hubungannya dengan organisasi dimana dirinya bekerja dan belum terwujud dalam bentuk tindakan pasti (Suwandi dan Indriantoro, 1999). *Turnover* didefinisikan sebagai penarikan diri secara sukarela (*voluntary*) atau tidak sukarela (*involuntary*) dari suatu organisasi (Robbins. 2003). *Voluntary turnover* atau *quit*, merupakan keputusan untuk meninggalkan organisasi, disebabkan oleh dua faktor yaitu seberapa menarik pekerjaan yang ada saat ini serta tersedianya alternatif pekerjaan lain (Shaw *et al.*, 1998). Sebaliknya, *involuntary turnover* atau pemecatan menggambarkan keputusan pemberi kerja (*employer*) untuk menghentikan hubungan kerja dan bersifat *uncontrollable* bagi karyawan yang mengalaminya.

Model Penelitian Empirik



Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini.

Hipotesis

H₁: Program mentoring berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

H₂: Program mentoring berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja

H₃: konflik peran berpengaruh negatif terhadap Kpuasan kerja.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dengan responden para auditor di Kantor Akuntan Publik di Indonesia yang sudah berkeluarga. Pengolahan data menggunakan *Structural Equation modelling* (SEM) dengan *software Smart Partial Least Square* (PLS). (Ghozali, 2012). Tahapan analisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) – *Structural Equation Modelling* (SEM) program *SmartPLS*, setidaknya harus melalui lima proses tahapan dimana setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya yaitu: Konseptualisasi Model, Menentukan metoda analisis algorithm, Menentukan metoda resampling, Menggambar diagram jalur

HASIL PENELITIAN

Uji kualitas data meliputi uji realibilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* yang dihasilkan dengan perhitungan PLS untuk masing-masing konstruk. Nilai suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *composite reliability* >0,70 (Werts *et al.* 1979 dalam Ghozali, 2006).

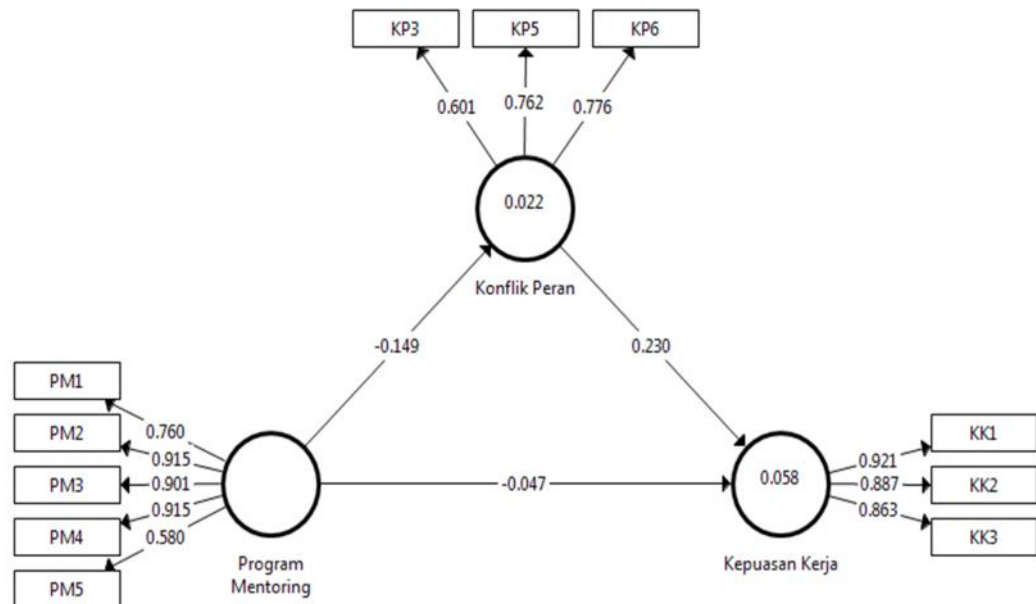
Semua konstruk atau variabel penelitian ini sudah menunjukkan sebagai pengukuran yang fit, hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk adalah reliabel. Nilai *composite reliability* masing-masing konstruk sangat baik di atas 0.70.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan evaluasi *measurement (outer) model* yaitu dengan menggunakan *convergent validity* (besarnya *loading factor* untuk masing-masing konstruk). *Convergent validity* dari *measurement model* dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara masing-masing skor indikator dengan skor konstruknya (Ghozali, 2006). Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun menurut Chin (1996) dalam Ghozali (2006) untuk penelitian pada tahap awal pengembangan model, skala pengukuran nilai 0,5 sampai dengan 0,6 dianggap masih dapat ditolelir.

Pengujian Model Struktural

Metode analisis utama dalam penelitian ini dilakukan dengan *Structural Equation Model* (SEM). Pengujian dilakukan dengan bantuan program *SmartPLS*. Hasil pengujian diperoleh gambar 1 *full model SEM* program *SmartPLS* 2.0 M3 sebagai berikut:

Gambar 1. Full Model SEM



Sumber: Diolah dari Output PLS 2.0M3

Tabel 1. Result For Inner Model

Hipotesis	Variabel	original sample estimate	Standard deviation	T-Statistic	Kesimpulan
H1	PM -> KK	-0.047	0.072	0.654	Ditolak
H2	PM -> KP	-0.149	0.086	1.726	Diterima
H3	KP -> KK	0.230	0.106	2.169	Diterima

Sumber : Output SmartPLS 2017

Setelah melakukan pengujian atas model pengukuran (*outer model*), selanjutnya dilakukan pengujian terhadap model struktural. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi hubungan antarkonstruk yang telah diajukan pada hipotesis penelitian ini. Dengan menggunakan *SmartPLS* 2.0 M3, dihasilkan dua jenis informasi yang menunjukkan berapa baiknya model struktural yang diprediksikan dan hubungan yang telah dihipotesiskan. Informasi pertama dapat dilihat dengan melihat nilai *R square* yang merupakan *uji goodness-fit model* untuk menjelaskan persentase variasi konstruk terhadap keseluruhan model.

PEMBAHASAN

Hipotesa 1

Hipotesis satu (H_1) program mentoring berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja auditor. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Penolakan terhadap hipotesis 1 (H_1) mengindikasikan bahwa program mentoring tidak mampu meningkatkan kepuasan kerja auditor. Penolakan terhadap hipotesis 1 (H) ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan (Dreher dan Ash, 1990, Kram 1988). Viator (2001) dan Blake (1995) dan Brass (1985) yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara program mentoring dengan kepuasan kerja. Dalam penelitian ini ternyata ditemukan adanya perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa dengan

adanya sosialisasi organisasi melalui program mentoring akan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.

Hipotesis 2

Penerimaan hipotesis 2 (H_2) berdasarkan tabel tersebut di atas mengindikasikan bahwa auditor yang memiliki konflik peran baik sebagai auditor maupun perannya di lingkungan organisasi cenderung akan menurunkan kepuasan kerja. Temuan penelitian ini yang menyatakan konflik peran berpengaruh negative terhadap kpuasan kerja mendukung penelitian yang dilakukan (Dreher dan Ash, 1990, Kram 1988). Viator (2001) yang menyatakan bahwa auditor yunior yang didampingi mentor akan mengalami konflik peran yang lebih kecil. Penelitian ini sangat mendukung hasil penelitian terdahulu karena pada kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa apabila seorang auditor diberi program mentoring maka akan semakin menurunkan timbulnya konflik peran dalam tugas melakukan audit.

Hipotesa 3

Penerimaan hipotesis 2 (H_2) berdasarkan tabel di atas .mengindikasikan bahwa auditor yang memiliki konflik peran baik sebagai auditor maupun perannya di lingkungan organisasi cenderung akan menurunkan kepuasan kerja. Temuan penelitian ini yang menyatakan konflik peran berpengaruh negative terhadap kpuasan kerja mendukung penelitian yang dilakukan Abernethy dan Stoelwinder (1995), Puspa dan Riyanto (1999) dan Suwandi dan Indriantoro (1999) menyatakan bahwa konflik peran mempunyai hubungan negatif dengan kepuasan kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja akan berkurang jika ada konflik peran yang di alami auditor. Jika auditor dalam kantor akuntan publik (KAP) mempersepsikan adanya tekanan secara bersamaan antara pekerjaan dan keluarga yang bertentangan satu sama lain maka hal ini akan memicu munculnya konflik pekerjaan yang mengintervensi keluarga sehingga komitmen profesional mengalami penurunan

Peran Mediasi *Professional Commitment* pada Pengaruh *Work Family Conflict* terhadap *Turnover Intentions*.

Berdasarkan hasil perhitungan peran mediasi konflik peran dari hubungan antara program mentoring dengan kepuasan kerja dapat dilihat pada lampiran 3 menunjukkan bahwa *Variance Accounted For* (VAF) yang dihasilkan sebesar 4.24%. Menurut Hair *et al.* (2013) apabila VAF lebih kecil dari 80% (<80%) hal ini menunjukkan bahwa variabel konflik peran mampu berperan efektif sebagai mediasi dalam hubungan antara program mentoring auditor terhadap kepuasan kerja auditor.

Berdasarkan hasil perhitungan peran mediasi konflik peran dalam hubungan antara program mentoring dengan kepuasan kerjayang dapat dilihat pada lampiran 3 menunjukkan bahwa *Variance Accounted For* (VAF) yang dihasilkan Menurut Hair *et al.* (2013) apabila VAF lebih kecil dari 80% (<80%). hal ini menunjukkan bahwa variabel konflik peran mampu berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara program mentoring dengan kepuasan kerja auditor.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini berusaha menguji pengaruh program mentoring terhadap kepuasan kerja dengan konflik peran sebagai variabel intervening dari pengembangan literatur sebelumnya. Dari hasil pengujian SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan bantuan *software* statistik *SmartPLS*, disimpulkan bahwa :

1. Program mentoring tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja.
2. Program mentoring berpengaruh terhadap konflik peran
3. Konflik peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja
4. Hasil uji pengaruh langsung dan tidak langsung terbukti bahwa konflik peran mampu berperan efektif sebagai variabel yang memdiasi hubungan antara program mentoring dengan kepuasan kerja.

Saran

Berdasarkan keterbatasan tersebut, maka dikemukakan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Pengembangan instrumen penelitian perlu dilakukan, yaitu disesuaikan dengan kondisi dan lingkungan dari obyek yang akan diteliti.

2. Jumlah Indikator tiap konstruk dalam penelitian ini ada yang hanya empat indikator, hal ini akan mengganggu ketika *confirmatory factor analysis*, karena jumlah indikator yang sedikit bisa menyebabkan problem identifikasi ketika data diolah dengan *Partial Least Square* (PLS), untuk itu disarankan dalam penelitian mendatang menggunakan jumlah indikator yang lebih banyak tiap konstraknya

REFERENSI

- Aranya, N., and Ferris, K. R. 1984. "A Reexamination of Accountants' Organization-Professional Conflict", *The Accounting Review*, Vol. 59 No. 1, pp. 1-15.
- Ashforth, B.E. dan Saks, A.M., 1996. "Socialization Tactics: Longitudinal Effects on Newcomer Adjustment", *Academy of Management Journal*. Vol.39, pp.149-178.
- Bamber, E.M., Snowball, D. Tubbs R.M, 1989. "Audit Structure and Its Relation To Role Conflict and Role Ambiguities an Empirical Investigation". *The Accounting Review*. Vol. 64. Pp.285-29
- Dreher, G.F. dan Ash, R.A, 1990. "A Comparative Study of Mentoring Among Men and Women in Managerial, Professional and Technical Positions". *Journal Applied Psychology*. Vol. 81, pp. 297-308
- Ghozali, I, dan Latan H. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Program SmartPLS 3.0 M3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Jackson, S.E. dan Shuler, R.S. "A Meta-Analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguities and Role Conflict in World Setting", *Organizational Behavior and Human Decision Process*. Vol 16, pp.78.
- Khan, R.L., Wolfe, D.M., Quin, R. Snoek, J.D, dan Rosenthal, R.A. 1964. " *Occupational Stress: Studies In Role Conflict and Ambiguities*". New York.
- Kreitner, R. dan A. Kinicki, 1995. "*Organizational Behavior*", 3 Edition. Richard D. Irwin. Homewood, Illionis.
- Luthan, Fred, 1998. "*Organizational Behavior: Personality and Attitudes*", Eight Edition., Mc. Graw Hill International Edition.
- Messmer, M. 1988. "Mentoring: Building Your Company's Intellectual capital" *HR.Focus*, 75. 9, 511-512.
- Murray M. 1991. "*Beyond The Myth and Magic of Mentoring How to Facilitate on Effective Mentoring Program*". Sun Fransisco CA: Ossey-Bass.
- Otley, D.T. dan Pierce, B.J, 1995. " The Control Problem in Public Accounting Firms: An Empirical Study Of Impact of Leadership Style". *Accounting Organization Society* Vo. 17, pp. 05-420.
- Rebele, J.E. dan Michaels, R.E, 1990. "Independen Auditor's Role Stress: Antecedent, Outcome and Moderating Variables." *Behavioral Research in Accounting*, Vol. 2, pp. 214-253.
- Rizzo, J.R, House, R.J. dan Lirtzman, S.I, 1970. " Role Conflict and Ambiguities In Complex Organizations." *Administrative Science Quarterly*. Vo. 15, pp.150-163.
- Sarwono, S.W. 2002. *Teori-teori Psikologi Sosial*" PT. Raja Grafindo Persada.
- Siegel, Gary., Marconi, dan Helene Ramanauskas., 1989, *Behavioral Accounting*, South-Western Publishing Co.
- Siegel, P.H.J.T., Rigsb, S.P, Agrawal dan J.R. Leavins, 1995. "Auditor Professional Performance and The Mentor Relationship Within The Public Accounting Firm". *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 8. Vol. 4, pp. 3-22.
- Suwandi, dan Indriantoro, N. 1999. "Model Turnover Pasewark & Strawser: Studi Empiris pada Lingkungan Akuntan Publik." *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, .Vol. 2, No. 2 hlm.,: 173-195.
- Viator, R.E., 2001, "The Association of Formal and Informal Public Accounting Mentoring With Role Stress And Related Job Outcome", *Accounting Organization and Society*, Vol. 19, pp. 717-734

ALUMNI SERVICE INFORMATION SYSTEMS DEVELOPMENT FRAMEWORK PENGEMBANGAN FRAMEWORK SISTEM INFORMASI PELAYANAN DATA ALUMNI

Ernes Cahyo Nugroho¹, Isadora Nugroho²

¹*Sistem Komputer, STMIK AUB Surakarta*
email: ernes.cahyo@stmik-aub.ac.id

²*Sistem Informasi, STMIK AUB Surakarta*
email: isadoranugroho@gmail.com

Abstract

Issue of data requirement of alumni at universities targeted to achievement of BAN-PT standard university and alumni data requirement for industrial world is now very necessary. To further optimize the function of tracer study and alumni data in UPT student affairs, UPT BAAK, head of study program at university so that can be utilized optimally. The objective of the research is to design the information system of the alumni data service within the college environment, so that it can be easily accessed from anywhere and with any media (PC, notebook, smartphone and others) using System Development Life Cycle (SDLC) built with PHP Codeigniter and MySQL database. The result of this research is software framework of information system of alumni data service. The current system manager is the Head of study program, the features of the system manager: alumni management, update announcement information / job vacancy. Features alumni: registration, alumni update profile alumni, job vacancy. From the results of the study concluded that the information system needs data service alumni to optimize the function of alumni data for universities and alumni.

Keywords: framework, alumni data, universities

Abstrak

Issue kebutuhan data alumni di perguruan tinggi binaan menuju pencapaian perguruan tinggi berstandar BAN-PT dan kebutuhan data alumni bagi dunia industri (dudi) saat ini sangat diperlukan. Untuk lebih mengoptimalkan fungsi tracer studi maupun data alumni di UPT kemahasiswaan, UPT BAAK, ketua program studi di perguruan tinggi sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal. Tujuan penelitian merencanakan sistem informasi pelayanan data alumni dilingkungan perguruan tinggi, sehingga dapat mudah diakses dari manapun dan dengan media apapun (PC, *notebook*, *smartphone* dan lainnya) menggunakan metode *System Development Life Cycle* (SDLC) dibangun dengan PHP Codeigniter dan basis data MySQL. Hasil penelitian ini berupa perangkat lunak *framework* sistem informasi pelayanan data alumni. Pengelola sistem saat ini adalah Ketua program studi, fitur pengelola sistem: manajemen alumni, update informasi pengumuman/lowongan pekerjaan. Fitur alumni: pendaftaran, alumni update profil alumni, lowongan pekerjaan. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa kebutuhan sistem informasi pelayanan data alumni mengoptimalkan fungsi data alumni bagi perguruan tinggi dan alumninya.

Kata Kunci: framework, data alumni, perguruan tinggi

PENDAHULUAN

Pada kenyataannya masih banyak perguruan tinggi yang belum menyediakan wadah tracer studi dan fasilitas layanan alumni mengenai lowongan pekerjaan secara online. Hal tersebut membuat alumni perguruan tinggi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai lowongan pekerjaan. Serta sulitnya mendapatkan data parameter masa tunggu lulusan, presentase lulusan yang sudah bekerja bagi perguruan tinggi.

Proses penyampaian informasi kepada alumni mengenai lowongan pekerjaan di perguruan tinggi binaan masih belum dikembangkan. Hal tersebut menyebabkan lamanya proses penyampaian informasi mengenai lowongan pekerjaan dari pihak perusahaan kepada alumni.

Oleh karena itu, diperlukan sistem informasi sebagai sarana yang dapat memuat informasi-informasi mengenai lowongan pekerjaan secara terpusat agar dapat membantu para alumni untuk mencari lowongan pekerjaan dan dapat berinteraksi dengan pihak perguruan tinggi ataupun dengan pihak perusahaan sebagai penyedia lowongan pekerjaan.

Sekaligus sebagai sarana kegiatan *tracer study* dalam hal pengumpulan data serta memberikan informasi berupa laporan hasil pendataan *tracer study* sesuai dengan format yang telah ditentukan oleh UPT Kemahasiswaan perguruan tinggi. Selain itu, sistem informasi yang diharapkan dapat membantu kegiatan pengumpulan data terhadap lulusan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian, dirumuskan masalah bagaimana mengembangkan pusat data alumni untuk melakukan fungsi pelayanan dan *tracer study* bagi alumni perguruan tinggi serta informasi lowongan pekerjaan melalui aplikasi berbasis web menggunakan PHP *framework* MVC dan basis data MySQL dalam mengembangkan sistem informasi. Sebagai metode pengembangan sistem informasi digunakan SDLC.

METODE

Dalam proses pengembangan sistem informasi pelayanan data alumni digunakan metodologi *System Development Life Cycle* (SDLC) dengan tahapan sebagai berikut (Pressman, 2005):

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini dilakukan identifikasi sistem dan prosedur yang ingin dibuat, dengan menetapkan hasil seperti apa yang diharapkan dari sistem dan prosedur yang ingin dikembangkan pada perguruan tinggi.

2. Tahap Analisis

Pada tahapan ini dilakukan analisis terhadap sistem dan prosedur yang biasa dilakukan dan penentuan fungsi-fungsi pelayanan data alumni. Dalam menggali data diperlukan sinergi antar Unit Pelaksana Teknis diantaranya kemahasiswaan, biro Administrasi Umum, Penjamin Mutu, dan lain sebagainya.

3. Tahap Desain

Pada tahap desain ini dilakukan pengembangan sistem dan prosedur, dengan merancang suatu aliran kerja dan informasi yang jelas pada sistem dan prosedur tersebut. *Tools* yang akan digunakan antara lain phpmyadmin, UML Designer, Pencil Evolus.

4. Tahap Pengembangan

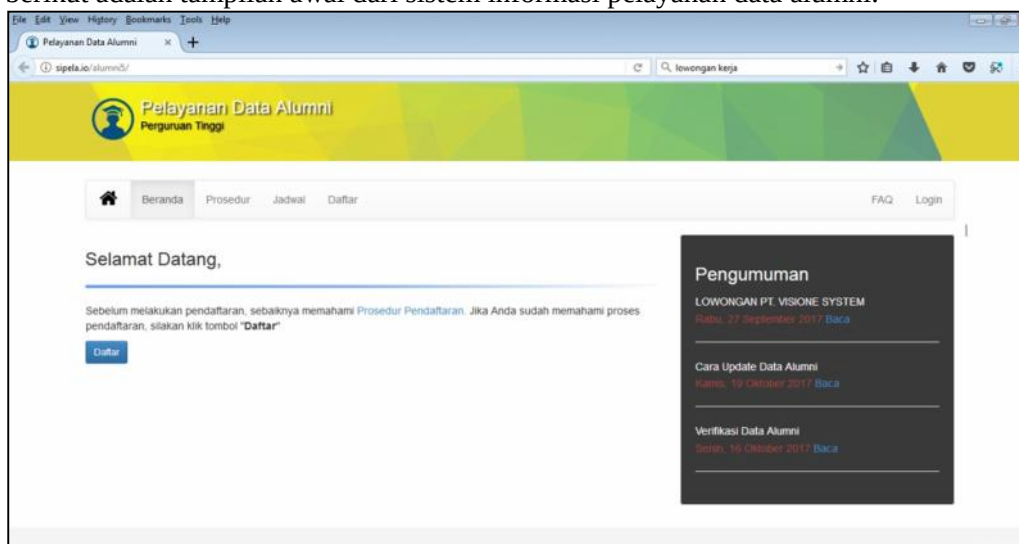
Pada tahap desain ini dilakukan pengembangan sistem dengan mengimplementasikan desain ke dalam kode program (Codeigniter) yang diperlukan.

5. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan uji coba sistem dan prosedur yang telah selesai disusun. Proses uji coba ini diperlukan untuk memastikan bahwa sistem tersebut sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Implementasi antarmuka dilakukan dengan menguji setiap tampilan *form* yang dibuat. Gambar 1 berikut adalah tampilan awal dari sistem informasi pelayanan data alumni.



Gambar 1 tampilan sistem informasi pelayanan data alumni

Gambar 1 adalah tampilan pertama kali saat menggunakan aplikasi. Halaman ini digunakan oleh alumni ataupun publik. Alumni terdaftar dapat melakukan *login* dengan memasukkan *username* dan *password* yang telah dibuatkan administrator. Pada bagian kanan merupakan sidebar informasi pengumuman atau lowongan pekerjaan yang dibaca. Gambar 2 merupakan halaman biodata alumni,

berisi dua kelompok data yaitu data mahasiswa dan data akademik. Data mahasiswa antara lain: nomor induk, nama lengkap, jenis kelamin, tempat lahir, tanggal lahir, status perkawinan, berat badan, agama dan alamat. Sedangkan data akademik terdiri dari fakultas, jurusan/program studi, tanggal lulus, lama studi, indeks prestasi, lama penyusunan tugas akhir, judul tugas akhir/skripsi. Klik tombol simpan untuk menyimpan *update* data biodata alumni.

Biodata

A. Data Pribadi Mahasiswa

NIM 216720826

Nama Muhammad Fadhil

Jenis Kelamin ☒ Laki-laki ☐ Perempuan

Tempat Lahir Sragen

Tanggal Lahir 19-05-1997

Status Perkawinan ☐ Sudah ☒ Belum

Berat Badan 155 kg

Tinggi Badan 170 cm

Agama Islam

Gambar 2 tampilan dashboard alumni form biodata

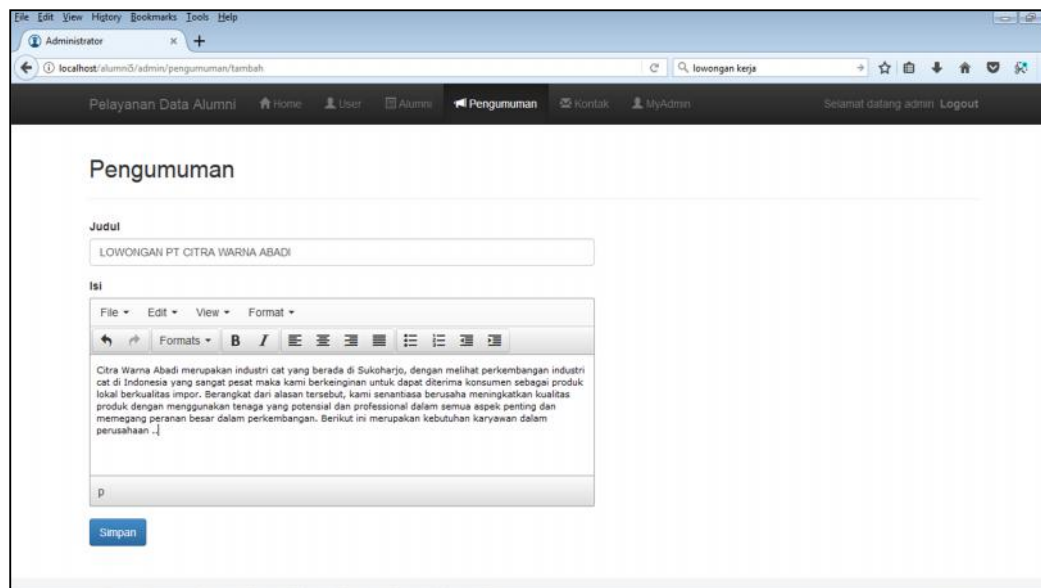
Data Alumni

No	NIM	Nama	Prodi	Status Pendaftaran	Status Biodata	Status Verifikasi	Aksi
1	216720824	Danny Bagus Saputra	Sistem Informasi	Aktif	Belum Lengkap	Belum	Edit Hapus Cetak
2	216720825	Surya Kristian Atmaja		Aktif	Belum Lengkap	Belum	Edit Hapus Cetak
3	216720829	Ronny Imam Utomo		Aktif	Lengkap	Belum	Edit Hapus Cetak
4	216720830	Zerubabel Tobat Putro		Aktif	Lengkap	Belum	Edit Hapus Cetak
5	216720832	Muhammad Naufal Maarif		Aktif	Belum Lengkap	Belum	Edit Hapus Cetak

Copyright © 2017 | Penelitian Dosen Pemula

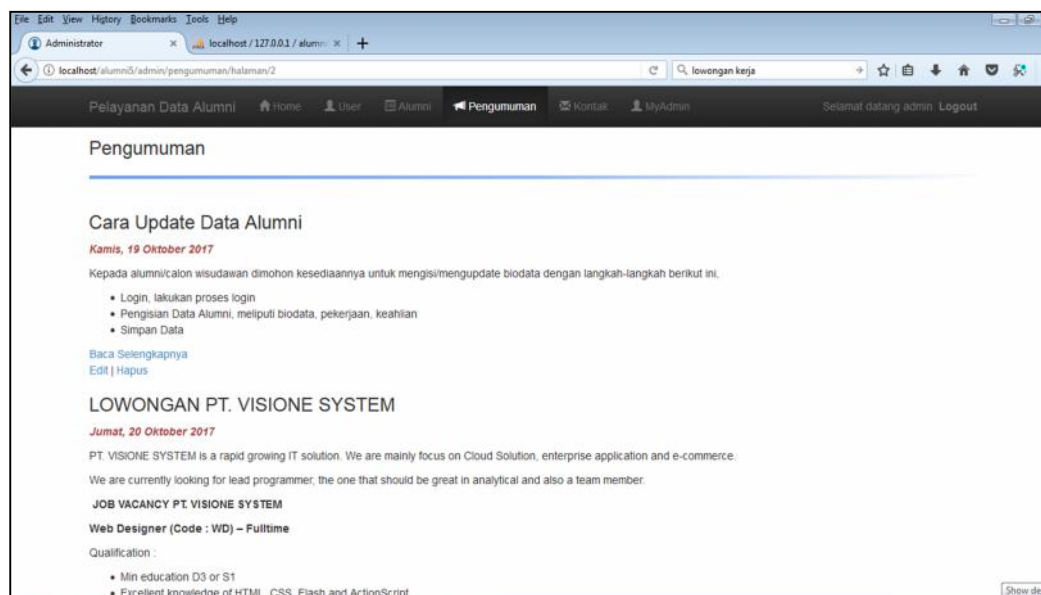
Gambar 3 Tampilan dashboard admin data alumni

Gambar 3 merupakan halaman tampilan data alumni. Berisi tabel memuat nomor induk mahasiswa, nama, prodi, status pendaftaran, status biodata dan status verifikasi. Halaman data alumni dapat juga digunakan untuk mengedit dan mencetak biodata alumni.



Gambar 4 Tampilan tambah informasi pengumuman

Gambar 4 merupakan tampilan halaman tambah informasi pengumuman, berisi judul dan isi. Klik simpan untuk melanjutkan menyimpan, konfirmasi menyimpan muncul pesan “Pengumuman berhasil disimpan. Kemudian diarahkan ke halaman pengumuman” gambar 5.



Gambar 5. Tampilan informasi pengumuman

KESIMPULAN

Pengembangan sistem informasi pelayanan data alumni ini menggunakan bahasa pemrograman PHP, *framework* Codeigniter dan basis data MySQL. *Tools* pengembangan yang digunakan Notepad++, Web server apache. Sistem informasi pelayanan data alumni terdapat dua level pengguna: administrator (pengelola utama), operator dan alumni. Pengolahan data administrator terdiri dari data informasi pengumuman/lowongan pekerjaan, *users* dan biodata. Pengolahan data alumni terdiri dari pendaftaran pra yudisium, wisuda, alumni bekerja, alumni studi lanjut, alumni wirausaha. Dashboard alumni dapat menampilkan data alumni dengan baik setelah semua data telah diisi lengkap. Dashboard alumni dapat pula melakukan update biodata secara mandiri maupun melihat informasi pengumuman/lowongan pekerjaan. Sistem informasi pelayanan data alumni telah menggunakan *user interface framework* bootstrap 3.x CSS (*Cascade Style Sheets*), yang memiliki kemampuan *responsive*

sehingga dapat dibuka pada device PC, Notebook dan *smartphone*. Hasil pengujian fungsionalitas sistem telah sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisyi, M. I, Rispianda dan Khuria A., 2014, Rancangan Sistem Informasi Layanan Alumni Itenas Berbasis Web, Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, Vol 2: 132 - 143
- Hartono, Jogiyanto. 2004. Pengenalan Komputer-Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta
- Indriasari, Sofiyanti, 2012, Sistem informasi Berbasis Web untuk membantu Kegiatan Tracert Study Program Diploma Institut Pertanian Bogor, Jurnal Sains Terapan, Vol 2: 84-102.
- Kamisa, 2000. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Poerwandari, E.K, 2007, Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta : LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Pressman RS, 2005. Software Engineering, a Practitioner's Approach. Edisi ke-6. McGraw-Hill

MODEL PENANGANAN STRES KERJA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN DI INDUSTRI BATIK LAWEYAN SURAKARTA

Lukman Hakim, dan Eko Sugiyanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail : Lukman.Hakim@ums.ac.id, Ekosugiyanto_01@yahoo.com

Abstract

This study aims to: (1) Identifying the causes of workplace stress in the batik industry Laweyan Surakarta Central Java. (2) Identify the effect or impact stress working in the batik industry Laweyan Surakarta Central Java. (3) Develop a model of handling work stress in the batik industry Laweyan Surakarta Central Java. This research uses descriptive method with a "Case Study". The case study is an in-depth study of the individual, a group, an organization, a program of activities, and so within a specified time. In this study aim to obtain a complete and profound description of a job stress entrepreneur. This case study produced data for further analyzed to produce a workable theory for batik entrepreneurs in solving the problems of job stress entrepreneur. From the research results can be concluded that: (1) handling organizational work stress, namely: education and vocational training, in partnership with financial institutions, socialization FKPBL board and members, cadres, provision of Unions. (2) handling work stress groups, among others: education and communication, participation, facilitation and support, negotiation, manipulation and co-optation of coercion, and support the parties 'stakeholders' companies to program changes.

Keywords: *organizational work stress, stress teamwork, and handling work stress*

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan setiap usaha perusahaan tidak akan terlepas dari berbagai masalah yang berkaitan dengan fungsi-fungsi kegiatan usahanya, baik itu masalah produksi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran maupun usahanya. Masalah diatas tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya, permasalahan diatas harus ditangani secara komprehensif, dengan cara mengkoordinasikan antara fungsi-fungsi dalam satu kesatuan. Masalah yang berkaitan dengan fungsi sumber daya manusia merupakan satu hal yang dianggap penting dalam perusahaan. Salah satu permasalahan di organisasi adalah stres kerja.

Stres kerja menurut Robbins (2007), sebagai suatu tanggapan penyesuaian diperantarai oleh perbedaan-perbedaan individu dan atau proses psikologis yang merupakan suatu konsekuensi dari setiap tindakan dari luar (lingkungan) kerja, situasi atau peristiwa yang menetapkan permintaan psikologis dan atau fisik berlebihan kepada seseorang". Satu studi dari C. Weiman (2007) dimana menguji hubungan antara beban berlebih, beban kerja yang kurang dan stres diantara 1.540 eksekutif di satu perusahaan besar di USA. Para eksekutif yang berada pada deretan rendah dan tinggi dari rentang stres dilaporkan memiliki masalah kesehatan yang lebih nyata. Studi ini menyarankan bahwa hubungan antara penyebab, stres dan penyakit mungkin bersifat kurva linier. Mereka yang kurang beban kerja dan mereka yang memiliki beban berlebih mewakili dua ujung dari satu rangkaian kesatuan, masing-masing dengan jumlah masalah-masalah kesehatan yang tinggi secara berarti. Tingkat stres optimal memberikan keseimbangan terbaik dari tantangan tanggung jawab dan imbalan.

Hasil penelitian Alberto (1995) mengungkapkan bahwa stres kerja berpengaruh negatif pada kepuasan kerja staf audit. Penelitian yang senada juga ditemukan oleh Praptini (2000) yang menunjukan bahwa stres berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja yang dirasakan oleh tenaga edukatif tetap Universitas Airlangga Surabaya. Demikian juga penelitian Saina Nur (2013) menyimpulkan bahwa stress kerja berpengaruh negative terhadap kinerja pegawai, artinya bahwa semakin tinggi tingkat stress kerja akan memberikan dampak negative dalam peningkatan kinerja pegawai.

Batik saat ini menjadi bagian penting dalam tren busana nasional. Pemanfaatan kain bermotif batik dalam rancangan busana modern membuat batik semakin banyak disukai berbagai kalangan. Batik tak lagi lekat dengan kesan tua dan kuno. Tren busana masa kini berhasil mengangkat kain batik menjadi lebih trendi dan disukai kalangan muda (Kompas, 6 Oktober 2015). Kini, pakaian batik tak lagi identik dengan acara-acara tradisional di daerah. Perhelatan nontradisional pun kini kerap diwarnai berbagai busana dan aksesoris bercorak batik. Batik tak hanya menjadi tren busana untuk

acara pernikahan ataupun acara formal lainnya. Berbagai kalangan mulai dari pekerja kantor, wirausaha, pekerja seni, hingga pelajar dan mahasiswa mulai bangga mengenakan pakaian batik.

Seiring adanya peningkatan minat dan permintaan pasar batik dari berbagai kalangan tersebut, meningkat pula geliat produksi batik dari industri batik di dalam negeri. Distribusi batik juga mengalami peningkatan terutama ekspor ke luar negeri. Berdasarkan data Kemenperin, ekspor batik dalam lima tahun terakhir meningkat pesat. Ekspor batik yang pada tahun 2011 senilai 2.287.668,04 Dolar AS dengan volume 93.559,29 kg meningkat menjadi 48,97 juta dollar AS pada tahun 2014. Ekspor batik tersebut terutama ke Amerika Serikat, Jerman dan Korea Selatan (Kompas, 6 Oktober 2015).

Salah satu industri batik terkenal di kota Surakarta adalah kampung batik Laweyan. Masyarakat Laweyan dari zaman kerjaan Pajang sampai sekarang merupakan daerah penghasil batik. Meskipun dalam perkembangannya mengalami pasang surut dalam usahanya tetapi masyarakatnya masih tetap eksis dalam bidang perbatikan. Sejak dicanangkannya Laweyan sebagai kampung wisata batik dengan SK Walikota Surakarta Nomor 534.05/136-B/1/2004, maka perkembangan industri batik di kampung Laweyan mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung untuk berbelanja batik sekaligus belajar membuat batik serta menikmati bangunan-bangunan peninggalan yang bersejarah (Setiawati dan Nursiam, 2013). Hal ini secara tidak langsung membawa pengaruh positif pada industri batik Laweyan yang ditandai dengan meningkatnya omset penjualan. Namun dibalik meningkatnya penjualan tersebut terdapat sejumlah permasalahan di manajemen batik yang masih bersifat tradisional. Masalah tersebut diantaranya penanganan SDM yang kerap terjadi pada masalah keluar masuknya tenaga kerja/ karyawan pembatik. Apalagi permasalahan kurangnya tenaga pembatik pengganti dari kalangan tenaga muda di Laweyan sekitarnya. Pada umumnya tenaga pembatik berasal dari desa sekitar pinggiran kota Surakarta sekitarnya (Setiawati dan Nursiam, 2013).

Sehingga mengingat kondisi demikian perlu adanya penelitian stress tenaga kerja pembatik, sehingga dapat diidentifikasi karakteristik stres tenaga kerja pembatik, penyebab, akibat dan model penanganan stres kerja sebagai upaya peningkatan kinerja tenaga pembatik di industri batik Laweyan Surakarta. Tujuan penelitian ini: (1) Mengidentifikasi secara mendalam penyebab (stressor) yang terjadi di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah. (2) Mengidentifikasi secara mendalam akibat atau dampak stres kerja di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah. (3) Menyusun model penanganan stres kerja di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah.

STRES KERJA DALAM ORGANISASI

Pengertian Stres kerja menurut Gibson dan Ivancevich (1995): “Sebagai suatu tanggapan penyesuaian diperantarai oleh perbedaan-perbedaan individu dan atau proses psikologis yang merupakan suatu konsekuensi dari setiap tindakan dari luar (lingkungan), situasi atau peristiwa yang menetapkan permintaan psikologis dan atau fisik berlebihan kepada seseorang”. Sedangkan stress kerja menurut Robbins & Judge (2008), adalah suatu kondisi anda yang dinamis saat seorang [individu](#) dihadapkan pada [peluang](#), tuntutan, atau [sumber daya](#) yang terkait dengan apa yang dihasratkan oleh [individu](#) itu dan yang hasilnya dipandang tidak pasti dan penting.

Satu studi dari C. Weiman (2007) dimana menguji hubungan antara beban berlebih, beban kerja yang kurang dan stres diantara 1.540 eksekutif di satu perusahaan besar di USA. Para eksekutif yang berada pada deretan rendah dan tinggi dari rentang stres dilaporkan memiliki masalah kesehatan yang lebih nyata. Studi ini menyarankan bahwa hubungan antara penyebab, stres dan penyakit mungkin bersifat kurva linier. Mereka yang kurang beban kerja dan mereka yang memiliki beban berlebih mewakili dua ujung dari satu rangkaian kesatuan, masing-masing dengan jumlah masalah-masalah kesehatan yang tinggi secara berarti. Tingkat stres optimal memberikan keseimbangan terbaik dari tantangan tanggung jawab dan imbalan.

Penelitian tentang stress kerja antara lain penelitian [Viswesvaran](#), [Sanchez](#) & [Fisher](#) (2002) yang meneliti model untuk peran dukungan sosial dalam proses stres kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki efek tiga kali lipat pada pekerjaan hubungan stressor-regangan. Dukungan sosial mengurangi strain berpengalaman, dukungan sosial dikurangi stres yang dirasakan, dan dukungan sosial moderator hubungan stressor-regangan. Bukti untuk efek mediational dan penekan dukungan sosial pada proses stres kerja lemah. Selain itu, argumen bahwa dukungan sosial dimobilisasi ketika stres yang dihadapi adalah tidak konsisten dengan bukti empiris yang ada.

Kurangnya dukungan yang serupa ditemukan untuk argumen yang mendukung dimobilisasi ketika strain yang ditemui dan dukungan yang diberikan ketika individu menderita dengan strain.

Parker (2016) meneliti hubungan model stres kerja yang berfokus pada stres organisasi dan pekerjaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa stres kerja adalah multidimensi. Dua dimensi yang berbeda dari stres kerja diidentifikasi: waktu stres dan kecemasan. Kedua dimensi stres kerja secara signifikan terkait dengan masing-masing lima kategori stressor organisasi model, tapi tidak semua variabel independen dalam kategori secara signifikan terkait dengan stres kerja. Selain itu, stres tertentu yang terkait dengan masing-masing dimensi stres kerja terbukti secara substansial berbeda. Sedangkan penelitian Fox, Spector & Miles (2002) yang meneliti hubungan antara stres kerja, keadilan yang dirasakan, reaksi emosional yang negatif untuk bekerja. Hasilnya konsisten dengan kerangka stres kerja teoritis di mana kendala organisasi, konflik interpersonal, dan ketidakadilan yang stres pekerjaan, CWB adalah regangan perilaku, dan emosi negatif memediasi hubungan stressor-regangan. Hanya dukungan sangat lemah ditemukan untuk peran moderat disposisi afektif (kemarahan sifat dan kecemasan sifat), dan tidak ada dukungan ditemukan untuk peran moderat diharapkan otonomi dalam hubungan stressor-CWB.

Penelitian Szabo, Colleen & Paul E. (2016) melakukan penelitian difokuskan pada tentang stres dan penyelesaiannya (coping) pada siswa internasional yang mempunyai kesulitan beradaptasi dengan lingkungan budaya baru daripada stres meninggalkan rumah. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi mengatasi stres kerja di Time 1 diberikan efek utama pada kecemasan di Time 2 dengan coping primer memprediksi lebih tinggi, dan mengatasi sekunder memprediksi lebih rendah, tingkat kecemasan siswa internasional. Penelitian lain yaitu Shearer et.al (2016) meneliti efek dari intervensi meditasi kesadaran singkat tentang stres mahasiswa dan variabilitas detak jantung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kesadaran singkat dapat membantu mahasiswa mengelola stres mereka dalam menanggapi tantangan akademis dan kognitif di mana-mana dari kehidupan kampus.

Flinchbaugh, Luth, & Li (2015) meneliti efek dari stres dan berkembang pada kepuasan hidup. Penelitian ini mencoba mengembangkan model teoritis yang menghubungkan model 2-dimensi stres individu berkembang, ketahanan, dan kepuasan hidup untuk meneliti kemungkinan bahwa beberapa stres sebenarnya bisa menguntungkan. Peneliti menguji model ini di periode 10-minggu dengan 189 mahasiswa. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sementara stres hambatan mengurangi penilaian dari kepuasan hidup, tantangan stres mempromosikan kepuasan hidup. Selain itu, peneliti menemukan bahwa berkembang memediasi hubungan antara stres dan kepuasan hidup. Pemeriksaan mediasi dimoderasi lebih lanjut menunjukkan bagaimana ketahanan pengaruh berkembang sebagai mekanisme intervensi oleh buffering efek tidak langsung negatif di halangan stressor kehidupan hubungan kepuasan. Hasil penelitian memberikan dukungan awal untuk memahami mekanisme psikologis yang menjelaskan hubungan diferensial antara stres dan kepuasan hidup. Meskipun pengalaman stres tidak dapat dihindari sepenuhnya, hasil kami memberikan beberapa harapan bahwa individu tangguh masih dapat berkembang dalam lingkungan stres yang mempromosikan tantangan pribadi dan prestasi.

Sebuah studi yang dilakukan Nagel, Sonnentag, & Kühnel (2015) tentang diary tentang hubungan antara stres kerja dan latihan setelah bekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan dengan motif olahraga yang kuat (misalnya, pengakuan sosial, penampilan, kekuatan dan daya tahan) mampu melakukan perilaku latihan setelah hari stres di tempat kerja. Seperti yang diperkirakan, latihan setelah bekerja berhubungan positif dengan positif diaktifkan mempengaruhi dan ketenangan pada waktu tidur. Sedangkan studi Cruess, et.al (2015) dimana meneliti strategi manajemen stres yang dapat mengurangi distress subjektif akut dan buffer respon stres fisiologis untuk tes stres sosial berbasis laboratorium. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa strategi manajemen stres bahkan sangat singkat mungkin efektif dalam mengurangi distress akut dan juga di penyangga respon fisiologis selama stres sosial.

Penelitian Giorgi, Shoss & Leon-Perez (2015) menyelidiki hubungan takut krisis ekonomi dan nonemployability dengan kepuasan kerja dan tekanan psikologis. Penelitian cross-sectional ini dilakukan di tiga organisasi Italia yang terdiri dari 679 pekerja dengan tingkat respon dari lebih dari 60%. analisis regresi hirarkis menunjukkan bahwa, setelah mengendalikan demografi, tuntutan psikologis, kurangnya kontrol pekerjaan, dan intimidasi di tempat kerja, rendah dirasakan kerja dan takut krisis ekonomi yang positif terkait dengan tekanan psikologis dan terkait negatif dengan kepuasan kerja.

Morimoto & Shimada (2015) yang menguji apakah hubungan antara tekanan psikologis dan strategi yang menganggap keyakinan sosial budaya tentang mengatasi berbeda tergantung pada jenis strategi bertahan dan motivasi di balik pilihan mereka. Peneliti menganggap keyakinan sosial budaya tentang mengatasi setara dengan penilaian individu penerimaan kelompok strategi mengatasi mereka (yaitu, penilaian mengatasi penerimaan) dari sebuah perusahaan teknologi informasi berpartisipasi karyawan di Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terlepas dari jenis strategi coping (yaitu, masalah-terfokus, emosi-terfokus, atau koping avoidant), penggunaan yang lebih besar dari strategi coping dianggap sejalan dengan keyakinan sosial budaya terkait untuk menurunkan tekanan psikologis untuk stres tugas, sedangkan penggunaan yang lebih besar dari masalah-focused coping dianggap sejalan dengan keyakinan sosial budaya terkait untuk menurunkan tekanan psikologis untuk stres interpersonal. Motivasi untuk menggunakan strategi mengatasi yang dipilih adalah terkait secara signifikan untuk tekanan psikologis untuk stres tugas, tetapi tidak untuk stres interpersonal. Meskipun ada beberapa interaksi yang signifikan antara penggunaan strategi koping, diduga menjadi sejalan dengan keyakinan sosial budaya, dan motivasi di balik pilihan itu, efek interaksi kecil. Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi untuk menggunakan strategi koping yang dipilih dapat mempengaruhi efektivitas strategi coping, independen dari penggunaan selektif strategi coping dilakukan dengan mempertimbangkan keyakinan sosial budaya.

Kozusznik, Malgorzata, Rodríguez, & Peiró (2015) menganalisis iklim stres di tempat kerja dan hasil individu dari waktu ke waktu bagi anggota tim yang bekerja di berbagai jenis iklim. Iklim stres muncul ketika anggota dari persepsi saham kelompok tertentu tentang peristiwa-peristiwa tertentu dan konteks sebagai sumber kesusahan dan / atau eustress. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat kelelahan berbeda secara signifikan antara iklim tertekan dan eustressed, sedangkan tingkat semangat dan dedikasi berbeda secara signifikan antara iklim seimbang dan tertekan. Seiring waktu, kelelahan secara signifikan menurun di tim mana iklim berubah dari waktu ke waktu dari tertekan untuk eustressed. Di tim mana iklim stres berubah dari seimbang untuk tertekan, ada peningkatan yang signifikan dalam tingkat *inefficacy* dan penurunan yang signifikan dalam tingkat semangat. Ada juga peningkatan yang signifikan dalam sinisme dan penurunan yang signifikan dalam kekuatan dalam tim di mana iklim tetap eustressed. Pentingnya penilaian bersama stres dan implikasi hasil untuk intervensi yang efektif dibahas.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada pada industri batik yang besar di Laweyan Surakarta, Jawa Tengah yaitu Batik Putra Laweyan, Batik Mahkota, Batik Merak Manis, Batik Puspa Kencana dan Batik Gres Tenan. Alasan menggunakan lokasi penelitian di lima perusahaan batik tersebut, oleh karena di perusahaan batik tersebut berdasarkan observasi dan analisis data dalam penelitian pendahuluan adalah perusahaan batik yang mengalami masalah stres tenaga kerja, karena dampak perubahan organisasi.

2. Jenis Penelitian dan Metode Analisis

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan “Studi Kasus”. Studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu (Yin, 2006).. Dalam studi ini tujuannya untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah stres kerja pengusaha. Studi kasus ini menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori yang bisa diterapkan bagi pengusaha batik dalam menyelesaikan permasalahan stres kerja pengusaha. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Sedangkan tahapan penelitian, antara lain: (1) Mengidentifikasi penyebab (stressor) yang terjadi di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah. Tahapan ini dengan cara menganalisis dari hasil wawancara responden dan juga analisis dokumentasi, observasi di obyek penelitian. (2) Mengidentifikasi akibat atau dampak stress kerja di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah. Tahapan ini dengan cara menganalisis dari hasil wawancara responden dan juga analisis dokumentasi, observasi di obyek penelitian. (3) Menyusun model penanganan stress kerja di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah. Dalam penyusunan dikembangkan dari analisis sebab akibat dari

temuan penelitian tahap pertama, dikaitkan dengan teori dari perilaku keorganisasian, kondisi lapangan atau obyek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Stres Kerja

Dari hasil analisis data dilapangan baik melalui wawancara, observasi atau pengamatan di industri batik Laweyan Surakarta, terdapat tiga karakteristik stres kerja pengusaha akibat dampak perubahan, antara lain stres kerja organisasional, dan stres kerja kelompok.

Karakteristik stress kerja yang *pertama* adalah stres kerja organisasional, stres kerja ini disebabkan oleh dinamika organisasional dan perilaku manajerial para manajer atau pengusaha. Penyebab stres kerja dinamika organisasional *pertama* adalah proses regenerasi yang sulit. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Ahmad Sulaiman:

“Para pekerja batik disini mayoritas sudah berusia lanjut, sehingga dalam melakukan inovasi-inovasi baru memerlukan waktu yang lebih lama ketimbang pekerja yang masih muda, terus proses regenerasinya itu lumayan susah”.(wawancara dengan bapak Ahmad Sulaiman 22 Maret 2017).

Penyebab stres kerja dinamika organisasional *kedua* karena para pengusaha belum bisa menerapkan profesionalisme, sebagaimana jawaban bapak Alpha Febela:

“Di industri batik Laweyan tidak ada organisasi perusahaan yang resmi, jadi kami tidak bisa menerapkan profesionalisme selain itu kebanyakan pekerja adalah tetangga sendiri yang mayoritas tingkat pendidikannya rendah. Kalau kami melakukan teguran apalagi sampai pemecatan terhadap pekerja yang tidak komitmen ataupun tidak bekerja sesuai yang diharapkan maka kami enggak akan punya tetangga dong”. (wawancara dengan bapak Alpha F. 15 April 2017).

Penyebab stres kerja dinamika organisasional yang *ketiga* adalah karena kondisi keuangannya tidak terlalu mendukung perubahan organisasi. Sebagaimana hasil wawancara bapak Alfa F:

“Perusahaan yang berani melakukan inovasi-inovasi baru itu biasanya memiliki beberapa sumber pemasukan, sehingga banyak perusahaan batik yang kondisi keuangannya tidak terlalu mendukung mereka cenderung sedikit melakukan inovasi dan hanya mengikuti proses pembatikan sebagaimana yang telah diajarkan”. “Pemerintah itu terlalu lamban mencairkan program kerja yang kami ajukan, kadang itu proposal yang kami ajukan belum dikasih tanggapan, sampai-sampai kami itu lupa dengan program yang kami ajukan tersebut”. (wawancara dengan bapak Alpha 15 April 2017).

Penyebab stres kerja dinamika organisasional yang *keempat* adalah karena ketakutan pada proses perubahan, sebagaimana hasil jawaban wawancara dengan bapak JK:

“Pabrik ini kan produksinya tetap, jadi seumpama ada karyawan yang sakit sakit dalam posisi tertentu kita kadang-kadang disuruh menggantikannya. Kadang muncul perasaan takut mas, karena perusahaan ini kan terkenal dengan kualitasnya, nanti kalo ada kesalahan takut kalo mengurangi kualitas produk. Namun manajemen mengantisipasinya dengan pengkaderan, sehingga kami lebih mempunyai keterampilan yang beragam”. (Wawancara dengan bapak JK 9 Juni 2017).

Penyebab stres stres kerja dinamika organisasional yang *kelima* adalah karena perilaku pengusaha yang sulit menerima pada proses perubahan, sebagaimana hasil jawaban wawancara dengan bapak Widhiarso:

“Masyarakat sini itu selalu memandang acara yang dilakukan oleh forum identik dengan uang, kan juga lucu, masak mau ngasih pengetahuan yang baru buat mereka harus tombok terus”. (wawancara dengan bapak Widhiarso 19 Mei 2017).

Penyebab stres stres kerja dinamika organisasional yang *keenam* adalah karena budaya organisasi di perusahaan-perusahaan batik yang lemah. Akibat stres organisasional jenis ini menimbulkan daya saing yang lemah, bahkan beberapa pengusaha merasa khawatir akan ketatnya persaingan di pengusaha batik karena dampak perubahan. Meskipun akhirnya dari ketakutan akan ketatnya persaingan menjadi sebab perkembangan perusahaan. Sebagaimana hasil jawaban wawancara dengan bapak Ahmad Sulaiman :

“Ketika awal akan di bentuk forum pengembangan batik ini sempat ada penolakan dari bebrapa pengusaha batik, mungkin mereka takut adanya persaingan yang sangat ketat. Selain

itu para pengusaha batik sebelum tahun 2008 itu hanya fokus pada industri atau pembuatan batik saja. Seiring berjalannya waktu dengan banyaknya para pejabat seperti bupati, walikota dan bahkan menteri yang datang ke show room saya dan show room yang ada di Laweyan, akhirnya baru pada percaya”. (Wawancara dengan bapak Ahmad Sulaiman, 22 Maret 2017)

Akibat lain dari stres jenis ini bahwa para pengusaha batik justru mendapatkan sisi positif dari perubahan organisasi yaitu merubah arah strategi perusahaan menjadi fokus bisnis dan cara kerja. Seperti hasil wawancara bapak Ahmad Sulaiman:

“Pada tahun 1994 saya bekerjasama dengan salah satu perusahaan tekstil dari Malaysia, awalnya hanya sebagai penyuplai bahan baku namun setelah PT ARR kewalahan memenuhi permintaan, mereka memberikan bantuan 4 tenaga ahli untuk mengajari motif, teknik pewarnaan dan mode fashion dari Malaysia serta peralatannya. Teknik pewarnaan yang diajarkan tenaga ahli tersebut kini hampir digunakan oleh keseluruhan industri batik yang ada disini” (wawancara dengan bapak Ahmad 22 Maret 2017).

Senada dengan pemilik Batik Puspa Kencana, di Batik Merak Manis pun melakukan perubahan berdampak pada pengembangan pemasaran, sebagaimana diungkapkan oleh bagian humas dari Batik Merak Manis berikut ini:

“Usaha batik ini berusaha menerapkan perkembangan teknologi yang ada, menambah gerai di luar kota, menyediakan ruangan untuk tamu yang berkunjung seperti kunjungan dari pemerintah daerah ataupun kota yang ingin melihat-lihat maupun melakukan transaksi pembelian. Karena dengan hal demikian secara tidak langsung telah melakukan promosi secara *gethok tular* yang terbukti sangat efektif dan tidak memakan biaya, selain itu kami melakukan pengkaderan kepada pekerja supaya setiap bagian ada yang membawahi” (wawancara dengan bapak Heri 29 Maret 2017).

Karakteristik stres kerja yang *kedua* adalah stres kerja kelompok. Stres kerja kelompok adalah stres kerja dikarenakan berbagai macam peristiwa karena masalah atau dinamika kelompok dalam organisasi. Penyebab stres kerja ini dikarenakan berbagai macam hal. Dari hasil pengamatan di lokasi penelitian stres organisasi disebabkan oleh diantaranya adalah karena: *pertama*, terjadinya beberapa kelompok pengusaha yang tidak memotivasi terjadinya perubahan. Dari hasil observasi walau terjadi perubahan, beberapa pengusaha mendukungnya tetapi ada beberapa pengusaha tidak mau berubah terhadap strategi perusahaannya, di beberapa perusahaan batik tersebut ada norma kelompok yang punya potensi untuk menghalanginya. Sebagai anggota Di Forum Pengembangan Kampoeng *Batik Laweyan* (FPKBL), walau sebagai pribadi dia setuju atas suatu perubahan, namun jika perubahan itu tidak sesuai dengan norma di perusahaannya, maka dukungan individual pengusaha menjadi lemah. Demikian juga terjadi menurunnya motivasi terhadap perubahan disebabkan khawatir ancaman terhadap keahlian, dimana perubahan dalam pola organisasional bisa mengancam keahlian kelompok kerja tertentu. Di Industri Batik Laweyan beberapa pengusaha sudah menggunakan komputer untuk merancang suatu desain batik, hal ini mengancam kedudukan pengusaha yang masih menggunakan disain tradisional.

Penyebab stres kerja kelompok yang *kedua* adalah adanya karena adanya *resistensi* atau *penolakan* terhadap perubahan. Seringnya dampak utama dari kesalahan yang dilakukan dalam mengelola perubahan adalah munculnya resistensi dari para manajer atau para karyawan terhadap perubahan yang dilakukan oleh perusahaan. Terjadinya resistensi terhadap perubahan di Industri Batik Laweyan terbukti dari hasil wawancara pada responden di dapatkan bahwa pengusaha merasa ketakutan adanya persaingan yang ketat. Sebagaimana jawaban bapak Ahmad Sulaiman:

“Dulu ketika awal pencaangan forum pengembangan ini sempat ada penolakan dari 3 industri batik, mungkin mereka takut adanya persaingan yang sangat ketat. Selain itu para pengusaha batik sebelum tahun 2008 itu hanya fokus pada industri atau pembuatan batik saja, ketika mereka diajak untuk membuka show room yang hanya bermodal lemari dan hanger saja banyak yang enggak gubris. Seiring berjalannya waktu dengan banyaknya para pejabat seperti bupati, walikota dan bahkan menteri yang datang ke show room saya dan show room yang ada di Laweyan, akhirnya baru pada percaya”. (Wawancara dengan bapak Ahmad Sulaiman 22 Maret 2017)

Penyebab stres stres kerja dinamika kelompok yang *ketiga* tidak punya kesatuan langkah dalam mengadakan proses perubahan oleh karena beragamnya gagasan, pemikiran para pengusaha batik. Sebagaimana jawaban bapak Alpha Febela (Ketua FPKBL):

“Kan masyarakat di Laweyan ini sangat beragam, ada yang punya gagasan kami terima, ada yang hanya punya uang kami terima, ada yang hanya punya waktu atau istilahnya daftar absen ya kita terima dan yang terakhir itu modalnya adalah cukup berbesar hati dengan artian ada industri yang sudah mapan itu cukup berbesar hati”.(wawancara dengan bapak Alpha 15 April 2017).

Keanekaragaman ide dan pemikiran pengusaha batik terhadap perubahan juga dikarenakan pengusaha batik di Laweyan punya hak secara masing-masing untuk berkembang, tidak bisa memaksa untuk melakukan perubahan. Sebagaimana jawaban bapak Widhiarso:

“Semua pengusaha batik atau warga di Laweyan kan juga berhak untuk berkembang, kalo mereka yang menolak perubahan satu visi dengan forum ya kita rangkul, tapi kalau tidak ya enggak. Karena bahaya, nanti mereka hanya mempengaruhi kepada masyarakat yang tidak tidak, seharusnya mereka itu menawarkan kepada masyarakat apa yang bisa diajarkan bukan malah menyetir kita. Cara kami kalau bisa ya dirangkul kalau enggak ya disingkir, tetapi kami tetap berkomunikasi baik dengan mereka”. (wawancara dengan bapak Widhiarso 19 Mei 2017).

Akibat stres jenis ini terjadi ketidaksatuan langkah dalam visi dan misi perubahan. Ketidaksatuan langkah diantara pengusaha batik terutama bagi pengusaha yang tidak menjadi anggota forum pengusah batik Laweyan. Bahkan dari wawancara diatas maka tekanan-tekanan seperti ini akan berakibat konflik kerja antar pengusaha.

2. Penanganan Stres Kerja

Dalam menangani stres kerja di Industri Batik Laweyan, maka penanganannya dengan melalui pendekatan penyebab stres kerja pengusaha.

Penyebab stres kerja pengusaha *pertama* adalah penyebab dinamika organisasional. Penyebab dinamika organisasional pertama dan kedua adalah proses regenerasi yang sulit dan para pengusaha belum bisa menerapkan profesionalisme. Dari penyebab-penyebab ini maka penyelesaiannya adalah dengan pendidikan dan pelatihan kerja. Melihat kondisi perusahaan batik di Kampong Batik Laweyan, dimana kebanyakan perusahaan pribadi atau milik perseorangan, maka penciptaan bisa dengan melatih dan mendidik anaknya atau karyawannya agar bisa memahami dan mencintai industri batik sehingga akan bisa melanjutkan usaha batik yang telah di geluti orang tuanya. Juga dengan pendidikan dan pelatihan akan bisa menciptakan profesionalisme dalam bekerja. Dalam mengadakan pelatihan dan pendidikan maka bisa menggandeng banyak pihak antara lain perguruan tinggi, dan pemerintah melalui DEKRANASDA.

Penyebab stres kerja dinamika organisasional *ketiga* adalah karena kondisi keuangannya tidak terlalu mendukung perubahan organisasi. Dari penyebab ini maka langkah penyelesaiannya dengan menggandeng Lembaga perantara keuangan baik dari kalangan perbankan maupun lembaga perkreditan. Melihat kondisi latarbelakang pengusaha batik di Laweyan yang rata-rata mempunyai sifat keagamaan yang kuat, maka patner usaha bisa dari kalangan perbankan syariah.

Penyebab stres kerja dinamika organisasional yang *keempat* dan *kelima* yaitu karena perilaku pengusaha yang sulit menerima pada proses perubahan karena ketakutan pada proses perubahan. Dari sebab ini penyelesaiannya dengan cara sosialisasi pengurus FKPBL yang menjelaskan banyak tentang hakekat perubahan strategi industri batik dan manfaat serta pelaksanaannya. Demikian juga manajemen perusahaan batik dapat mengantisipasinya dengan pengkaderan, sehingga pengusaha lebih mempunyai keterampilan yang beragam.

Penyebab stres kerja dinamika organisasional yang *keenam* di industri batik Laweyan Surakarta Jawa Tengah, karena tidak adanya organisasi yang dapat menyampaikan aspirasi karyawan, adanya struktur organisasi yang kurang jelas, budaya organisasi yang lemah, kepemimpinan yang tidak memotivasi. Dari sebab ini penyelesaiannya dengan cara menyediakan tempat atau organisasi yang dapat menyampaikan aspirasi karyawan, misalnya dibentuk serikat pekerja/karyawan. Demikian juga perlu mewujudkan struktur organisasi yang jelas termasuk didalamnya jenjang karir karyawan. Di Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FPKBL) perlu di telusuri budaya organisasi yang kuat secara bersama dan juga di ciptakan model kepemimpinan yang transformasional yang dapat memotivasi karyawannya.

Dari hasil analisis penelitian maka diambil kesimpulan model penanganan *pertama* yaitu stres kerja organisasional, dengan cara: (1) Pendidikan dan pelatihan kerja, (2) Mitra Lembaga Keuangan, (3) Sosialisasi pengurus dan anggota FKPBL, (4) Pengkaderan, (5) Penyediaan organisasi Serikat pekerja. Model penanganan ini berbeda dengan model penanganan stres kerja hasil penelitian

terdahulu yaitu Shinn et.al (2016) yang melakukan survei email dari 141 pekerja pelayanan manusia (berusia 25-65 tahun) untuk menyelidiki efek dari mengatasi pada tekanan psikologis dan kelelahan yang dihasilkan oleh stres kerja. Perbedaannya model penanganan stres kerja Shinn et.al (2016) dengan cara menekankan pada lembaga-lembaga pelayanan sosial harus mengambil tindakan konsultasi untuk mengurangi stres di antara karyawan, sedangkan model ini menekankan pada operasional kelembagaan. Persamaannya adalah sama-sama menekankan pada aspek organisasional atau kelembagaan.

Model penelitian ini juga berbeda dengan modelnya Parker (2016) yang meneliti hubungan model stres kerja yang berfokus pada stres organisasi dan pekerjaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa stres kerja adalah multidimensi. Dua dimensi yang berbeda dari stres kerja diidentifikasi: waktu stres dan kecemasan. Kedua dimensi stres kerja secara signifikan terkait dengan masing-masing lima kategori stressor organisasi model, tapi tidak semua variabel independen dalam kategori secara signifikan terkait dengan stres kerja. Selain itu, stres tertentu yang terkait dengan masing-masing dimensi stres kerja terbukti secara substansial berbeda.

Penyebab stres stres kerja yang **kedua** adalah sebab individual. Penyebab stres kerja individual adalah karena masalah **keluarga**, masalah ekonomi pribadi, konflik peran ambiguitas, dan adanya beban kerja yang berlebihan yang dirasakan oleh seorang pengusaha. Adanya konflik peran ambiguitas, dan beban kerja yang berlebihan justru dapat meningkatkan kinerja pengusaha. Sehingga dari kondisi ini, sebaiknya pengusaha batik mempertahankan suasana ini, mengingat adanya konflik peran ambiguitas, adanya beban kerja yang berlebihan justru dapat meningkatkan kinerja karyawan. Hal ini bisa dipahami mengingat dengan egoisme dan beban kerja yang lebih menjadikan mereka bekerja penuh semangat dan motivasi tinggi sehingga kinerja meningkat. Tapi yang harus diingat adanya konflik peran dan beban kerja berlebih harus diawasi supaya tidak berlebihan sehingga berefek negatif.

Dalam penanganan stres kerja individual model ini berbeda dengan penelitian Szabo, Colleen & Paul E. (2016) yang difokuskan pada penyelesaiannya model *coping* pada siswa internasional. Strategi mengatasi stres kerja di Time 1 diberikan efek utama pada kecemasan di Time 2 dengan koping primer memprediksi lebih tinggi, dan mengatasi sekunder memprediksi lebih rendah, tingkat kecemasan siswa internasional. Demikian juga model penanganan stres ini berbeda dengan modelnya Shearer et.al (2016) yang berfokus pada pelatihan kesadaran singkat dapat membantu mahasiswa mengelola stres mereka dari tantangan akademis dan kehidupan kampus.

Penyebab stres kerja yang **ketiga** adalah stres kerja kelompok. Stres kerja kelompok adalah stres kerja dikarenakan berbagai macam peristiwa karena masalah kelompok dalam organisasi. Penyebab stres kerja ini dikarenakan berbagai macam hal. Dari hasil pengamatan di lokasi penelitian stres organisasi disebabkan diantaranya karena terjadinya beberapa kelompok pengusaha yang tidak memotivasi terjadinya perubahan. Hal ini dibuktikan adanya resistensi atau penolakan terhadap perubahan. Padahal menurut Lewin (1951) perubahan yang efektif dimulai dari kekuatan kelompok, bahwa perilaku kelompok merupakan rangkaian rumit interaksi simbolik dan daya-daya kekuatan yang tidak hanya mempengaruhi struktur kelompok, namun juga mampu mengubah perilaku individu. Karenanya individu merupakan fungsi dari lingkungan kelompok atau medan (*field*) darimana tercipta kekuatan dan ketegangan yang bersumber dari tekanan kelompok setiap anggotanya.

Dari sebab ini, maka penyelesaiannya bisa dengan cara pendekatan Kotter (1996), dimana ada enam taktik yang bisa dipakai untuk mengatasi resistensi perubahan, antara lain: (1) Pendidikan dan komunikasi, yaitu dengan memberikan penjelasan secara tuntas tentang latar belakang, tujuan, akibat, dari diadakannya perubahan kepada semua pihak. Komunikasi dalam berbagai macam bentuk seperti ceramah, diskusi, laporan, presentasi, dan bentuk-bentuk lainnya. (2) Partisipasi, yaitu dengan cara mengajak serta semua pihak untuk mengambil keputusan. Pimpinan hanya bertindak sebagai fasilitator dan motivator. Biarkan anggota organisasi yang mengambil keputusan. (3) Memberikan kemudahan dan dukungan, yaitu jika pegawai takut atau cemas, lakukan konsultasi atau bahkan terapi. Demikian juga memberi pelatihan-pelatihan, meskipun memang memakan waktu, namun akan mengurangi tingkat penolakan. (4) Negosiasi, yaitu dengan cara melakukan negosiasi dengan pihak-pihak yang menentang perubahan. Cara ini bisa dilakukan jika yang menentang mempunyai kekuatan yang tidak kecil. Misalnya dengan serikat pekerja. Tawarkan alternatif yang bisa memenuhi keinginan mereka. (5) Manipulasi dan Kooptasi, manipulasi adalah menutupi kondisi yang sesungguhnya. Misalnya menggandakan fakta agar tampak lebih menarik, tidak mengutarakan hal yang negatif,

sebarakan rumor, dan lain sebagainya. Sedangkan kooptasi dilakukan dengan cara memberikan kedudukan penting kepada pimpinan penentang perubahan dalam mengambil keputusan. (6) Paksaan, hal ini merupakan taktik terakhir berupa paksaan, yaitu dengan cara memberikan ancaman dan jatuhkan hukuman bagi siapapun yang menentang dilakukannya perubahan.

Sebagai upaya lain untuk mengatasi penolakan perubahan di sini juga perlu adanya peranan dan dukungan pihak-pihak '*stakeholders*' lembaga atau perusahaan terhadap program perubahan tersebut. Sebagaimana hasil penelitian Djoemad Tjiptowardojo (2010) yang meneliti secara kualitatif terhadap Strategi Peningkatan Mutu Universitas Widyatama di Kota Bandung, berkesimpulan bahwa untuk peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan tinggi dalam kerangka otonomi pendidikan tinggi dan globalisasi, dapat dilakukan dengan menerapkan manajemen stratejik melalui penerapan strategi-strategi peningkatan mutu dosen dan staf, mutu layanan administrasi/manajemen, dan peningkatan mutu sarana dan prasarana kelembagaan. Temuan penelitian ini berimplikasi pada penyelesaian stres kerja di Kampung Batik Laweyan dengan peningkatan peranan dan dukungan pihak-pihak '*stakeholders*' lembaga terhadap program peningkatan strategi perusahaan melalui upaya-upaya peningkatan mutu produk, administrasi/manajemen lembaga dan sarana-prasarana produksi batik.

Penanganan stres kerja kelompok, yaitu : (1) Pendidikan dan komunikasi, (2) Partisipasi, (3) Pemberian kemudahan dan dukungan, (4) Negosiasi, (5) Manipulasi dan Kooptasi, (6) Paksaan. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian [Viswesvaran](#), [Sanchez](#) & [Fisher](#) (2002) yang meneliti model untuk peran dukungan sosial dalam proses stres kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki efek tiga kali lipat pada pekerjaan hubungan stressor-regangan. Dukungan sosial mengurangi strain berpengalaman, dukungan sosial dikurangi stres yang dirasakan, dan dukungan sosial moderator hubungan stressor-regangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Karakteristik stres kerja dan penanganannya Industri Batik Laweyan:

1. Stres kerja karyawan dinamika organisasional, stres kerja ini disebabkan oleh dinamika organisasional dan perilaku manajerial para manajer atau pengusaha. Penyebab stres kerja dinamika organisasional: (1) regenerasi yang sulit, (2) pengusaha belum bisa menerapkan profesionalisme, (3) kondisi keuangannya tidak terlalu mendukung perubahan, (4) ketakutan pada proses perubahan, (5) beberapa perilaku pengusaha yang sulit menerima pada proses perubahan, (6) tidak adanya organisasi yang dapat menyampaikan aspirasi karyawan, (7) adanya struktur organisasi yang kurang jelas, (8) budaya organisasi yang lemah, (9) kepemimpinan yang tidak memotivasi.
2. Stres kerja karyawan dinamika kelompok, stres kerja yang terjadi karena sebab kelompok dalam perusahaan atau kelompok perusahaan, yaitu disebabkan menurunnya motivasi perubahan, terjadinya resistensi atau penolakan terhadap perubahan dan beraneka ragam pemikiran pengusaha.
3. Penanganan stres kerja organisasional: (1) Pendidikan dan pelatihan kerja, (2) Mitra Lembaga Keuangan, (3) Sosialisasi pengurus dan anggota FKPBL, (4) Pengkaderan, (5) Penyediaan organisasi Serikat pekerja.
4. Penanganan stres kerja kelompok, yaitu : (1) Pendidikan dan komunikasi, (2) Partisipasi, (3) Pemberian kemudahan dan dukungan, (4) Negosiasi, (5) Manipulasi dan Kooptasi, (6) Paksaan dan (7) Dukungan pihak-pihak '*stakeholders*' perusahaan terhadap program perubahan.

SARAN

Dari analisis penyebab dan model penanganannya, maka peneliti menyarankan baik kepada pengelola Industri Batik Laweyan, Pemkot Surakarta dan peneliti lain:

1. Bagi pengusaha batik di Industri Batik Laweyan dalam menangani stres kerja, maka memfokuskan pada upaya dikelompokkan pengusaha batik yang tergabung dalam FPKBL baik penanganan stres kerja secara organisasional, dan stres kerja kelompok. Selanjutnya penanganan di usahakan pada masing-masing perusahaan, yaitu penanganan stres kerja secara individual dan stres kerja lingkungan.
2. Bagi Pemerintah Kota Surakarta siap diajak bermitra bahkan mendukung sepenuhnya program kemitraan seperti mengadakan pendidikan dan pelatihan kerja, dalam hal ini Balai Latihan Kerja, Lembaga pelatihan atau Dewan Kesenian dan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA).

Pemkot Surakarta juga menyerukan pada Lembaga Keuangan baik konvensional maupun Lembaga Keuangan Syariah untuk mendukung perubahan tersebut dari sisi penambahan modal usaha.

3. Bagi peneliti lain, obyek penelitian bisa diperluas dengan menggunakan industri batik lainnya di seluruh Surakarta. Hal ini dikarenakan karakteristik stres kerja lebih bervariasi dan lebih kompleks dan akan menghasilkan temuan penelitian yang lebih fenomena dan berguna untuk meningkatkan kinerja karyawan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alberto., 1995, *A Comparison of Organizational Structure job stress, and satisfaction in audit and management*. All business
- Arezes, P. M, & Miguel, A. S. 2005. *Individual Perception of Noise Exposure and Hearing Protection in Industry*. *Human Factors*, 47, 683-692
- Avery, G & Baker, E. 1990. *Psychology at Work*. Australia: Prentice Hall Incorporation
- [Chockalingam Viswesvaran](#), [Juan I. Sanchez](#), [Jeffrey Fisher](#), 2002, *The Role of Social Support in the Process of Work Stress: A Meta-Analysis*, [Organizational Behavior and Human Performance](#),
- Cooper, C.L., Dewe P.J. & O' Driscoll MP., 1991, *Organizational Stress A review and Critique of Theory, Research, and Applications*, California: Sage Publications Inc.
- Cruess, Dean G.; Finitis, David J.; Smith, Anne-Lise; Goshe, Brett M.; Burnham, Kaylee; Burbridge, Caitlin; O'Leary, Katherine, 2015, *Brief stress management reduces acute distress and buffers physiological response to a social stress test*. *International Journal of Stress Management*, Vol 22(3), Aug 2015, 270-286.
- Dhanita, Dhini Rama, 2010, *Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Medical Representatif di Kota Kudus)*, *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, Volume 1 No.1, Desember 2010
- [Donald F. Parker](#), 2004, *Organizational determinants of job stress*, [Organizational Behavior and Human Performance](#)
- Etsem, M. B, Sugiyanto, Pudjono, M. 1994. *Pengaruh Intensitas Kebisingan terhadap Memori Jangka Pendek*. *Jurnal Psikologi XXI Juni No.1*. Jogjakarta: UGM
- Fenlanson, K. J, & Beehr, T. A. 1994. *Social support and occupational stress: Effects of talking to others*. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 157 – 175
- Flinchbaugh, Carol; Luth, Matthew T.; Li, Pingshu, 2015, *A challenge or a hindrance? Understanding the effects of stressors and thriving on life satisfaction*. *International Journal of Stress Management*, Vol 22(4), Nov 2015, 323-345.
- Gibson. L & Ivancevich, 2001, *Organizations (Behavior, structure and Process)*, Richard D. Irwin, Inc. terjemah PT. Binarupa aksara, Jakarta
- Giorgi, Gabriele; Shoss, Mindy K.; Leon-Perez, Jose M., 2015, *Going beyond workplace stressors: Economic crisis and perceived employability in relation to psychological distress and job dissatisfaction*. *International Journal of Stress Management*, Vol 22(2), May 2015, 137-158.
- Greenberg J and Baron, 2000, *Behavior in Organizations*, Prentice Hall Inc, Seventh edition
- Hadjam, M.N.R. 1999. *Stres dan Pengelolaannya*. *Seminar Nasional Manajemen Stres dan Relaksasi*. Depok: Fakultas Psikologi Gunadarma
- Hersey, P & Blanchard, K. H, 1981, *The Management of Organizational Behavior*, 4 th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall
- Kinnunen, Ulla; Rantanen, Johanna; de Bloom, Jessica; Mauno, Saija; Feldt, Taru; Korpela, Kalevi, 2016, *The role of work-nonwork boundary management in work stress recovery*. *International Journal of Stress Management*, Vol 23(2), May 2016, 99-123.
- Kompas 21 September 2011, *Ekspor Batik Indonesia meningkat*, PT. Gramedia, Jakarta
- Kozusznik, Malgorzata Wanda; Rodríguez, Isabel; Peiró, José María, 2015, *Eustress and distress climates in teams: Patterns and outcomes*. *International Journal of Stress Management*, Vol 22(1), Feb 2015, 1-23.
- Kreitner R & Kinicki A, 2001, *Organizational Behavior*, Mc Graw Hill Companies, Inc. New York
- Luce S. & Juravich T., 2002, *Stres in the Call Center, a Report on the Work life of Call Center Representatif in the Utility Industry*, Utility Workers Union of America, Massachusetts University

- Morimoto, Hiroshi; Shimada, Hironori, 2015, *The relationship between psychological distress and coping strategies: Their perceived acceptability within a socio-cultural context of employment, and the motivation behind their choices*. International Journal of Stress Management, Vol 22(2), May 2015, 159-182.
- Mark C. Bolino,; Turnley, William H. , 2005, *The Personal Costs of Citizenship Behavior: The Relationship Between Individual Initiative and Role Overload, Job Stress, and Work-Family Conflict*. Journal of Applied Psychology, Vol 90(4), Jul 2005, 740-748.
- Matteson, MT. and Ivancevich, J.M., *Managing Job Stress and Health: The Intelligent Person's Guide*, New The Free Press, York , NY
- Miner, J. B. 1992. *Industrial Organizational Psychology*. Singapore: McGraw- Hill Book Incorporation
- Moleong, L.J., 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung PT. Remaja Rosdakarya
- Morgan, C.T, King, R. A & Robinson, N.M. 1979. *Introduction To Psychology* Sixth Edition. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, Ltd.
- Mowday, Porter, Steers, 1999, “ *Employee- Organization Linkages : The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*, Acedemic Press, New York.
- Muljono, P. 2002. *Hubungan antara Kepuasan Kerja Dan Sikap Kerja terhadap Profesi dengan Motivasi Kerja Karyawan*. Jurnal Perpustakaan Pertanian Volum XI no 1. <http://pustaka bogor.net/publ/jpp/jp11101>
- Newstorm, J. M., & Davis, K. 1997. *Organizational behavior: Human behavior at work* New York: McGrawHills Companies, inc
- Nila Kirana, 2015, *Batik Semakin Diminati*, Kompas, 6 Oktober 2015
- Praptni., 2000, *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Tenaga Edukatif Tetap Fakultas Ilmu Sosial*, Airlangga University Library UNAIR, Surabaya
- Quick, James C., Jonathan D., dkk (2002), *Preventive Stress management in Organizations*, Washington DC, APA Order Departement
- Raeda Fawzi Abu Al Rub, 2004, *Job Stress, Job Performance, and Social Support Among Hospital Nurses*, Journal of Nursing Scholarship, [Volume 36, Issue 1](#), pages 73–78, March 2004
- Robbins, Stephen P., 2003, *Organizational Behavior, Concept Contropversies and Applications*, Prentice Hall Inc. USA. Terjemahan. Jakarta: P.T. Indeks Kelompok Gramedia.
- Robbins, Stephen P.; Judge, Timothy A., 2007. *Perilaku Organisasi* Buku 2, Jakarta: Salemba Empat Jakarta
- Saina Nur, 2013, *Konflik Stres Kerja dan Kepuasan kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Pada Universitas Khairun Ternate*, Jurnal Emba, vol 1 No.3. September 2013
- Setiawati, Erma dan Nursiam, 2013, *Pengegembangan Komoditas Batik: Determinan Budaya Ekonomi Terhadap Perkembangan Usaha Ekonomi Lokal, (Studi Tentang Pengusaha Batik Laweyan Surakarta)*, Prosiding Seminar Islam dan Peradaban Umat, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Shearer, Annie; Hunt, Melissa; Chowdhury, Mifta; Nicol, Lorena, 2016, *Effects of a brief mindfulness meditation intervention on student stress and heart rate variability*. International Journal of Stress Management, Vol 23(2), May 2016, 232-254.
- Shinn, Marybeth; Rosario, Margaret; Mørch, Hanne; Chestnut, Dennis E., 1984, *Coping with job stress and burnout in the human services*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol 46(4), Apr 1984, 864-876.
- Somer, Eli; Ataria, Yochai, 2015, *Adverse outcome of continuous traumatic stress: A qualitative inquiry*. International Journal of Stress Management, Vol 22(3), Aug 2015, 287-305.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Szabo, Agnes; Ward, Colleen; Jose, Paul E., 2016, *Uprooting stress, coping, and anxiety: A longitudinal study of international students*. International Journal of Stress Management, Vol 23(2), May 2016, 190-208.
- Winardi, 2009, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Kencana, Prenada Media Group, Jakarta
- Winardi, 2009, *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*, PT. Raja Grafindo Rajawali Press, Jakarta
- Yin, K.R., 2006, *Studi Kasus: Desain dan metode*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta

ANALISIS ABNORMAL RETURN SAHAM LQ 45 PADA SAAT AMERICAN SHUTDOWN

Cahyani Tunggal Sari
STIE AUB SURAKARTA
cahyani031084@gmail.com

Abstrak

Amerika melakukan penutupan pemerintahan sementara yang dikenal sebagai *American Shutdown*. Kebijakan tersebut berlangsung dari tanggal 1 Oktober 2013 hingga tanggal 16 Oktober 2013. Peristiwa *Government Shutdown* yang dilakukan oleh pemerintah Amerika merupakan situasi ketika kongres yang merupakan fungsi legislatif pemerintahan federal Amerika Serikat gagal menyepakati anggaran yang diperlukan untuk kegiatan operasional pemerintahan. Penelitian ini mengkaji pengaruh *American Shutdown* sebagai salah satu peristiwa pemerintahan atau politik di Amerika terhadap perubahan harga saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang mencakup 36 perusahaan anggota LQ45, Saham-saham yang termasuk dalam kelompok LQ45 di Bursa Efek Indonesia tidak bereaksi berlebihan terhadap terjadinya peristiwa *American Shutdown* 2013. Reaksi saham-saham LQ45 pada masa sebelum *event date* signifikan berbeda dibandingkan dengan sesudah *event date*, terlihat dengan terdapatnya perbedaan *abnormal return* yang antara sebelum dan sesudah peristiwa *American Shutdown* 2013.

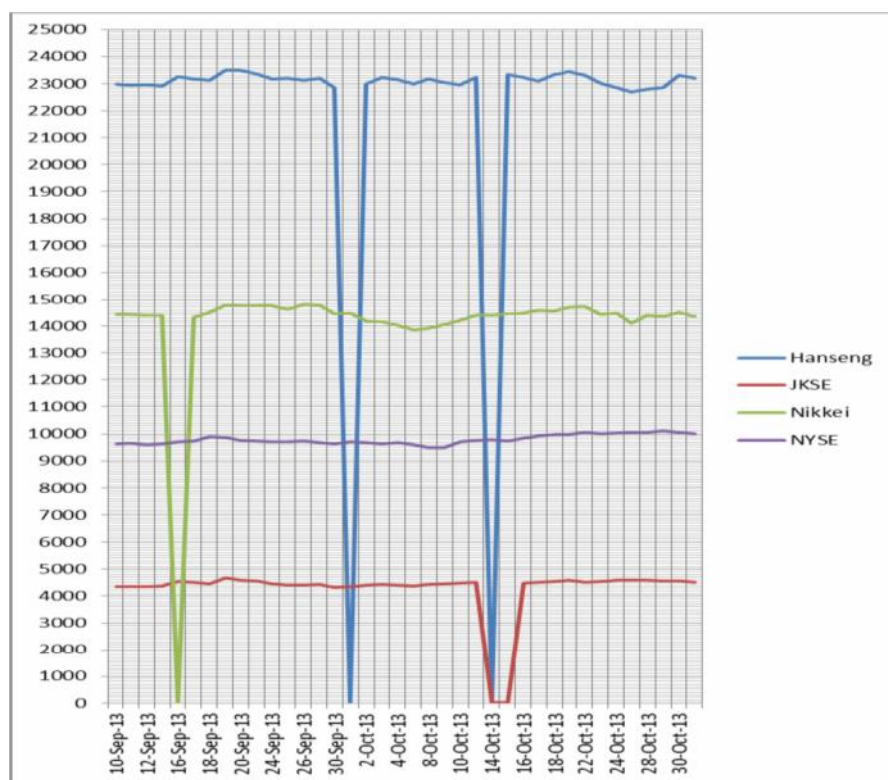
Kata Kunci : American Shutdown, Abnormal Return, LQ45 stocks

PENDAHULUAN

Pada tanggal 1 Oktober 2013, Amerika melakukan penutupan pemerintahan sementara yang dikenal sebagai *American Shutdown*. Kebijakan tersebut berlangsung dari tanggal 1 Oktober 2013 hingga tanggal 16 Oktober 2013. Peristiwa *Government Shutdown* yang dilakukan oleh pemerintah Amerika merupakan situasi ketika kongres yang merupakan fungsi legislatif pemerintahan federal Amerika Serikat gagal menyepakati anggaran yang diperlukan untuk kegiatan operasional pemerintahan. Kebijakan tersebut diperkirakan akan memberikan dampak katastrofik kegagalan Amerika dalam membayar hutang akibatnya kepercayaan investor akan menurun terhadap kemampuan permodalan Amerika (Capital Group, 2013).

Penutupan pemerintahan Amerika pada tanggal 1 Oktober 2013 bukan merupakan yang pertama kali. Amerika sudah pernah melakukan penutupan pemerintahan sebanyak 17 kali sebelum *shutdown* 2013.

Kebijakan penutupan pemerintah Amerika tahun 2013 secara tidak langsung juga memberikan gejolak pada pasar modal dunia. Gambar berikut menyajikan grafik indeks harga saham dari pasar saham Hanseng Hongkong, Nikkei Jepang, NYSE New York, dan JKSE Indonesia. Berdasarkan grafik tersebut tampak bahwa indeks Hanseng Hongkong mengalami penurunan terendah pada tanggal 30 September 2013 yang merupakan 1 hari sebelum masa *American Shutdown*. Indeks Nikkei Jepang mengalami penurunan terendah tanggal 7 Oktober 2013. Indeks NYSE (New York Stock Exchange) mengalami penurunan terendah pada tanggal 4 Oktober 2013 dan indeks JKSE (Jakarta Stock Exchange) mengalami penurunan terendah pada tanggal 30 September 2013. Titik terendah dari keempat indeks pasar saham di Asia dan Amerika tersebut berada pada hari-hari di sekitar *American Shutdown* 2013, sehingga fakta ini menunjukkan adanya gejolak dari pasar saham terkait dengan adanya peristiwa *shutdown*.



Peristiwa *American Shutdown* 2013 merupakan salah satu peristiwa yang terkait dengan peraturan pemerintah Amerika dimana dapat menimbulkan risiko ketidakpastian pada pelaku pasar saham. Apabila dilihat dari segi dampaknya, peristiwa *American Shutdown* 2013 dapat mempengaruhi kinerja keuangan di berbagai negara, sebagaimana disampaikan Hummel (2012) bahwa Amerika akan menerima konsekuensi jangka panjang dan jangka pendek apabila terjadi *default*. Sebanyak 45% dari saham US dimiliki oleh pihak asing, dan yang terbesar dimiliki oleh China sehingga apabila US mengalami *default*, *Federal Reserve (the FED)* yang merupakan pemegang kendali keuangan Amerika akan mengalami kebangkrutan karena harus segera meluncurkan uang untuk mendanai keperluan pemerintahan pada masa *default*.

Berbagai penelitian yang menggunakan kajian peristiwa (*event study*) menjadikan penelitian ini menjadi semakin menarik. Kajian peristiwa merupakan analisis empiris terhadap perilaku saham di sekitar peristiwa atau kejadian tertentu (Gumanti, 2011:337). Penelitian *event study* yang terkait dengan kajian peristiwa ekonomi diantaranya diteliti oleh Pasaribu (2008), Sedianingtias (2010), Sularso (2003), dan Widyastuti (2010). Penelitian *event study* yang terkait dengan peristiwa non-ekonomi diantaranya diteliti oleh Setyawan (2006), Kabel (2009), Yuwono (2013), Trisnawati *et al.* (2011), dan Bhattacharya *et al.* (2013).

Perilaku pasar saham yang diuji dalam kajian peristiwa adalah *return* saham di pasar modal untuk menentukan akibat dari suatu kejadian terhadap harga saham. *Return* yang merupakan cerminan dari peristiwa tertentu tersebut adalah *abnormal return* yang merupakan hasil dari adanya anomali pasar. Pada kajian pasar saham, terdapat empat macam anomali pasar, yaitu anomali perusahaan, anomali musiman, anomali peristiwa atau kejadian, dan anomali akuntansi (Gumanti, 2011:343). Pasar modal di Indonesia (Bursa Efek Indonesia) memiliki empat macam jenis indeks harga saham diantaranya Jakarta Islamic Index (JII), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Indeks sektoral, Indeks LQ45, dan Indeks *Individual*. Penelitian ini menggunakan data dari indeks LQ45 dan harga saham perusahaan yang termasuk dalam kelompok indeks LQ45 yang merupakan 45 saham teratas yang memiliki tingkat likuiditas diatas lebih tinggi dibandingkan saham perusahaan lainnya. Perusahaan yang tercatat ke dalam indeks LQ45 merupakan saham perusahaan yang cenderung lebih reaktif dan responsif terhadap suatu peristiwa.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori Efisiensi Pasar

Pada tahun 1970, Fama memperkenalkan Teori Efisiensi Pasar atau yang dikenal dengan EMH (*Efficient Market Hypothesis*). Pada dasarnya EMH menyatakan bahwa dalam pasar modal yang efisien, informasi yang relevan akan ditanggapi dengan cepat, lengkap, dan akurat oleh pasar. Jika sebuah pasar efisien, maka semua informasi yang ada akan tercermin pada harga, sehingga dalam pasar modal yang efisien seharusnya tidak ada orang yang mendapatkan hasil berlebihan karena ia mempunyai akses yang lebih baik terhadap informasi dan merespons lebih cepat. Maka dari itu, efisiensi pasar menyangkut dua hal utama yaitu: kecepatan dan ketepatan penyesuaian harga pasar terhadap informasi baru.

Teori Event Study

Penelitian peristiwa atau kejadian (*event study*) merupakan analisis empiris terhadap perilaku saham di sekitar peristiwa atau kejadian tertentu, yaitu *return* saham perusahaan diuji untuk menentukan akibat atau efek dari suatu kejadian terhadap harga saham. *Return* unik saham adalah kesalahan residu (*residual error term*) yang merupakan perbedaan antara *return* sebenarnya sekuritas dan yang diperoleh dengan pendekatan model indeks. Dengan kata lain, setelah menyesuaikan apa *return* yang seharusnya diperoleh oleh perusahaan, dengan pendekatan model indeks, sisa berapapun dari pengurangan terhadap *return* aktual adalah *abnormal return* yang merupakan cerminan dari suatu kejadian tertentu (Gumanti, 2011). Terdapat tiga jenis *event study*, yaitu *market efficiency* yang ditujukan untuk menilai seberapa cepat dan seberapa benar reaksi pasar terhadap informasi baru, *information usefulness* yang ditujukan untuk menilai tingkatan imbal hasil pasar bereaksi terhadap munculnya informasi baru, dan *matric explanation*.

Abnormal Return

Pengamatan terjadinya reaksi pasar terhadap suatu peristiwa (*event study*) dapat dilakukan dengan mengamati perubahan harga yang dinilai dengan adanya *abnormal return*. Jogiyanto (2003) menyatakan bahwa suatu pengumuman yang memiliki kandungan informasi akan menunjukkan *abnormal return* kepada pasar, sebaliknya yang tidak mengandung informasi tidak akan menunjukkan *abnormal return*.

Abnormal return merupakan selisih antara tingkat keuntungan sebenarnya (*actual return*) dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*expected return*). Asri (2013:179) menyebutkan bahwa anomali pasar yang menghasilkan *abnormal return* setidaknya disebabkan oleh dua faktor yaitu:

1. Faktor struktural seperti persaingan yang tidak *fair* sehingga mempengaruhi kelancaran arus informasi maupun kurangnya transparansi pasar sehingga memerlukan biaya untuk mengakses informasi.
2. Faktor behavioral yang menyangkut perilaku manusia dalam memahami dan memberikan respons terhadap informasi.

Hipotesis

Berdasarkan kajian penelitian *event study* sebelumnya, maka hipotesis kerja yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

H1 = terdapat *abnormal return* pada hari-hari disekitar peristiwa *American Shutdown* 2013 pada saham-saham kelompok LQ45.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengulas tentang kinerja saham perusahaan yang tergabung ke dalam kelompok saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia pada saat *American Shutdown* 2013 tepatnya diumumkan tanggal 1 Oktober 2013 dan berlaku hingga tanggal 16 Oktober 2013. Metode yang digunakan adalah *explanatory research*, yaitu dengan menggunakan populasi untuk menjelaskan efek dari suatu peristiwa terhadap perilaku investor di pasar modal. Sasaran dari penelitian ini adalah reaksi investor saham atas suatu peristiwa yang diukur dari besar kecilnya perubahan *abnormal return*.

Pengukuran kinerja saham dalam penelitian ini menggunakan *abnormal return* yang merupakan tingkat pengembalian yang tidak normal dari saham-saham kelompok indeks LQ45 dibandingkan dengan periode di luar masa *American Shutdown*. Periode waktu yang digunakan adalah 121 hari bursa yang dibagi menjadi dua periode, yaitu periode estimasi (*estimation period*) yang digunakan untuk mengestimasi beta (risiko sistematis), dan periode peristiwa (*event period*) yang

digunakan dalam pengujian hipotesis. Periode estimasi menggunakan 90 hari yaitu dari t-16 hingga t-105. *Event day* (t0) yang digunakan adalah tanggal 1 Oktober 2013 yaitu hari dimana dimulainya *American Shutdown*. Periode peristiwa yang digunakan selama 31 hari dari tanggal 10 September 2013 hingga 24 Oktober 2013, yaitu terdiri atas 15 hari bursa sebelum peristiwa (*pre event*), saat peristiwa (*event day*), dan 15 hari bursa sesudah peristiwa (*post event*). Maksud dari penggunaan *event window* 15 hari adalah untuk mencakup keseluruhan peristiwa *American Shutdown* 2013 yang terjadi hingga 16 Oktober 2013.

Penelitian ini menggunakan populasi saham yang termasuk dalam kelompok indeks LQ45 untuk periode Februari – Juli 2013 dan periode Agustus 2013 – Januari 2014. Jenis saham yang digunakan sebagai sampel adalah saham-saham yang tetap masuk dalam indeks LQ45 dengan kriteria berikut:

- Perusahaan memiliki sampel yang lengkap untuk digunakan selama periode pengamatan dan periode peristiwa yang berupa harga saham harian pada saat penutupan perdagangan (*closing price*) dan indeks LQ45.
- Perusahaan harus tercatat ke dalam indeks LQ45 secara berturut-turut selama periode pengamatan yaitu periode Februari – Juli 2013 dan periode Agustus – Januari 2013
- Perusahaan tidak melakukan kegiatan perusahaan lainnya (*corporate actions*) seperti *merger*, penerbitan saham, dan *stock split* selama periode pengamatan maupun periode peristiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian peristiwa *American Shutdown* 2013 ini menemukan 8 hari yang menunjukkan *abnormal return* pada tingkat signifikansi 5% pada hari-hari disekitar peristiwa, yaitu 4 hari sebelum peristiwa dan 4 hari sesudah peristiwa. Pada 23 hari periode peristiwa (termasuk *event date*) tidak menunjukkan adanya *abnormal return*. Hipotesis dari penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat *abnormal return* pada hari-hari di sekitar peristiwa *American Shutdown* 2013 pada saham LQ45 ditolak karena hanya terdapat 8 hari dengan nilai probabilitas kurang dari 0,05 dan sebagian besar nilai probabilitas (23 hari = 74,19%) lebih dari 0,05.

Hasil Uji Normalitas Saphiro Wilk			
Tanggal	Hari	Signifikansi	Keterangan
10/9/2013	hari t-15	0,001***	TIDAK NORMAL
11/9/2013	hari t-14	0,008***	TIDAK NORMAL
12/9/2013	hari t-13	0,005***	TIDAK NORMAL
13/9/2013	hari t-12	0,000***	TIDAK NORMAL
16/9/2013	hari t-11	0,009***	TIDAK NORMAL
17/9/2013	hari t-10	0,000***	TIDAK NORMAL
18/9/2013	hari t-9	0,000***	TIDAK NORMAL
19/9/2013 a	hari t-8	0,160	NORMAL
20/9/2013	hari t-7	0,000***	TIDAK NORMAL
23/9/2013	hari t-6	0,000***	TIDAK NORMAL
24/9/2013	hari t-5	0,000***	TIDAK NORMAL
25/9/2013	hari t-4	0,000***	TIDAK NORMAL
26/9/2013	hari t-3	0,000***	TIDAK NORMAL
27/9/2013	hari t-2	0,000***	TIDAK NORMAL
30/9/2013	hari t-1	0,005***	TIDAK NORMAL
1/10/2013	hari t-0	0,002***	TIDAK NORMAL
2/10/2013	hari t+1	0,0000***	TIDAK NORMAL
3/10/2013	hari t+2	0,0001***	TIDAK NORMAL
4/10/2013	hari t+3	0,0000***	TIDAK NORMAL
7/10/2013	hari t+4	0,0003***	TIDAK NORMAL
8/10/2013	hari t+5	0,0000***	TIDAK NORMAL
9/10/2013	hari t+6	0,0000***	TIDAK NORMAL
10/10/2013	hari t+7	0,0000***	TIDAK NORMAL
11/10/2013	hari t+8	0,0000***	TIDAK NORMAL
16/10/2013 a	hari t+9	0,0565*	NORMAL

17/10/2013	hari t+10	0,0000***	TIDAK NORMAL
18/10/2013	hari t+11	0,0000***	TIDAK NORMAL
21/10/2013	hari t+12	0,0008***	TIDAK NORMAL
22/10/2013	hari t+13	0,0000***	TIDAK NORMAL
23/10/2013	hari t+14	0,0036***	TIDAK NORMAL
24/10/2013	hari t+15	0,0001***	TIDAK NORMAL

Keterangan: a akan diuji menggunakan statistik parametrik

*** Signifikan pada $\alpha = 1\%$

* Signifikan pada $\alpha = 10\%$

Hasil Uji *One Sample Abnormal Return* Saham LQ45

Tanggal	Hari	Mean/Median	Signifikansi	Keputusan
10/9/2013	Hari t-15	-0,0018	0,0400**	Menolak H0
11/9/2013	Hari t-14	0,0013	0,0060***	Menolak H0
12/9/2013	Hari t-13	0,0005	0,1400	Menerima H0
13/9/2013	Hari t-12	-0,0007	0,0330**	Menolak H0
16/9/2013	Hari t-11	0,0007	0,4890	Menerima H0
17/9/2013	Hari t-10	0,0009	0,0070***	Menolak H0
18/9/2013	Hari t-9	0,0010	0,0570*	Menerima H0
19/9/2013 a	Hari t-8	0,0023	0,4890	Menerima H0
20/9/2013	Hari t-7	0,0009	0,3070	Menerima H0
23/9/2013	Hari t-6	-0,0001	0,6260	Menerima H0
24/9/2013	Hari t-5	-0,0007	0,3880	Menerima H0
25/9/2013	Hari t-4	0,0007	0,4510	Menerima H0
26/9/2013	Hari t-3	0,0004	0,6710	Menerima H0
27/9/2013	Hari t-2	0,0006	0,8020	Menerima H0
30/9/2013	Hari t-1	-0,0003	0,9620	Menerima H0
1/10/2013	Hari t 0	-0,0008	0,2200	Menerima H0
2/10/2013	Hari t+1	0,0009	0,0400**	Menolak H0
3/10/2013	Hari t+2	0,0016	0,0120**	Menolak H0
4/10/2013	Hari t+3	0,0004	0,9000	Menerima H0
7/10/2013	Hari t+4	0,0003	0,9870	Menerima H0
8/10/2013	Hari t+5	0,0002	0,4230	Menerima H0
9/10/2013	Hari t+6	0,0013	0,0260**	Menolak H0
10/10/2013	Hari t+7	0,0013	0,0030***	Menolak H0
11/10/2013	Hari t+8	0,0009	0,1240	Menerima H0
16/10/2013 a	Hari t+9	-0,0002	0,8140	Menerima H0
17/10/2013	Hari t+10	0,0009	0,0940*	Menerima H0
18/10/2013	Hari t+11	0,0009	0,1870	Menerima H0
21/10/2013	Hari t+12	0,0004	0,9620	Menerima H0
22/10/2013	Hari t+13	0,0006	0,8750	Menerima H0
23/10/2013	Hari t+14	-0,0001	0,6940	Menerima H0
24/10/2013	Hari t+15	-0,0003	0,3710	Menerima H0
Rata-Rata Median Sebelum	0,0004			
Rata-Rata Median Sesudah	0,0006			

Keterangan : a merupakan hasil uji statistik parametrik (uji t *one sample*) karena data berdistribusi normal

*** Signifikan pada $\alpha = 1\%$

** Signifikan pada $\alpha = 5\%$

Fakta menarik lainnya yang peneliti temukan dalam penelitian pengaruh *American Shutdown* 2013 terhadap return saham LQ45 yaitu adanya 4 hari ($t+1$, $t+2$, $t+6$, dan $t+7$) pada masa berlangsungnya *American Shutdown* yang memiliki *abnormal return*. Temuan tersebut didukung dengan nilai probabilitas yang lebih kecil dari *p value* sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Terdapat kemungkinan pada empat hari tersebut, pelaku pasar saham bereaksi secara berlebihan baik dalam *bid* maupun *ask action* sehingga menimbulkan adanya *abnormal return* dibandingkan dengan *return* pada hari lainnya di sekitar masa *shutdown*. Temuan lain yang juga layak disoroti dalam penelitian ini yaitu adanya rata-rata *abnormal return* yang negatif yaitu -0,0002 pada tanggal 16 Oktober 2013 ($t+9$) yang merupakan tanggal berakhirnya masa *shutdown*. Hasil rata-rata *abnormal return* negatif pada tanggal tersebut juga mendukung *return* indeks LQ45 yang memiliki nilai negatif sebesar -0,0079. Fakta tersebut dapat pula dikarenakan adanya aksi penjualan saham dari sebagian besar pelaku pasar saham atas sentimen negatif yang diterima pelaku pasar saham terhadap informasi berakhirnya masa *shutdown* yang menyebabkan *bid action* lebih besar daripada *ask action* sehingga *return* pada hari tersebut berubah menjadi negatif. Pada peristiwa *American Shutdown* 2013, pelaku pasar saham Indonesia sepertinya akan lebih banyak memperoleh keuntungan apabila melakukan transaksi jual beli saham LQ45 secara harian, terlebih lagi apabila melakukan transaksi jual beli pada masa sesudah *shutdown* karena data *return* harian saham LQ45 menunjukkan adanya selisih positif yang lebih banyak pada masa sesudah *shutdown*. Namun, pelaku pasar saham Indonesia juga memiliki peluang merugi yang semakin besar apabila melakukan aksi beli pada masa sebelum *shutdown* dan kemudian melakukan aksi jual pada masa sesudah *shutdown*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *abnormal return* dari perusahaan LQ45 terhadap terjadinya *American Shutdown* 2013. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang mencakup 36 perusahaan anggota LQ45, dapat disimpulkan dua hal sebagai berikut :

1. Saham-saham yang termasuk dalam kelompok LQ45 di Bursa Efek Indonesia tidak bereaksi berlebihan terhadap terjadinya peristiwa *American Shutdown* 2013. Hal ini terbukti dengan ditemukannya 8 hari yang menunjukkan *abnormal return* yang signifikan pada hari-hari disekitar peristiwa *American Shutdown* 2013 pada saham-saham kelompok LQ45. Artinya, peristiwa *American Shutdown* 2013 maupun pemerintahan di Amerika memiliki informasi yang tidak terlalu mempengaruhi pasar saham Indonesia.
2. Reaksi saham-saham LQ45 pada masa sebelum *event date* signifikan berbeda dibandingkan dengan sesudah *event date*, terlihat dengan terdapatnya perbedaan *abnormal return* yang antara sebelum dan sesudah peristiwa *American Shutdown* 2013.

Saran yang dapat disampaikan dari peneliti terkait dengan kajian peristiwa *American Shutdown* 2013 terhadap perubahan harga saham adalah sebagai berikut:

1. Bagi *trader* atau pelaku pasar saham diharapkan segera dapat melakukan *action* apabila terjadi situasi yang tidak pasti seperti peristiwa *American Shutdown* 2013 dikarenakan adanya kemungkinan perubahan *return* sehingga dapat mengurangi kerugian.
2. Bagi penelitian selanjutnya, sampel penelitian dapat juga bervariasi, tidak hanya perusahaan yang termasuk ke dalam anggota LQ45 tetapi juga menggunakan perusahaan sektoral seperti perusahaan pertambangan, perbankan, pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan. 2013. *Keuangan Keperilakuan*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Benco, Daniel C and Larry Prather. 2008. Market Reaction to Announcements to Invest in ERP Systems. *Quarterly Journal of Finance and Accounting*. 47 (4) : 145-169.
- Bhattacharya, Rajib., Moutiti, N., Alamgir, Sk., dan Jashimuddin, M. 2013. Effect of the US Government Shutdown on Global Stock Market Indices. *International Journal of Advances in Arts, Sciences and Engineering*. 2 (4) : 6-9.
- Bialkowski, Jędrzej and Katrin Gottschalk and Tomasz Piotr Wisniewski. 2006. Stock Market Volatility Around National Elections. *Kapitalmarkt und Finanzwirtschaft im erweiterten Europa*. 2: 1-55.

- Fama, E.F. 1970. Efficient Capital Markets: A review on Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*. 25 : 383-417.
- Fernandez, Viviana. 2006. The Impact of Major Global Events on Volatility Shifts: Evidence From The Asian Crisis and 9/11. *Journal Economic Systems*. 30 (1) : 79-97.
- Gumanti, Tatang Ary. 2011. *Manajemen Investasi : Konsep, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hummel, Jeffrey Rogers. 2012. Some Possible Consequences of a U.S. Government Default. *Econ Journal Watch*. 9 (1) : 24-40.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Jianping, Mei. 1999. Political Risk, Financial Crisis, and Market Volatility. *NYU Working Paper*. No. S-MF-99-08.
- Jogiyanto, H.M. 2003. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi 3*. Yogyakarta : BPFE-UGM.
- Kabela, Krisdumar dan Taufik Hidayat. 2009. Pengaruh Peristiwa Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 8 Juli 2009 di Indonesia Terhadap Abnormal Return di Bursa Efek Indonesia. *Prestasi*. 5 (2) : 57-66.
- Khan, Akysa and M Shakil Ahmed. 2009. Trading Volume and Stock Return: The Impact of Events in Pakistan on KSE 100 Indexes. *International Review of Business Research Papers*. 5 (5) : 373-383.
- MacKinley, A.Craig. 1997. Event Studies in Economic and Finance. *Journal of Economic and Literature*. 35 (1):13-39.
- Manurung, Adler Haymans dan Cahyanti Ira K. 2007. Pengaruh Peristiwa Politik Terhadap Transaksi Saham di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 7 (2) : 135-146.
- Nababan, Sere Eva dan Tongam Sihol Nababan dan Bantu Tampubolon. 2013. Analysis of Relationship between Market Reactions and Long Term Performance Acquisitions. *Munich Personal RePEc Archive*. No. 49110.
- Nanda, Anupam and Stephen L. Ross. 2009. The Impact of Property Condition Disclosure Laws on Housing Prices: Evidence from an Event Study Using Propensity Scores. *Springer Science + Business Media LLC*. DOI 10.1007/s11146-009-9206-y.
- Pasaribu, Rowland Bismark Fernando. 2008. The Influence of Corporate Fundamental to Its Stock price in Indonesian Public Companies. *Journal of Economics and Business*. 2(2) : 101-113.
- Sedianingtias, Eka Rahayu. 2010. "Analisis Dampak Pengumuman Right Issue Terhadap Return dan Risiko Saham Berdasarkan Tujuan Penggunaan Dana". Tidak Diterbitkan. *Skripsi*. Surakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Setyawan, St Tri Adi. 2006. "Analisis Reaksi Pasar Modal Terhadap Kenaikan Harga BBM." Tidak Diterbitkan. *Tesis*. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Simpson, John David. 2001. Did May Company's Acquisition of Associated Dry Goods Corporation Reduce Competition? An Event Study Analysis. *Review of Industrial Organization*. 18 : 351-362.
- Sitthipongpanich, Thitima. 2011. Understanding The Event Study. *Journal Business Administration*. 34 (130) : 59-68.
- Sularso, R. Andi. 2003. Pengaruh Pengumuman Dividen Terhadap Perubahan Harga Saham (Return) Sebelum dan Sesudah *Ex-Dividend Date* di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 5 (1) : 1-17.
- Trisnawati, Fenny. 2011. Pengaruh Peristiwa Politik Terhadap Perubahan Harga Saham. *Pekbis Jurnal*. 3 (3): 528-535.
- Van Horne, James C dan John M Wachowicz. 2009. *Fundamentals of Financial Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widyastuti, Ira. 2010. "Analisis Perbandingan Return dan Risiko Pemegang Saham Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi." Tidak Diterbitkan. *Skripsi*. Surakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Worthington, AC and H Giggs. 2006. Weak-form market efficiency in Asian emerging and developed equity markets: Comparative tests of random walk behavior. *Accounting Research Journal*. 19 (1) : 54-63.

Yuwono, Andri. 2013. Reaksi Pasar Modal di Bursa Efek Indonesia Terhadap Pengumuman Peristiwa Bencana Banjir yang Melanda Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta Tahun 2013. *Jurnal Nominal*. 2 (2) : 135-150.

Internet

IDX. 2013. <http://idx.co.id>

APAKAH NILAI FUNGSIONAL DAN NILAI SOSIAL BERPENGARUH TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN?

Yosephine Angelina Yulia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB Surakarta, Indonesia

Email: joeangel5@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini meneliti secara empiris tentang faktor-faktor yang berpengaruh pada produk ramah lingkungan dan niat konsumen untuk membeli kembali. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap niat pembelian kembali produk ramah lingkungan adalah nilai fungsional dan nilai sosial. Temuan empiris yang dihasilkan membantu secara empiris, pengaruh dari faktor nilai fungsional dan nilai sosial tentang niat untuk membeli kembali akan produk ramah lingkungan. Data yang digunakan sebanyak 100 responden, dapat diketahui bahwa nilai fungsional, dan nilai emosional terbukti secara empiris berpengaruh positif terhadap niat membeli kembali pada produk ramah lingkungan.

Kata kunci : Produk ramah lingkungan, sikap konsumen, niat pembelian kembali.

PENDAHULUAN

Pasar untuk produk, jasa dan teknologi yang ramah lingkungan semakin bermunculan di dunia termasuk di Indonesia, yang disebabkan oleh kesadaran akan lingkungan dan *green consumerism* semakin meningkat. Pada Tabel 1 dibawah ini dapat dilihat perkembangan produk, jasa, dan teknologi yang berkonsep ramah lingkungan di Indonesia.

Tabel 1
Produk Berkonsep Ramah Lingkungan

Jenis Produk / Jasa Teknologi	Merek / Tipe
Kosmetik	The Body Shop, The Face Shop, Estee Lauder, L'Occitane
Produk rumah tangga	Unilever molto sekali bilas, Unilever Pureit, P&G Pampers
E-commerce	ClubSehat, NourishIndonesia, SuperFoodIndonesia, UR-FARM
Mobil	Chevrolet Aveo, Ford Focus, Honda Accord, Honda Civic, Toyota Camry, Toyota Prius, Volkswagen New Beetle
AC / Pendingin Ruangan	Panasonic, LG, Sharp

Dari Tabel diatas cukup dapat menunjukkan bahwa saat ini banyak sekali produk, jasa, teknologi yang berkonsep produk ramah lingkungan. Hal ini merupakan salah satu strategi bagi pemasar produk ramah lingkungan untuk bersaing di pasar dimana konsumennya semakin menyadari akan permasalahan lingkungan dan menginginkan produk yang ramah lingkungan. Dengan demikian pemasar dituntut untuk megenal karakteristik pasar yang dituju dan menciptakan strategi *green marketing* yang tepat sasaran.

Pada penelitian sebelumnya, keputusan konsumen untuk mengkonsumsi produk ramah lingkungan dipengaruhi oleh kualitas produk ramah lingkungan. Konsumen juga harus membayar ekstra untuk mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan (Chen dan Chang, 2012; Laroche *et al.*, 2001). Perilaku konsumen sehari-hari dapat dipengaruhi oleh informasi mengenai kerusakan lingkungan dan memburuknya ekosistem. Fase proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang konsumsi yang berdampak pada kerusakan lingkungan (Laroche *et al.*, 2001 pada Norazah dan Norbayah, 2015). Maka, jika konsumen memakai produk yang ramah lingkungan (misalnya potensi daur ulang, polusi rendah) dapat membangkitkan emosi konsumen untuk melindungi dan menjaga lingkungan. (Norazah dan Norbayah, 2015). Berikut beberapa penelitian terdahulu tentang produk ramah lingkungan dan niat pembelian kembali diantaranya oleh Andriana Biswas dan Mousumi Roy (2014) yang meneliti tentang produk ramah lingkungan dan perilaku konsumsi berkelanjutan di India. Hasil yang didapatkan adalah harga yang tinggi mempengaruhi keputusan konsumen, nilai sosial menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan. Penelitian terdahulu yang lain disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

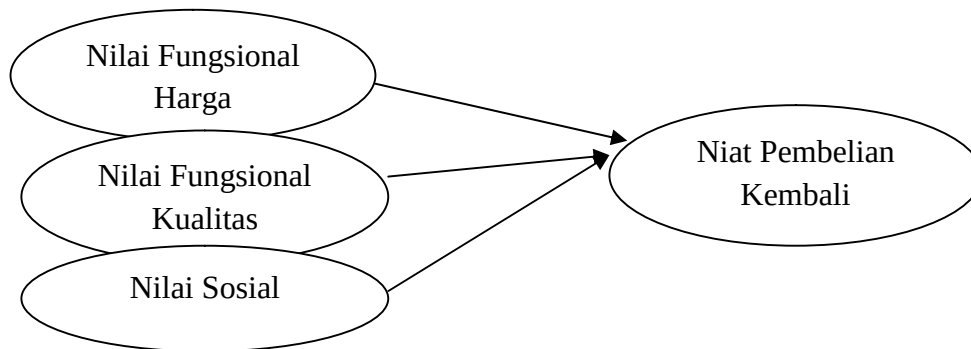
No	Nama Peneliti	Produk	Independent Variabel	Dependen Variabel	Penemuan
1	Nozarah dan Norbayah (2015, Malaysia)	Produk ramah lingkungan pada umumnya	Nilai fungsional, Nilai sosial, Nilai emosional, Nilai kondisional, Nilai epistemic	Kepedulian konsumen tentang lingkungan melalui produk ramah lingkungan	Memberikan informasi kepada perusahaan untuk lebih menekankan tentang nilai konsumsi untuk memproduksi produk ramah lingkungan yang akan mudah disukai oleh konsumen.
2	Andrilia Biswas dan Mousumi Roy (2014, India)	Produk ramah lingkungan pada umumnya	Nilai fungsional, Nilai sosial, Nilai kodisional, Nilai lingkungan, Nilai Pengetahuan	Perilaku konsumsi berkelanjutan	Harga yang tinggi mempengaruhi keputusan konsumen, nilai sosial menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan.
3	Pei-chun Lin, Yi-Hsuan Huang (2011, Taiwan)	Sabun cuci ramah lingkungan dan AC ramah lingkungan	Nilai fungsional, Nilai sosial, Nilai emosional, Nilai kondisional, Nilai epistemic	Pemilihan perilaku konsumen ttg produk ramah lingkungan	Faktor utama yang mempengaruhi pemilihan konsumen ttg produk ramah lingkungan adalah nilai sosial, nilai emosional, nilai kondisional, nilai epistemic.
4	T. Ramayah, Jason Wai Chow Lee, Osman Mohamad (2010, Malaysia)	Produk ramah lingkungan pada umumnya	Sikap terhadap dampak lingkungan, Sikap terhadap konsekuensi individu, Nilai transendensi diri,	Niat membeli, Sikap terhadap dampak lingkungan, Sikap terhadap konsekuensi individu	Sikap terhadap konsekuensi individu berdampak negatif terhadap niat membeli, sikap terhadap dampak lingkungan tidak berpengaruh terhadap niat beli,

Hambatan yang sering terjadi pada pangsa pasar produk ramah lingkungan adalah kurangnya informasi yang didapat oleh konsumen tentang produk ramah lingkungan sehingga mengakibatkan kesenjangan sikap perilaku antar kepedulian lingkungan dan perilaku pembelian yang sebenarnya (Ohtomo dan Hirose, 2007). Penelitian ini menggunakan teori nilai fungsional dan nilai sosial untuk produk ramah lingkungan sebagai dasar teoritis untuk memverifikasi faktor pengaruh pada perilaku pilihan konsumen akan niat untuk membeli kembali. Nilai fungsional diukur untuk persepsi konsumen tentang produk ramah lingkungan, harga dan kualitas. Nilai sosial menyangkut ukuran utilitas untuk konsumen, yang dipengaruhi oleh opini rekan. Perilaku konsumsi berkelanjutan dapat diwujudkan jika ada niat pembelian kembali pada produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan merasakan nilai-nilai konsumsi pada produk ramah lingkungan, maka konsumen akan membeli kembali produk ramah lingkungan. Berdasar uraian pada latar belakang masalah di

atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “Apakah Nilai Fungsional dan Nilai Sosial Berpengaruh terhadap Niat Pembelian Kembali pada Produk Ramah Lingkungan?”.

METODE

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian *survey*. Penelitian ini dilaksanakan di Wilayah Surakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai fungsional dan nilai sosial, dan niat pembelian kembali. Kerangka pemikiran dalam penelitian tertuang dalam gambar 1.



Sumber: Dimodifikasi dari model penelitian Norazah dan Norbayah (2015); Selim *et al.* (2013).

Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dugaan sementara bahwa nilai fungsional kualitas berpengaruh pada niat pembelian kembali (Sweeney dan Soutar, 2001 ; Ha *et al.*, 2010; Green, 2005; Jayawardhena dan Wright, 2009; Harris dan Goode, 2010). Nilai fungsional harga berpengaruh pada niat pembelian kembali (Sweeney dan Soutar, 2001 ; Ha *et al.*, 2010; Green, 2005; Jayawardhena dan Wright, 2009; Harris dan Goode, 2010). Nilai sosial berpengaruh pada niat pembelian kembali (Sweeney dan Soutar, 2001 ; Ha *et al.*, 2010; Green, 2005; Jayawardhena dan Wright, 2009; Harris dan Goode, 2010), maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Nilai fungsional kualitas berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli kembali produk yang ramah lingkungan
- H2: Nilai fungsional harga berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli kembali produk yang ramah lingkungan
- H3: Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli kembali produk yang ramah lingkungan

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk ramah lingkungan yang ada di kota Surakarta. Seperti diketahui bahwa kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Indonesia dimana kesadaran konsumen dalam menggunakan produk ramah lingkungan lebih tinggi daripada di daerah. Kota Solo juga menjadi salah satu kota inklusi untuk anak berkebutuhan khusus, dimana konsumsi makanan bagi anak berkebutuhan khusus harus bebas pengawet dan bebas SMG sehingga tingkat kebutuhan akan makanan organik juga tinggi. Oleh karena itu, populasi ini merupakan populasi yang tidak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah konsumen yang menggunakan produk ramah lingkungan yang ada di kota Surakarta.

Dalam penelitian ini jumlah populasinya belum diketahui. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik non probability sampling, yaitu dengan metode purposive sampling. Pertimbangan yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu responden berusia 17 tahun keatas, merupakan *influencer/decider* dalam proses pembelian produk ramah lingkungan.

Jumlah konsumen yang menggunakan produk ramah lingkungan belum diketahui sehingga dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus (Supramono, 2003:62) dengan rumus:

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 (p) (q)}{d^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = 96,04 = 96 \text{ orang}$$

yaitu sebanyak 96 responden, dan dibulatkan menjadi 100 responden. Instrumen penelitian untuk pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Ringkasan item dari skala pengukuran akan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3
Ringkasan Skala Pengukuran

Variabel	Item Pertanyaan
Nilai Fungsional-Kualitas diadaptasi dari Sweeney dan Soutar (2001) pada Norazah dan Norbayah (2015)	• Produk ramah lingkungan mempunyai kualitas yang konsisten / tidak berubah • Produk ramah lingkungan dibuat dengan baik • Produk ramah lingkungan memiliki standar kualitas yang baik • Produk ramah lingkungan akan menggunakan kualitas secara konsisten
Nilai Fungsional-Harga diadaptasi dari Sweeney dan Soutar (2001) pada Norazah dan Norbayah (2015)	• Produk ramah lingkungan mempunyai harga yang masuk akal • Produk ramah lingkungan memberikan nilai terhadap uang • Produk ramah lingkungan adalah produk yang bagus untuk harga yang diberikan • Produk ramah lingkungan ekonomis
Niat pembelian Kembali diadaptasi dari Ha et al. (2010), Green (2005), Jayawardhena (2009), Harris (2010) pada Selim Aren et al. (2013)	1 Saya mempertimbangkan bahwa produk ramah lingkungan menjadi pilihan pertama saya 2. Saya akan menggunakan produk ramah lingkungan lagi di masa yang akan datang 3. Dengan perubahan lingkungan saat ini, saya berniat untuk menggunakan produk ramah lingkungan 4. Saya akan membeli kembali produk ramah lingkungan 5. Dengan perubahan lingkungan saat ini, saya mempertimbangkan bahwa saya harus menggunakan produk ramah lingkungan untuk masa yang akan datang

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan bantuan SPSS versi 16. Setiap item factor pertanyaan harus memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMOS MSA) > 0,50. Item pertanyaan dikatakan valid jika memiliki *factor loading* ≥ 0,50 dan telah terekstrak sempurna (Ghozali, 2006). Untuk mengukur reliabilitas, peneliti menggunakan alat ukur *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda, untuk mengetahui apakah nilai fungsional dan nilai sosial berpengaruh terhadap niat pembelian kembali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil pengujian disajikan dalam bentuk Tabel. Uji validitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji *rotated component matrix* menggunakan SPSS 16 untuk mengetahui validitas dari masing-masing item. Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua item telah terekstrak sempurna, dengan nilai *factor loading* > 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini valid.

Tabel 4
Hasil *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Variabel	Item	Factor Loading	Keterangan
Nilai Fungsional Kualitas	X1	0,713	Valid
	X2	0,808	Valid
	X3	0,838	Valid
	X4	0,841	Valid
Nilai Fungsional harga	X1	0,861	Valid
	X2	0,801	Valid
	X3	0,828	Valid
	X4	0,773	Valid
Nilai Sosial	X1	0,913	Valid
	X2	0,714	Valid
	X3	0,630	Valid
	X4	0,701	Valid
Niat Pembelian Kembali	X1	0,740	Valid
	X2	0,767	Valid
	X3	0,602	Valid
	X4	0,783	Valid
	X5	0,749	Valid

2. Uji Reliabilitas

Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* pada variabel tersebut bernilai lebih dari 0,6. Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel pada penelitian ini bernilai lebih dari 0,6, sehingga dapat dinyatakan reliabilitas untuk instrumen pada pernyataan dari variabel nilai fungsional-kualitas, nilai fungsional-harga, nilai sosial, nilai emosional, nilai kondisional, nilai epistemic, dan niat pembelian kembali dinyatakan reliabel.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
Nilai Fungsional - Kualitas	0,854	Reliabel
Nilai Fungsional – Harga	0,869	Reliabel
Nilai Sosial	0,765	Reliabel
Niat Pembelian Kembali	0,836	Reliabel

3. Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya hubungan dari variabel independen : nilai fungsional-kualitas, nilai fungsional-harga, nilai sosial, dengan variabel dependen : niat pembelian kembali. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel independen digunakan *adjusted R²* sebagai koefisien determinasi yang disajikan dalam tabel 6:

Tabel 6
Hasil Uji R^2 dan *Adjusted R²*

<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0,403	0,364

Dari hasil uji regresi diatas diketahui pada model regresi diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,364, yang berarti variasi pada variabel independen (nilai fungsional-kualitas, nilai fungsional-harga, nilai sosial) dapat menjelaskan variasi pada variabel dependennya yaitu niat pembelian kembali sebesar 36,4% ($0,364 \times 100\%$), sedangkan sisanya ($100\% - 36,4\% = 63,6\%$) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam model regresi.

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen, yaitu: nilai fungsional harga, nilai fungsional kualitas, nilai sosial. Variabel independen tersebut akan diujikan bagaimana hubungan dan pengaruhnya terhadap 1 variabel dependen, yaitu: niat pembelian kembali. Hasil uji hipotesis dari 3 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terangkum secara ringkas dalam Tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.930	3.922		-1.002	.319		
Fungsional Kualitas	.255	.110	.212	2.325	.022	.771	1.296
Fungsional Harga	.232	.083	.246	2.815	.006	.841	1.189
Nilai Sosial	.230	.104	.187	2.221	.029	.906	1.103

Berdasarkan Tabel 7 hasil pengujian hipotesis, maka didapatkan hasil pembahasan uji hipotesis sebagai berikut:

1. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Nilai Fungsional – Kualitas Pada Niat pembelian kembali Produk Ramah lingkungan

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi dari nilai fungsional-kualitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t = 2,325$ atau lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,65 maka diambil kesimpulan bahwa nilai fungsional – kualitas secara signifikan berpengaruh pada niat pembelian kembali produk ramah lingkungan dengan hubungan yang positif, yang berarti kualitas produk ramah lingkungan berpengaruh positif dengan tingginya niat pembelian kembali produk ramah lingkungan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh nilai fungsional – kualitas mempunyai efek positif pada niat pembelian kembali produk ramah lingkungan didukung. Hasil hipotesis mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aindrila dan Mousumi (2014) yang menyatakan bahwa nilai fungsional kualitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Konsumen yang ramah lingkungan sadar lebih memilih untuk membeli produk ekologi yang menggunakan bahan alam untuk kosmetik, produk kayu dari hutan lestari, sayuran organik, aerosol ramah ozon, tidak diuji pada hewan (Norazah, 2015). Dengan demikian dapat dipahami bahwa konsumen mempertimbangkan kualitas untuk mempengaruhi keputusan untuk membeli dan membeli kembali pada produk yang ramah lingkungan.

2. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Nilai Fungsional – Harga Pada Niat pembelian Kembali Produk Ramah lingkungan

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi dari nilai fungsional-kualitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t = 2,815$ atau lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,65 maka diambil kesimpulan bahwa nilai fungsional – harga secara signifikan mempengaruhi niat pembelian kembali produk ramah lingkungan dengan hubungan yang positif, yang berarti harga berpengaruh positif dengan

tingginya niat pembelian kembali produk ramah lingkungan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh nilai fungsional – harga mempunyai efek positif pada niat pembelian kembali produk ramah lingkungan didukung. Hasil hipotesis mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aindrila dan Mousumi (2014) yang menyatakan bahwa nilai fungsional harga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Akhirnya telah ada kenaikan jumlah konsumen di negara-negara maju yang mengambil langkah-langkah substantif untuk mengurangi degradasi lingkungan dan setuju untuk membayar harga premium untuk produk ramah lingkungan (Laroche *et al.*, 2001). Dengan demikian dapat dipahami bahwa konsumen berani membayar harga premium pada produk ramah lingkungan untuk pembelian berikutnya pada produk yang ramah lingkungan.

3. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Nilai Sosial Pada Niat pembelian Kembali Produk Ramah lingkungan

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi dari nilai sosial sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t = 2,221$ atau lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,65 maka diambil kesimpulan bahwa nilai sosial secara signifikan mempengaruhi niat pembelian kembali produk ramah lingkungan dengan hubungan yang positif, yang berarti semakin tinggi nilai sosial berpengaruh positif dengan tingginya niat pembelian kembali produk ramah lingkungan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh nilai sosial mempunyai efek positif pada niat pembelian kembali produk ramah lingkungan didukung. Hasil hipotesis mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aindrila dan Mousumi (2014) yang menyatakan bahwa nilai sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Nilai sosial memegang peranan penting dalam konsumsi berkelanjutan yang nantinya mengarah kepada niat pembelian kembali pada produk ramah lingkungan, dimana pendapat ahli maupun orang lain memberikan kontribusi yang besar juga terhadap pembelian kembali produk ramah lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian dilakukan bertujuan untuk menerapkan teori nilai fungsional dan nilai sosial untuk menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi pada perilaku pilihan konsumen mengenai produk ramah lingkungan, dan meneliti setelah merasakan nilai-nilai yang didapat pada produk ramah lingkungan, konsumen akan berniat membeli kembali produk ramah lingkungan. Dalam hal ini peneliti menguji ketiga variabel independen, yaitu: nilai fungsional harga, nilai fungsional kualitas, dan nilai sosial untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat membeli kembali pada produk ramah lingkungan. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai fungsional – kualitas dan nilai fungsional – harga terbukti berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali pada produk ramah lingkungan, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai fungsional – kualitas dan nilai fungsional – harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian kembali pada produk ramah lingkungan.
2. Nilai sosial terbukti berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali pada produk ramah lingkungan, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian kembali pada produk ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrila, Biswas. And Mousumi, Roy. 2015. *Green products: an exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East*, Journal of Cleaner Production, September 2014.
- Chen, Y. & Chang, C. (2013). *Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk*. Journal of Business Ethics, 114 (3), 489-500.
- D'Souza, C., Taghian, M., Peretiatko, R., 2007. *Green decisions: demographics and consumer understanding of environmental labels*. International Journal of Consumer Studies 31 (4), 371e376.

- Hicks, J.M., T.J. Page, Jr., B.K. Behe, J.H. Dennis, and R.T. Fernandez. 2005. *Delighted Consumers Buy Again*, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 18, pp. 94–104.
- Laroche M, Bergeron J, Barbaro-Forleo G. *Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products*. *J Consum Mark* 2001;18(6): 503-20.
- Norazah, Mohd Suki. And Norbayah, Mohd Suki. 2015. *Consumer Environmental Concern and Green Product Purchase in Malaysia: Structural Effects of Consumption Values*, *Journal of Cleaner Production*.
- Rettie, R., Burchell, K. & Riley, D. (2012). *Normalising green behaviours: A new approach to sustainability marketing*. *Journal of Marketing Management*, 28 (3-4), 420-444.
- Schiffman, L. and L.L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.
- Sheth, J., Newman, B., Gross, B., 1991. *Why we buy what we buy: a theory of consumption values*. *Journal of Business Research* 22 (2), 159e170
- Sweeney, J., Soutar, G., 2001. *Consumer perceived value: the development of a multiple item scale*. *Journal of Retailing* 77 (2), 203e220.
- Wang, P., Qian, L., Yu, Qi., 2013. *Factors Influencing sustainable consumption behaviors; a study of rural residences in China*, *J. Clean Production*.

ANALISIS DAN PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PERBANKKAN SYARIAH DI INDONESIA

Yenni Khristiana

Rina Ani Sapariyah

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Email: yennikristi2@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris bahwa *Capital Adequacy Ratio*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dana Pihak Ketiga, *Non Performing Financing* dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) Bank Umum Syariah di Indonesia yang *go public* pada tahun 2013-2016. Selain itu untuk membantu pihak perbankan dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan, dan untuk menilai apakah tujuan yang ditetapkan perusahaan telah tercapai, sehingga kepentingan investor, kreditor dan pemegang saham dapat terpenuhi. Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Lingkup penelitian yang digunakan adalah Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2016. Populasi semua Bank Umum syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2016 sebanyak 12 Bank Umum Syariah. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* memilih sampel dengan tujuan tertentu secara subyektif peneliti sesuai kriteria-kriteria yang ditetapkan dan harus dipenuhi oleh sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 11 Bank Umum Syariah di Indonesia periode tahun 2013-2016. Data yang diambil adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan Bank Umum Syariah dan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data hasil penelitian dianalisis dengan teknik uji statistik deskriptif, ujilineritas, uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi dan korelasi). Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CAR berpengaruh negatif dan signifikan, variabel BOPO berpengaruh negatif dan signifikan, variabel DPK berpengaruh negatif dan tidak signifikan, variabel NPF berpengaruh negatif dan signifikan, dan variabel *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas (ROA).

Kata kunci : Profitabilitas (*Return On Asset*), *Capital Adequacy Ratio*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dana Pihak Ketiga, *Non Performing Financing*, *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

A. PENDAHULUAN

Industri bank syariah di Indonesia terlihat semakin mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup signifikan seiring dengan berjalannya waktu. Upaya pengembangan bank syariah di Indonesia ternyata merupakan upaya dari kerjasama antara bank Indonesia dan bank konvensional untuk membuka unit – unit bank yang berbasis syariah dengan menggunakan prinsip – prinsip syariah dimana melalui sistem pembukaan bank syariah di nilai berdasarkan kinerja yang baik dari perbankan konvensional tersebut, misalnya bank mandiri syariah yang berasal dari bank mandiri konvensional. Secara kuantitas, pencapaian bank syariah sungguh membanggakan dan terus mengalami peningkatan dalam jumlah bank. Jika dilihat jumlah bank pada tahun 1998 hanya ada satu bank umum syariah dan 76 bank Perkreditan Rakyat Syariah, maka pada tahun 2009 (berdasarkan data statistik bank syariah yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia). Jumlah bank syariah sudah mencapai 31 unit yang terdiri atas 6 bank umum syariah dan 25 unit usaha syariah.

Perubahan bank konvensional ke bank syariah tersebut juga mendapatkan respon yang positif dari perubahan Undang–Undang perbankan No.10 Tahun 1998. Undang–Undang pengganti UU No. 7 Tahun 1992 tersebut, mengatur dengan jelas landasan hukum dan jenis – jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan di dalam bank syariah. Undang – undang tersebut juga mengatur tentang hal – hal yang berkaitan dengan bank syariah, seperti penempatan aset – aset perbankan syariah. Penempatan aset – aset dalam perbankan syariah, sejak syariah didirikan hingga sekarang, ternyata mengalami perubahan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Akan tetapi, aset – aset tersebut belum dapat berperan secara keseluruhan untuk membantu stabilitas pembangunan perekonomian nasional yang berkelanjutan. Semakin tingginya pertumbuhan dalam aset bank syariah belum dirasakan pengaruhnya di dalam kehidupan perekonomian Indonesia. Keberadaan dan keunggulan bank syariah, baru dirasakan

apabila bank syariah telah memiliki porsi yang signifikan dalam tatanan perekonomian nasional. Dengan demikian, maka diperlukan strategi yang mampu meningkatkan asset yang ada di bank syariah agar dapat bersaing dengan bank konvensional.

Fenomena perkembangan perbankan syariah ini merupakan sebuah fenomena yang sangat menarik dan unik, karena fenomena ini terjadi justru di saat kondisi perekonomian nasional berada pada keadaan yang mengkhawatirkan. Meskipun kalau dilihat dari volume usaha perbankan syariah jika dibandingkan dengan total keseluruhan volume usaha perbankan nasional, maka nilainya masih relatif kecil, yaitu sebesar 2,5 triliun rupiah. Sedangkan total volume usaha perbankan nasional secara keseluruhan mencapai angka 1087 triliun rupiah. Jika di persentasikan, maka volume usaha perbankan syariah baru mencapai angka 0,23 % (Sumber : Biro Perbankan Syariah BI). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan rasio profitabilitas dari aset (*Return on Assets/RoA*) pada industri perbankan selama 2016 menurun tipis karena bank-bank perlu menggelembungkan biaya pencadangan akibat meningkatnya rasio kredit bermasalah (*Non-Performing Loan/NPL*). Indikator *RoA* pada 2016 menurun tipis menjadi 2,23% dari 2015 yang sebesar 2,32%, karena kebutuhan mitigasi risiko terhadap aset perbankan mengingat *NPL* yang terus menanjak, bahkan pernah mencapai 3,1% secara "gross". Pada akhir Desember 2016, *NPL* perbankan telah membaik menjadi 2,93% (gross).

Profitabilitas dapat dikatakan sebagai salah satu indikator yang paling tepat untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur kinerja profitabilitas atau rentabilitas adalah *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Asset* (ROA). Alasan dipilihnya *Return On Asset* (ROA) sebagai ukuran kinerja adalah karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Dendawijaya (2003) menambahkan semakin besar ROA bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dan segi penggunaan aset. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) adalah rasio yang berkaitan dengan faktor permodalan bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung resiko. Untuk saat ini minimal CAR sebesar 8% dari Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR), atau ditambah dengan Resiko Pasar dan Resiko Operasional, hal ini tergantung pada kondisi bank yang bersangkutan (Riyadi, 2006). BOPO atau *Operational Efficiency Ratio* merupakan perbandingan antara total biaya operasi dengan total pendapatan operasi. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya (Dendawijaya, 2003). Dana masyarakat (dana pihak ketiga) adalah dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank (Hasanudin, 2010:26). Rasio *Non Performing Financing* (NPF) diukur dengan membandingkan jumlah pembiayaan bermasalah dengan total pembiayaan, jika nilai NPF dapat bertambah maka jumlah pembiayaan bermasalah meningkat. Apabila rasio NPF meningkat maka pembiayaan bermasalah yang ditanggung bank syariah bertambah dan mengakibatkan kerugian yang dihadapi meningkat sehingga dapat menurunkan tingkat keuntungan bank syariah dan akan mempengaruhi profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) (Mariana, 2011). Rasio *Financing To Deposit Ratio* (FDR) merupakan kemampuan bank dalam menyediakan dan menyalurkan dana / pembiayaan kepada nasabah, disebut juga rasio antara pembiayaan yang diberikan oleh bank dengan dana pihak ketiga yang diterima bank yang berupa giro, tabungan, dan deposito berjangka.

Penelitian yang dilakukan oleh Muliawati (2015) dengan judul "Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia". Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, NPF dan SWBI berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas Bank. DPK, FDR, dan BOPO berpengaruh signifikan negatif terhadap Profitabilitas Bank.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukma Hakim (2016), dengan judul "Pengaruh Internal *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing To Deposit Ratio* (FDR), dan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO) dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah di Indonesia". Hasil penelitian ini menyatakan bahwa CAR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. FDR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. BOPO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA.

Penelitian yang dilakukan Riyadi dan Agung Yulianto (2014) melakukan penelitian yang menunjukkan hasil bahwa variabel *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Muliawati dan Moh. Khoiruddin (2015) juga melakukan penelitian yang menunjukkan hasil yang bertentangan bahwa FDR berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap ROA. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan adanya *research gap*. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini karena tidak terdapat konsistensi hasil dalam penelitian-penelitian tersebut (*research gap*), sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut dan mengembangkan penelitian sebelumnya dengan cara menggabungkan beberapa penelitian terdahulu.

B. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Capital Adequacy Ratio (CAR) adalah rasio yang berkaitan dengan faktor permodalan bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung resiko. Untuk saat ini minimal CAR sebesar 8% dari Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR), atau ditambah dengan Resiko Pasar dan Resiko Operasional, hal ini tergantung pada kondisi bank yang bersangkutan (Riyadi, 2006).

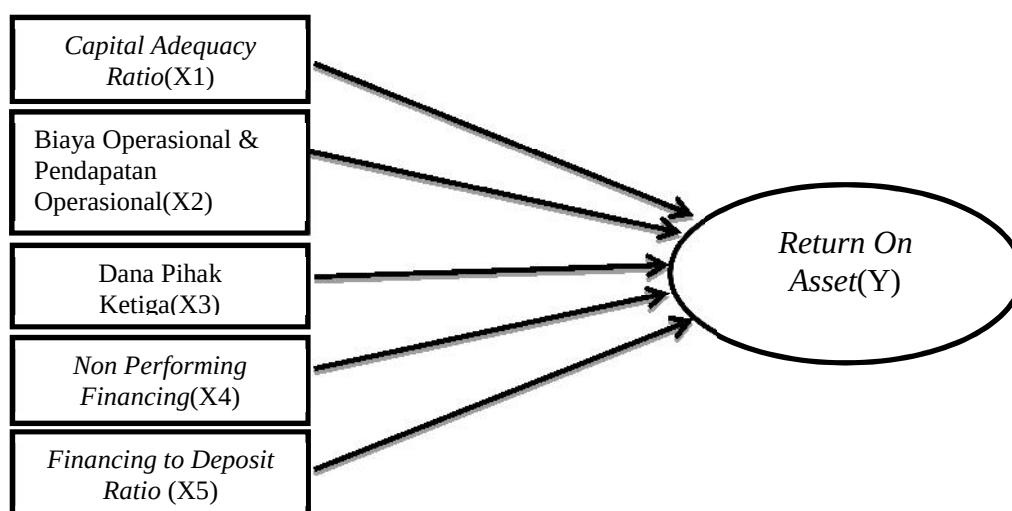
BOPO atau *Operational Efficiency Ratio* merupakan perbandingan antara total biaya operasi dengan total pendapatan operasi. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya (Dendawijaya, 2003).

Dana masyarakat (dana pihak ketiga) adalah dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank (Hasanudin, 2010:26).

Rasio *Non Performing Financing* (NPF) diukur dengan membandingkan jumlah pembiayaan bermasalah dengan total pembiayaan, jika nilai NPF dapat bertambah maka jumlah pembiayaan bermasalah meningkat. Apabila rasio NPF meningkat maka pembiayaan bermasalah yang ditanggung bank syariah bertambah dan mengakibatkan kerugian yang dihadapi meningkat sehingga dapat menurunkan tingkat keuntungan bank syariah dan akan mempengaruhi profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) (Mariana, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini karena tidak terdapat konsistensi hasil dalam penelitian-penelitian tersebut (*research gap*), sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut dan mengembangkan penelitian sebelumnya dengan cara menggabungkan beberapa penelitian terdahulu. Variabel yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dana Pihak Ketiga, dan *Non Performing Financing* (NPF).

Kerangka Pemikiran



Sumber : Sukma Hakiim dan Rafsanjani (2016).

Hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan dari landasan teori dan penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap Profitabilitas

Capital Adequacy Ratio (CAR) juga bisa disebut dengan rasio kecukupan modal, mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung resiko. Rasio kecukupan modal merupakan indikator terhadap kemampuan bank untuk menutupi penurunan aktiva sebagai akibat dari kerugian-kerugian bank yang disebabkan oleh aktiva yang beresiko (Dendawijaya, 2003).

Melalui Peningkatan modal sendiri maka kesehatan bank yang terkait dengan rasio permodalan (CAR) semakin meningkat dan dengan modal yang besar, manajemen bank sangat leluasa dalam menempatkan dananya ke dalam aktivitas investasi yang menguntungkan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi CAR, maka semakin tinggi pula ROA. Teori tersebut didukung oleh hasil penelitian Endang Fitriana (2016) yang menunjukkan bahwa CAR berpengaruh signifikan positif terhadap ROA. Sehingga hipotesis untuk *Capital Adequacy Ratio* adalah:

H₁ : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) Bank Umum Syariah di Indonesia.

2. Pengaruh Biaya Operasional & Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap Profitabilitas.

BOPO adalah rasio perbandingan antara Biaya Operasional dengan Pendapatan Operasional, semakin rendah tingkat rasio BOPO berarti semakin baik kinerja manajemen bank tersebut, karena lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang ada di perusahaan (Riyadi, 2006). Hasbi (2011) menambahkan bahwa semakin kecil rasio ini, berarti bahwa kinerja bank semakin baik. Sehingga hipotesis untuk BOPO:

H₂ : Biaya Operasional & Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia.

3. Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank (Hasanudin, 2010:26). Semakin tinggi Dana Pihak Ketiga (DPK) maka semakin tinggi juga profitabilitas suatu bank dengan asumsi penyaluran kredit bank lancar dan pembiayaan tidak mengalami masalah. Sehingga hipotesis untuk DPK :

H₃ : Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia.

4. Pengaruh Non Performing Financing (NPF) terhadap Profitabilitas

Non Performing Financing (NPF) yang dalam konteks bank konvensional dikenal dengan *Non Performing Loan* (NPL) merupakan besarnya risiko kredit yang dihadapi bank. Semakin besar rasio *Non Performing Financing* (NPF) suatu bank maka makin banyak pembiayaan bermasalah, atau dengan kata lain mengindikasikan semakin tingginya risiko pembiayaan seperti pembiayaan diragukan maupun pembiayaan macet. Sehingga hipotesis untuk *Non Performing Financing* adalah :

H₄ : *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh signifikan profitabilitas Bank umum Syariah di Indonesia.

5. Pengaruh *Financing to Deposit Ratio*(FDR) terhadap Profitabilitas

Financing to Deposit Ratio (FDR) dalam perbankan syariah digunakan menghitung seberapa besar dana pihak ketiga bank syariah dilepaskan untuk pembiayaan. Pembiayaan dalam industri perbankan syariah adalah penyaluran dana kepada pihak ketiga, bukan bank, dan bukan Bank Indonesia dengan menggunakan beberapa jenis akad dana pihak ketiga dalam bank syariah. Sehingga hipotesis untuk *Non Performing Financing* adalah :

H₅ : *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh signifikan profitabilitas Bank umum Syariah di Indonesia.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Ruang Lingkup penelitian yang digunakan adalah Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun

2013-2016. Populasi dalam penelitian ini semua Bank Umum syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2016. Pengambilan sampel dilakukan dengan metoda *purposive sampling* sesuai kriteria-kriteria yang ditetapkan, sehingga sample yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini berjumlah 11 Bank Umum Syariah di Indonesia periode tahun 2013-2016. Data yang diambil adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan Bank Umum Syariah dan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis data menggunakan teknik uji statistik deskriptif, uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda. Uji hipotesis menggunakan uji t, dan uji koefisien determinasi.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah pofitabilitas (ROA), Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *Capital Adequacy Ratio*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dana Pihak Ketiga, dan *Non Performing Financing*.

Variabel Dependen *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Menurut Dendawijaya (2009:119), rumus perhitungan ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel dependen.

Capital Adequacy Ratio (CAR) juga biasa disebut dengan rasio kecukupan modal, mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung resiko. CAR dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CAR = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{Total ATMR}} \times 100\%$$

Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO). Rasio ini sering juga disebut dengan Rasio Efisiensi Operasi (REO). Rasio ini digunakan untuk mengukur efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya. Semakin kecil rasio ini berarti semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Begitupun sebaliknya jika rasio BOPO suatu bank tinggi artinya kinerja bank tersebut tidak efisien. Besarnya nilai BOPO suatu bank dapat dihitung dengan rumus di bawah ini:

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

Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah seluruh pengumpulan dana yang dilakukan oleh bank dari pihak ketiga (masyarakat). DPK dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DPK = \text{Giro} + \text{Deposito} + \text{Tabungan} \quad (\text{Hasanudin, 2010:26})$$

Non Performing Financing (NPF) merupakan rasio keuangan yang berkaitan dengan risiko pembiayaan yang diberikan oleh pihak bank, sehingga rasio ini menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam mengelola pembiayaan bermasalah yang diberikan oleh bank kepada nasabah. NPF adalah perbandingan antara total pembiayaan bermasalah dengan total pembiayaan yang diberikan debitur. Menurut Muhammad (2005, 265), besarnya nilai NPF suatu bank dapat dihitung dengan rumus di bawah ini:

$$NPF = \frac{\text{Total Pembiayaan Bermasalah}}{\text{Total Pembiayaan}} \times 100\%$$

Financing to Deposit Ratio (FDR) dalam perbankan syariah digunakan menghitung seberapa besar dana pihak ketiga bank syariah dilepaskan untuk pembiayaan. Pembiayaan

dalam industri perbankan syariah adalah penyaluran dana kepada pihak ketiga, bukan bank, dan bukan Bank Indonesia dengan menggunakan beberapa jenis akad dana pihak ketiga dalam bank syariah. Pihak manajemen harus dapat mengelola dana yang dihimpun dari masyarakat untuk kemudian disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan yang nantinya dapat menambah pendapatan bank baik dalam bentuk bonus maupun bagi hasil, yang berarti profit bank syariah juga akan meningkat. Menurut Muhammad (2015:253) besarnya nilai FDR suatu bank dapat dihitung dengan rumus di bawah ini:

$$FDR = \frac{\text{Total Pembiayaan}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

D. Hasil Dan PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel antara *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO), Dana Pihak Ketiga (DPK), *Non Performing Financing* (NPF), *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dan *Return On Asset* (ROA) dari tahun 2013-2016 relatif baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui pola distribusi normal atau tidak. Output uji normalitas dihitung dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Model regresi dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, karena memenuhi syarat signifikan $> 0,05$.

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai *VIF* < 10 . Hasil uji Multikolinieritas pada data dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan.

c) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa tingkat signifikansinya $> 0,05$. Hasil uji ini menunjukkan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Hasil uji Autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,021. Nilai *d* berada antara 1,5 sampai 2,5 artinya model regresi tersebut diterima dan tidak ada autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,946	3,325		2,691	,011		
	CAR	-,088	,038	-,157	-2,286	,028	,335	2,989
	BOPO	-,116	,026	-,370	-4,529	,000	,237	4,221
	DPK	-5,792	,003	-,001	-,020	,984	,622	1,609
	NPL	-,545	,080	-,637	-6,824	,000	,182	5,509
	FDR	,072	,028	,178	2,520	,016	,317	3,159

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data sekunder yang diolah 2017

Persamaan dari hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 8,946 - 0,088 (X_1) - 0,116 (X_2) - 5,792 (X_3) - 0,545 (X_4) + 0,072(X_5)$$

Persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. $\alpha = 15,289$ nilai konstan menunjukkan pengaruh positif variabel-variabel independen yaitu CAR, BOPO, DPK, NPF dan FDR, maka kenaikan 1% variabel independen menyebabkan variabel dependen yaitu ROA naik 8,946.
2. Koefisien regresi β_1 sebesar $-0,088$ dengan nilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% CAR akan menurunkan ROA sebesar 0,088 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi β_2 sebesar $-0,116$ dengan nilai negatif, hal ini menunjukkan setiap kenaikan BOPO 1% akan menurunkan ROA sebesar 0,116 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien regresi β_3 sebesar $-5,792$ dengan nilai negatif, hal ini menunjukkan setiap kenaikan DPK 1% akan menurunkan ROA sebesar 5,792 dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Koefisien regresi β_4 sebesar $-0,545$ dengan nilai negatif, hal ini menunjukkan setiap kenaikan NPF 1% akan menurunkan ROA sebesar 0,545 dengan asumsi variabel lain tetap.
6. Koefisien regresi β_5 sebesar 0,072 dengan nilai positif, hal ini menunjukkan setiap kenaikan FDR 1% akan menaikkan ROA sebesar 0,072 dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel CAR mempunyai nilai signifikan $0,028 < 0,05$, sehingga secara parsial CAR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hipotesis 1 terbukti, sehingga H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima.
2. Variabel BOPO mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga secara parsial BOPO berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hipotesis 2 terbukti, sehingga H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima.
3. Variabel DPK mempunyai nilai signifikan $0,984 > 0,05$, sehingga secara parsial DPK berpengaruh namuntidaksignifikan terhadap ROA. Hipotesis 3 tidak terbukti, sehingga H_0 yang diajukan diterima dan H_a ditolak.
4. Variabel NPF mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga secara parsial NPF berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hipotesis 4 terbukti, sehingga H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima.
5. Variabel FDR mempunyai nilai signifikan $0,016 < 0,05$, sehingga secara parsial FDR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hipotesis 5 terbukti, sehingga H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,970 ^a	,940	,932	1,82490	1,987

a. Predictors: (Constant), FDR, BOPO, DPK, CAR, NPL

b. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data sekunder yang diolah 2017

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan adjusted R^2 sebesar 0,940 atau 94,0%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel independen yaitu CAR, BOPO, DPK, NPF dan FDR terhadap variabel dependen yaitu ROA adalah sebesar 94,0%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

E. PEMBAHASAN

Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini menunjukkan CAR berpengaruh negative tetapi tidak signifikan, Hasil

penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ningsukma dan Rafsanjani (2016) yang menyatakan bahwa CAR berpengaruh negative signifikan terhadap profitabilitas. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan bagian modal yang harus disediakan atau dicadangkan di perbankan (BI) untuk mengcover jika terjadi resiko, sehingga jika CAR terlalu tinggi dan tidak dioperasikan secara maksimal maka akan beresiko mengurangi kesempatan untuk memperoleh keuntungan atau profitabilitas dalam hal ini ROA.

Pengaruh Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini menunjukkan BOPO berpengaruh negative dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ningsukma dan Rafsanjani (2016) yang menyatakan BOPO berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional seharusnya dapat ditekan melalui efisiensi.

Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini menunjukkan DPK berpengaruh negative tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Muliawati dan Khoirudin (2015) yang menyatakan bahwa DPK berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, maka dalam Penelitian ini Dana Pihak Ketiga (DPK) perlu ditekan, karena jika tidak bisa menyalurkan kepada nasabah maka akan beresiko meningkatkan pembiayaan, hal ini akan menjadi salah satu factor yang bisa mengurangi profitabilitas. Sebaiknya pihak perbankan perlu meningkatkan Modal sendiri agar bisa mengurangi pembiayaan.

Pengaruh *Non Performing Financing* (NPF) terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini menunjukkan NPF berpengaruh negative dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Muliawati dan Khoirudin (2015) yang menyatakan bahwa NPF berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. *Non Performing Financing* (NPF) adalah kredit bermasalah, sehingga semakin tinggi nilai NPF maka profitabilitas semakin turun. Sebaiknya pihak perbankan perlu berhati-hati dalam menangani kredit bermasalah agar resiko kredit macet bisa ditekan.

Pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas (Y). Rasio yang menunjukan kemampuan suatu bank dalam menyediakan dana kepada debiturnya dengan modal yang dimiliki oleh bank maupun dana yang dapat dikumpulkan dari masyarakat. Semakin tinggi FDR suatu bank umum syariah, tidak menjadi tolok ukur bank untuk memperoleh profitabilitas tinggi dan digunakan untuk transaksi jangka pendek, cadangan deposito yaitu untuk transaksi jangka pendek, sehingga FDR yang merupakan tolok ukur rasio likuiditas tidak memberikan pengaruh nyata dalam mengukur kinerja profitabilitas bank syariah dan seharusnya FDR diperkecil.

F. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dan analisa data dapat diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset* . Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA), *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini hanya dilakukan pada perbankan syariah di Indonesia, sehingga tidak bisa digeneralisasikan pada seluruh perbankan di Indonesia. Implikasi yang diwujudkan dalam saran yang bisa diberikan berdasarkan penelitian ini : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA), sehingga pihak perbankan perlu menjaga nilai CAR sesuai dengan aturan Bank Indonesia. Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA) sehingga pihak bank perlu menekan biaya dengan efisiensi biaya operasional. Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA), sehingga pihak perbankan perlu memperkecil DPK karena DPK ini beresiko meningkatkan pembiayaan, sebaiknya perbankan perlu memperbesar Modal Sendiri. *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On*

Asset (ROA), oleh karena itu diharapkan bank umum syariah lebih efektif dan selektif dalam menyalurkan pembiayaan, sehingga dapat menurunkan NPF. FDR berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi *Financing to Deposit Ratio*(FDR) maka semakin tinggi dana yang disalurkan ke Dana Pihak Ketiga(DPK).

G. DAFTAR PUSTAKA

Agus Rifai (2015). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Menggunakan Pendekatan Income Statemen (ISA) dan Value Added Reporting (VAR)*. Jurnal Ekonomi.

Ani Sapariyah (2012). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan: Pendekatan Terhadap Rasio Keuangan Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Di BEI*. Jurnal Ekonomi, Vol 20, No 23 (2012)

Anshori, Muslich & Sri Iswati. 2009. *Buku Ajar Methodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press

Antonio, Muhammad Syafi'i. 2005. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani bekerjasama dengan Tazkia Cendekia.

Bali, T. G., Brown, S. J., & Caglayan, M. O. (2014). Macroeconomic risk and hedge fund returns. *Journal of Financial Economics*, 114(1), 1–19.

Baltacı, N., & Ayaydın, H. (2014). Firm, Country and Macroeconomic Determinants of Capital Structure: Evidence from Turkish Banking Sector. *EMAJ: EmergingMarkets Journal*, 3(3), 47–58. <http://doi.org/10.5195/emaj.2014.46>.

Bank Indonesia. 1998. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta: Bank Indonesia.

Dendawijaya, Lukman. 2009. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Fitriana, Endang. 2016. *Pengaruh Npf, Car, Dan Eva Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Syariah Di Bei*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

Gay, R. D. (2008). Effect of Macroeconomic Variables on Stock Market Returns for Four Emerging Economies: A Vector Regression Model for Brazil, Russia, India, and China. *Dissertation, H Wayne Huizenga School of Business and Entrepreneurs* Nova Southeastern University, 1–132.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: UNDIP.

Hakiim, N., & Rafsanjani, H. (2016). *Pengaruh Internal Capital Adequency Ratio (CAR) , Financing To Deposit Ratio (FDR) , dan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO) dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Aplikasi Manajemen, (66).

Kuncoro, Mudrajad.2002. *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta : BPFE.

Martadireja, Ismaya. 2013. *Pengaruh Non Performing Financing (Npf), Capital Adequency Ratio (Car), Net Interest Margin (Nim) Terhadap Profitabilitas Bank*.

Muhamad. 2015. *Manajemen Bank Syariah*. Edisi Revisi. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.

Peraturan Bank Indonesia No 10/15/PBI/2008 pasal 2 ayat 1.

Rivai, Veithzal, dkk. 2012. *Banking and Finance (Dari Teori Ke Praktik Bank dan Keuangan Syariah sebagai Solusi dan Bukan Alternatif)* Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Riyadi, Slamet Yulianto, agung. (2014). *Pengaruh Pembiayaan Bagi Hasil , Pembiayaan Jual Beli ,Financing To Deposit Ratio (Fdr) Dan Non Performing Financing (Npf) Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia*. Jurnal Analisis Akuntansi, 3(4), 466–474.

Siamat, Dahlan. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan Edisi Kelima*. Jakarta : Lembaga penerbit FEUI.

Sudarsono, Heri. 2008. *Bank dan lembaga keuangan bank syariah: Deskripsi dan ilustrasi*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan : Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 13/27/DPM 1 Desember 2011.

- Sri Muliawati & Moh. Khoiruddin (2015). *Faktor-faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi. Management Analysis Journal, 4 (1) (2015) 40-49.
- Tumbali, Ismail. (2014). *Pengaruh Capital Adequacy Ratio Dan Operating Efficiency Ratio Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia*. Jurnal Ekonomi.
- Undang-Undang No. 21 tahun 2008.
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin. 2010. *Islamic Banking, Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widyaningrum, L. 2015. *Pengaruh Car, Npf, Fdr, Dan Oer Terhadap Roa Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia Periode Januari 2009 Hingga Mei 2014*. Jurnal Ekonomi, 2(12).
- Zhu, B. (2012). The Effects of Macroeconomic Factors on Stock Return of Energy Sector in Shanghai Stock Market. *International Research Journal of Scientific and ReserchPublication*, 2(11), 1–4.

EDUCATION OF ACCOUNTING PROFESSIONS, PERCEPTION STUDENTS AND SELF MOTIVATION TO INTEREST CAREER PUBLIC ACCOUNTING

PENDIDIKAN PROFESI AKUNTANSI, PERSEPSI MAHASISWA DAN MOTIVASI DIRI TERHADAP MINAT KARIR AKUNTAN PUBLIK

Andri Octaviani

Akuntansi STIE AUB Surakarta, Indonesia

Andry.oktavia@stie-aub.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to know: 1) To know the influence of education of lantansi on career interest as Public Accountant, 2) To know the influence of student perception toward career interest as public accountant, 3) to know the influence of self motivation to career interest as Public Accountant, 4) To know whether there is influence of Accounting Education Interaction, Student Perception, and Self Motivation together towards career interest as public accountant. This research is a descriptive quantitative research. The population of this research is STIE-AUB student Surakarta Semester end. The sample of this study as many as 200 students taken from the formula Taro Yamame and Slovin then taken by proportional sampling. Data collection techniques used were questionnaires and documentation. Data analysis technique is done by multiple linear regression. The results of this study are as follows: (1) Accounting Education has a significant influence on career intentions as a public accountant of 0.000, 2) the perception of students have a significant influence on career interests as public accountant of 0.003, 3) Self Motivation has a significant influence of career interest as a public accountant of 0.000, 4) There is a significant influence on the interaction of Accounting Education, Student Perceptions, and Self Motivation together towards career interest as public accountant. Based on the calculation of the coefficient of determination can be said that 20.7% interest in career as a public accountant Accounting students STIE - AUB Surakarta can be influenced by variables Education Quantity, Student Perceptions, and Self Motivation. Furthermore, the rest is 79.3% influenced by other factors, namely socio demographic factors, attitude factors, and contextual factors. **Keywords:** Accounting Profession Education, Student Perception, Self Motivation, Career Interest as Public Accountant.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui Pengaruh Pendidikan Akuntansi terhadap Minat karir sebagai Akuntan Publik, 2) Untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Mahasiswa Jurusan Akuntansi terhadap Minat karir sebagai Akuntan Publik, 3) Untuk mengetahui Pengaruh Motivasi Diri terhadap Minat karir sebagai Akuntan Publik, 4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh interaksi Pendidikan Akuntansi, Persepsi Mahasiswa, dan Motivasi Diri secara bersama-sama terhadap minat karir sebagai akuntan publik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa STIE-AUB Surakarta Semester akhir. Sampel penelitian ini sebanyak 200 mahasiswa diambil dari rumus Taro Yamame dan Slovin kemudian diambil secara proposional sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan regresi linier ganda. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Pendidikan Akuntansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat karir sebagai akuntan publik sebesar 0,000, 2) persepsi mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat karir sebagai akuntan publik sebesar 0,003, 3) Motivasi Diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat karir sebagai akuntan publik sebesar 0,000, 4) Terdapat pengaruh secara signifikan interaksi Pendidikan Akuntansi, Persepsi Mahasiswa, dan Motivasi Diri secara bersama-sama terhadap Minat karir sebagai akuntan publik. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dikatakan bahwa 20,7% minat karir sebagai akuntan publik mahasiswa Akuntansi STIE – AUB Surakarta dapat dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Akuntansi, Persepsi Mahasiswa, dan Motivasi Diri. Selanjutnya sisanya yaitu 79,3% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor sosio demografi, faktor sikap, dan faktor kontekstual.

Kata Kunci: Pendidikan Profesi Akuntansi, Persepsi Mahasiswa, Motivasi Diri, Minat Karir sebagai Akuntan Publik.

PENDAHULUAN

Pendidikan akuntansi di Indonesia bertujuan menghasilkan lulusan yang beretika dan bermoral tinggi. Berbagai upaya dilakukan untuk memperkenalkan nilai-nilai profesi dan etika

akuntan kepada mahasiswa. Dalam upaya pengembangan pendidikan akuntansi yang berlandaskan etika ini dibutuhkan adanya umpan balik (*feedback*) mengenai kondisi yang ada sekarang, yaitu apakah pendidikan akuntansi di Indonesia telah cukup membentuk nilai-nilai positif mahasiswa akuntansi. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui persepsi mahasiswa dengan maksud mengetahui kadar etika mahasiswa akuntansi dan efektivitas kurikulum yang ada dalam membentuk etika mahasiswa akuntansi.

Pemilihan sebuah karir bagi mahasiswa akuntansi adalah tahap awal dari pembentukan karir tersebut, setelah berhasil menyelenggarakan kuliahnya. Pilihan karir bagi lulusan akuntansi tidak tertutup pada profesi akuntansi saja, banyak pilihan profesi yang dapat dialami oleh mereka, tergantung dari faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Banyak realitas yang terjadi di dunia kerja yang mengharuskan lulusan akuntansi pandai dalam mempertimbangkannya.

Begitu banyak pilihan karir yang dihadapkan bagi mahasiswa lulusan akuntansi menjadi sulit mengambil keputusan dalam memilih. Hal itu akan mengembalikan pertanyaan-pertanyaan seputar pemilihan profesi kepada mahasiswa itu sendiri, apakah yang menjadi latar belakang pilihannya itu, sehingga kondisi tersebut mengakibatkan bahwa tidak terjaminnya bahwa mahasiswa akuntansi memilih profesi karirnya sebagai akuntan, baik itu akuntan publik atau non publik. Perencanaan karir merupakan satu hal yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan dalam karir. Akan tetapi, sebagian orang tidak dapat melakukan perencanaan karir secara tepat karena senantiasa dihindangi kekhawatiran terhadap ketidakpastian dimasa datang.

METODE

Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Menurut Sugiyono (2009: 142) “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Pendapat itu juga dipertegas oleh Arikunto (2010: 194) bahwa kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan arti tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2009: 199).

Analisis Garis Regresi Linier Ganda

Menurut Priyatno (2010:61) analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan secara linier satu variabel dependen dengan dua variabel independen atau lebih. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear bergandanya dituliskan:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Minat Karir Sebagai Akuntan Publik

X₁ = Pendidikan Profesi Akuntansi

X₂ = Persepsi Mahasiswa

X₃ = Motivasi Diri

b₀ = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

ε = Random Error/Variabel gangguan

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan hipotesis. Hipotesis akan diterima apabila hasil penelitian dapat mendukung pernyataan hipotesis dan sebaliknya akan ditolak apabila hasil penelitian tidak mendukung pernyataan hipotesis.

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, data yang akan digunakan untuk analisis statistik dengan teknik regresi ganda harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model analisis regresi berganda, variabel dependen, variabel independen, ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Deteksi normalitas dapat diketahui dengan: Berdasarkan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini sebagai berikut:

Uji One-Sample Kolmogorov-Sminorv Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		211
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.32073257
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.081
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.247
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,89. Karena signifikansi lebih dari 0,05 (0,089 > 0,05), maka nilai residual tersebut telah normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Cara untuk mendeteksi masalah ini menggunakan tabel *Test for Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05. Hasil uji linieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pendidikan Profesi Akuntansi (X₁) dengan Minat Karir Sebagai Akuntan Publik (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Karir Akuntan Publik * Pendidikan Profesi Akuntansi	Between Groups	(Combined) Linearity	1031,042	19	54,265	2,428	,001
			521,901	1	521,901	23,35	,000
						1	
		Deviation from Linearity	509,142	18	28,286	1,266	,214
Within Groups			4268,929	191	22,350		
Total			5299,972	210			

Berdasarkan dapat dilihat bahwa nilai sig *linearity* kurang dari 0,05 yaitu 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi linieritas.

b) Persepsi Mahasiswa (X₁) dengan Minat Karir Sebagai Akuntan Publik (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat karir Akuntan Publik * Persepsi Mahasiswa	Between Groups	(Combined)	886,652	24	36,944	1,557	,055
		Linearity	102,271	1	102,271	4,310	,039
		Deviation from Linearity	784,380	23	34,103	1,437	,098
	Within Groups		4413,320	186	23,728		
	Total		5299,972	210			

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai sig *linearity* kurang dari 0,05 yaitu 0,039, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi linieritas.

c) Motivasi Diri(X₁) dengan Minat Karir Sebagai Akuntan Publik (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat karir Akuntan Publik * Motivasi Diri	Between Groups	(Combined)	1447,143	26	55,659	2,658	,000
		Linearity	664,701	1	664,701	31,744	,000
		Deviation from Linearity	782,442	25	31,298	1,495	,070
	Within Groups		3852,828	184	20,939		
Total			5299,972	210			

Berdasarkan table dapat diketahui bahwa nilai sig *linearity* kurang dari 0,05 yaitu 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi linieritas.

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Cara mendeteksinya dapat dilakukan menggunakan Nilai *Tolerance* Dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinieritas apabila nilai VIF lebih besar dari 10 dan angka TOLERANCE lebih kecil dari 0,1. Hasil uji multikolinieritas penelitian ini sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pendidikan Profesi Akuntansi	,990	1,010
	Persepsi Mahasiswa	,998	1,002
	Motivasi Diri	,990	1,010

a. Dependent Variable: Minat Karir Akuntan Publik

Berdasarkan dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF berada di sekitar angka 1 yang artinya lebih kecil dari 10. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinieritas.

1. Analisis Regresi Linier Ganda

Setelah diolah dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* diperoleh nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Hasil Pengujian Koefisien Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,406	4,265		1,268	,206
Pendidikan Profesi Akuntansi	,385	,085	,279	4,520	,000
Persepsi Mahasiswa	,134	,069	,120	1,950	,003
Motivasi Diri	,370	,071	,323	5,237	,000

a. Dependent Variable: Minat Karir Akuntan Publik

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta / intersep sebesar 5,406 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 nol maka nilai Y adalah 5,406. Berdasarkan kajian teoritis terkait dengan nilai konstanta, nilai konstanta tidak selalu dapat atau perlu diinterpretasikan. Menurut Gujarati (1978:48) menjelaskan bahwa “dalam analisis regresi penafsiran harfiah mengenai intersep seperti itu mungkin tidak selalu berarti”. Mengenai hal ini, lebih lanjut Gujarati (1978:48) menjelaskan “secara umum seseorang harus menggunakan akal sehat dalam menafsirkan intersep karena seringkali jangkauan sampel nilai X tidak memasukkan angka nol sebagai suatu dari nilai yang diamati”. Hal ini menegaskan bahwa variabel independen yang diasumsikan bernilai nol adalah tidak mungkin, karena pengukuran variabel independen dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5, variabel X tersebut tidak mungkin bernilai nol karena skala likert terendah yang digunakan adalah 1. Jadi nilai intersep dalam persamaan regresi tersebut tidak diinterpretasikan.
- Koefisien regresi variabel Pendidikan Profesi Akuntansi (X_1) sebesar 0,385 artinya Pendidikan Profesi Akuntansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel niat berwirausaha. Sedangkan koefisien 0,385 berarti bahwa peningkatan satu unit variabel Pendidikan Profesi Akuntansi dengan memperhatikan penampilan perhatian dalam kemampuan diri sendiri, kepercayaan diri dalam memulai usaha, jiwa kepemimpinan dalam mengelola usaha sebesar 0,385.
- Koefisien regresi variabel Persepsi Mahasiswa (X_2) sebesar 0,134 artinya *reliability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Minat Karir Sebagai Akuntan Publik. Sedangkan koefisien 0,134 berarti bahwa peningkatan satu unit variabel *reliability* dengan memperhatikan pemahaman dalam belajar, berkreasi sebesar 0,134.
- Koefisien regresi variabel lingkungan sekolah (X_3) sebesar 0,370 artinya *reliability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Minat Karir Sebagai Akuntan Publik. Sedangkan koefisien 0,370 berarti bahwa peningkatan satu unit variabel *reliability* dengan memperhatikan jaringan sosial, akses modal, informasi sebesar 0,370.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis data, dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh secara signifikan pendidikan profesi akuntansi terhadap minat karir akuntan publik. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji signifikan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,520 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,974 ($4,520 > 1,974$) pada taraf signifikan 5%. Hal ini berarti variabel pendidikan profesi akuntansi yang diwakili oleh indikator berupa pembelajaran, kepercayaan diri, jiwa kepemimpinan telah mempengaruhi minat karir akuntan publik mahasiswa jurusan Akuntansi STIE-AUB Surakarta.

2. Terdapat pengaruh secara signifikan Persepsi mahasiswa terhadap minat karir akuntan publik. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi diperoleh nilai signifikan sebesar 0,003. Hasil uji signifikan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,950 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,974 ($3,950 > 1,974$) pada taraf signifikan 5%. Hal ini berarti variabel persepsi mahasiswa yang diwakili oleh indikator berupa, berkreasi dan berinovasi, pembentukan sikap telah mempengaruhi minat karir akuntan publik mahasiswa Akuntansi STIE-AUB Surakarta.
3. Terdapat pengaruh secara signifikan Motivasi Diri terhadap minat karir akuntan publik. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji signifikan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 5,237 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,974 ($5,237 > 1,974$) pada taraf signifikan 5%. Hal ini berarti variabel motivasi diri yang diwakili oleh indikator jaringan sosial, akses informasi mempengaruhi minat karir akuntan publik mahasiswa Akuntansi STIE-AUB Surakarta.
4. Terdapat pengaruh secara signifikan interaksi Pensisikan profesi akuntansi, persepsi mahasiswa, motivasi diri, secara bersama sama terhadap minat karir sebagai akuntan publik. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dikatakan bahwa 20,7% minat karir akuntan publik mahasiswa akuntansi STIE-AUB Surakarta dapat dipengaruhi oleh variabel pendidikan akuntansi, persepsi mahasiswa, dan motivasi diri. Selanjutnya sisanya yaitu 79,3% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor sosio demografi, faktor sikap, dan faktor kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Rifai (2015). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Menggunakan Pendekatan Income Statemen (ISA) dan Value Added Reporting (VAR)*. Jurnal Ekonomi.
- Anshori, Muslich & Sri Iswati. 2009. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2005. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani bekerjasama dengan Tazkia Cendekia
- Bank Indonesia. 1998. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Dendawijaya, Lukman. 2009. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Fitriana, Endang. 2016. *Pengaruh Npf, Car, Dan Eva Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Syariah Di Bei*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: UNDIP

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KECELAKAAN LALU LINTAS DI POLRES ROKAN HILIR

Daud Sianturi¹, Sudarno², Nurmansyah SR³

^{1 2 3} Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru

Abstrak

Kecelakaan lalu lintas adalah suatu peristiwa di jalan yang tidak diduga dan tidak disengaja yang diakibatkan oleh kendaraan dengan atau tanpa pengguna jalan lain yang mengakibatkan korban manusia dan/atau kerugian harta benda. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kecelakaan lalu lintas di Polres Rokan Hilir. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen sumber daya manusia di perusahaan; dan sebagai bahan masukan bagi polisi lalu lintas dalam rangka mengurangi tingkat kecelakaan lalu lintas melalui kinerja polisi dan disiplin kerja. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang digunakan untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta sejauh mana model yang diajukan konsisten dengan data sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kinerja polisi lalu lintas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir. Hasil ini dapat diartikan semakin tinggi nilai kinerja polisi lalu lintas maka tingkat kecelakaan lalu lintas dapat dikurangi. Dengan kata lain, semakin baik kinerja polisi lalu lintas maka akan semakin menurun tingkat kecelakaan lalu lintas, (2) Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa disiplin kerja mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir. Hasil ini dapat diartikan semakin tinggi nilai disiplin kerja maka semakin rendah tingkat kecelakaan lalu lintas. Dengan kata lain, tingginya tingkat disiplin masyarakat dalam mematuhi rambu-rambu lalu lintas, kelengkapan surat-surat kendaraan dan sebagainya akan dapat menurunkan tingkat kecelakaan lalu lintas dan (3) Secara simultan kinerja polisi lalu lintas dan disiplin masyarakat berpengaruh yang signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Rokan Hilir. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir dapat diminimalisir dengan cara meningkatkan kinerja polisi lalu lintas dan disiplin kerja.

Kata Kunci : Kinerja Polisi Lalu Lintas, Disiplin Kerja dan Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas

Abstract

Traffic accident is an unpredictable and accidentally incident on the road which caused victim of people or material by vehicle with or without others traffic users. The purpose of this study is to examine and analyze influenced factors on traffic accident level in Rokan Hilir Police Resort Area. The expected of this study are to give contribution for developing of management knowledge especially human resources management in companies and to give input for traffic police in order to decrease the level of traffic accidents thought police performance and discipline. This study used multiple regression analyzing technique to examine hypothesis model in statistic and to find how far the consistency model with sample. The result showed (1) traffic police performance was significantly influences with traffic accident level in Rokan Hilir Police Resort Area. It means level of traffic accident could be decrease if traffic police performance increase. In other words, traffic accident will be decrease if performance of traffic police is better. (2) work discipline was significantly influences with traffic accident level in Rokan Hilir Police Resort Area. It means traffic accident level will decrease if work discipline increase. In other words, high level of society discipline in keeping traffic signs, complete of licences vehicle, etc could decrease the level of traffic accident. (3) simultaneously, traffic police performance was significantly influences with level of traffic accident in Rokan Hilir Police Resort Area. It indicates that high level of traffic accident in Rokan Hilir Police Resort Area could be minimize by increasing the performance and work discipline of traffic police.

Keywords: Traffic Police Performance, Work Discipline, Level of Traffic Accident

PENDAHULUAN

Polisi lalu lintas adalah unsur pelaksana yang bertugas menyelenggarakan tugas kepolisian mencakup penjagaan, pengaturan, pengawalan dan patroli, pendidikan masyarakat dan rekayasa lalu lintas, registrasi dan identifikasi pengemudi atau kendaraan bermotor, penyidikan kecelakaan lalu lintas dan penegakan hukum dalam bidang lalu lintas, guna memelihara ke amanan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas. Pelayanan kepada masyarakat di bidang lalu lintas dilaksanakan juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, karena dalam masyarakat yang modern lalu lintas merupakan faktor utama

pendukung produktivitasnya. Dan dalam lalu lintas banyak masalah atau gangguan yang dapat menghambat dan mematikan proses produktivitas masyarakat. Seperti kecelakaan lalu lintas, kemacetan maupun tindak pidana yang berkaitan dengan kendaraan bermotor.

Berikut ini adalah data kecelakaan lalu lintas daerah riau dari tahun 2010 samapi dengan 2014 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Kecelakaan Lalu Lintas Polres Rokan Hilir
Periode 2010 sampai dengan 2014

No	Tahun	Jumlah Kejadian	Korban			Kerugian Material
			MD	LB	LR	
1	2009	136	116	110	88	Rp. 610.000.000,-
2	2010	162	132	104	78	Rp. 612.750.000,-
3	2011	224	156	215	138	Rp. 1.399.400.000,-
4	2012	286	147	277	175	Rp. 1.167.050.000,-
5	2013	195	108	150	67	Rp. 677.950.000,-
6	2014	138	73	123	69	Rp. 1.232.300.000,-

Sumber : Polres Rokan Hilir

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa terjadinya peningkatan angka kecelakaan lalu lintas di daerah riau yaitu dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2012 baik kecelakaan meninggal dunia, luka berat maupun luka ringan. Sedangkan di tahun 2013 sampai dengan 2014 tingkat kecelakaan lalu lintas mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada tingkat kecelakaan yang tinggi pranan polisi sangat besar dalam mengatur ketertiban lalu lintas jalan maupun kemacetan maupun tindak pidana yang berkaitan dengan kendaraan bermotor.

Berikut ini disajikan data tingkat kehadiran personil Polres Rokan Hilir dilihat dari kehadiran para personil sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Absensi Personil Polres Rokan Hilir
Tahun 2010 s.d 2014

No	Tahun	Jlh Personil		Jlh Hari Kerja Dalam Setahun)	Jlh Hari Kerja Dalam Setahun Seluruh Personil	Absensi	Persentase Absensi
		Pria	Wanita				
1	2010	67	2	285 Hari	19665 Hari	125	25,61
2	2011	68	2	275 Hari	19250 Hari	101	20,70
3	2012	67	2	278 Hari	19182 Hari	90	18,44
4	2013	68	2	284 Hari	19880 Hari	92	18,85
5	2014	67	2	285 Hari	19665 Hari	80	16,39
Total						488	100,00

Sumber : Polres Rokan Hilir

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat kedisiplinan jika dilihat dari absensi personil menunjukkan persentase selalu menurun di setiap tahunnya, walaupun masih terdapat jumlah kenaikan persentase absensi di tahun 2013. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kedisiplinan pesonil dapat dikategorikan sangat bagus. Terlepas dari kinerja dan disiplin kerja polisi harus diakui bahwa pelayanan yang diberikan aparat kepolisian kepada masyarakat tidak akan berjalan dengan baik, tanpa adanya kerjasama antar berbagai pihak, terutama pihak yang bersangkutan langsung, dalam hal ini aparat kepolisian terutama dari fungsi lalu lintas dan masyarakat yang membutuhkan pelayanan, karena tanpa adanya kerjasama yang baik mustahil pelayanan yang diberikan berjalan dengan lancar.

Tingkat kecelakaan lalu lintas di daerah kabupaten Rokan Hilir masih mencapai angka tinggi. Kecelakaan lalu lintas merupakan salah satu faktor penyebab tingginya tingkat kematian. Kecelakaan lalu lintas sebenarnya dapat dihindari dengan ketertiban dalam berlalu lintas di jalan. Ketertiban dan

keselamatan berlalu lintas di jalan raya merupakan tanggung jawab bersama antara masyarakat dan pemerintah. Untuk itu di butuhkan dukungan dari masyarakat sebagai pengguna jalan, yaitu dengan kesadaran pribadi dari masyarakat akan pentingnya beretika yang baik saat berlalu lintas. Dengan budaya berlalu lintas yang baik, maka kejadian kecelakaan lalu lintas akan dapat di hindari dan di tekan. Berbagai upaya yang telah di lakukan Satuan lalu lintas Polres Daerah Rkan Hilir pada hakekatnya hanya merupakan upaya yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam mematuhi peraturan yang berlaku sehingga dapat tercipta situasi lalu lintas yang aman dan nyaman sehingga tingkat kejadian kecelakaan lalu lintas dapat semakin berkurang.

Terkait dengan kurangnya perhatian masyarakat terhadap pelanggaran lalu lintas di wilayah Kabupaten Rokan Hilir, tercermin dalam tingginya angka korban jiwa atau nyawa manusia akibat kecelakaan yang dapat terjadi setiap waktu dan tempat. Kurang mengindahkan sopan santun berlalu lintas dari masyarakat, seperti tidak mengindahkan tata tertib, tidak menghormati peraturan penggunaan sarana umum, bahkan terkadang kurang menghargai petugas yang sedang menunaikan kewajibannya, dikarenakan adanya suatu dorongan untuk mencapai tujuan secepat mungkin sesuai dengan kemampuan dan kecepatan kendaraan bermotor yang dikendarai ataupun ditumpangnya. Selain masalah tersebut juga masih rendahnya kesadaran masyarakat dalam berlalu lintas yang tertib dan beretika merupakan faktor penyebab tingginya angka kecelakaan lalu lintas di Kabupaten Rokan Hilir.

Dalam upaya menekan terjadinya kecelakaan lalu-lintas, bukanlah hal yang mudah bagi POLRI pada bagian Satuan Lalu Lintas pada khususnya. Kendala yang dialami oleh Satlantas pada umumnya dalam menekan angka kecelakaan lalu-lintas adalah pada unsur masyarakat sebagai objek sekaligus subjek utama dari pengguna jalan. Demikian juga yang terjadi di wilayah Riau, yang masyarakatnya cenderung bertemperamen keras, serta heterogen karena banyak pendatang. Masyarakat cenderung berupaya untuk yang penting mereka cepat sampai tujuan.

Berikut ini adalah data pelanggaran lalu lintas yang bertindak dengan tilang di Polres Rokan Hilir sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Pelanggaran Lalu Lintas Bertindak Dengan Tilang
Daerah Polres Rokan Hilir Tahun 2009 – 2014

No	Tahun	Keterangan Tilang	Jenis Barang Bukti			Kerugian Material
			SIM	STNK	RANMOR	
1	2009	6473	791	2374	3293	Rp. 117.800.000,-
2	2010	6527	842	2434	3251	Rp. 190.740.000,-
3	2011	6167	862	2470	2835	Rp. 192.200.000,-
4	2012	6473	1091	2865	2517	Rp. 242.175.000,-
5	2013	6014	1007	2967	1975	Rp. 119.370.000,-
6	2014	6782	929	2711	3142	Rp. 167.310.000,-

Sumber : Polres Rokan Hilir

Berdasarkan informasi data tersebut menunjukan bahwa data pelanggaran lalu lintas bertindak dengan tilang baik berupa SIM, STNK dan RANMOR mengalami fluktuasi. Tetapi jika dilihat data tahun terakhir pelanggaran lalu lintas mengalami kenaikan. Hal ini diduga salah satu factor terjadinya pelanggaran berlalu lintas adalah kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengendarai kendaraan bermotor. Hal ini juga dapat menyebabkan terjadinya kecelakaan lalu lintas.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat dibuat rumusan masalah yakni apakah kinerja polisi dan disiplin kerja berpengaruh terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas Polres Rokan Hilir? Dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja polisi dan disiplin kerja terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas Polres Rokan Hilir

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kecelakaan Lalu Lintas

Kecelakaan lalu lintas merupakan masalah yang serius di Indonesia. Dilihat dari segi makro ekonomi, kecelakaan merupakan *inefisiensi* terhadap penyelenggaraan angkutan atau suatu kerugian yang mengurangi kuantitas dan kualitas orang dan barang yang diangkut termasuk menambah totalitas biaya penyelenggaraan angkutan. Kecelakaan tidak terjadi secara kebetulan, namun diakibatkan oleh beberapa faktor penyebab kecelakaan yang harus dianalisis supaya tindakan *korektif* dan upaya

preventif (pencegahan) kecelakaan lalu lintas dapat dilakukan. Kecelakaan lalu lintas menelan korban jiwa sekitar 1,2 juta manusia setiap tahun menurut WHO (2004). Berkaitan dengan hal tersebut, berbagai program penanganan kecelakaan lalu lintas di jalan telah dilaksanakan oleh berbagai instansi baik pemerintah maupun swasta. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 menyatakan bahwa kecelakaan lalu lintas adalah suatu peristiwa di jalan yang tidak diduga dan tidak disengaja yang diakibatkan oleh kendaraan dengan atau tanpa pengguna jalan lain yang mengakibatkan korban manusia dan/atau kerugian harta benda. Kecelakaan lalu lintas adalah kejadian pada lalu lintas jalan yang sedikitnya diakibatkan oleh satu kendaraan yang menyebabkan cedera, kerusakan, atau kerugian pada pemiliknya atau korban (WHO, 1984). Secara teknis kecelakaan lalu lintas didefinisikan sebagai suatu kejadian yang disebabkan oleh banyak faktor yang tidak sengaja terjadi (*Random Multy Factor Event*).

Dalam pengertian secara sederhana, bahwa suatu kecelakaan lalu lintas terjadi apabila semua faktor keadaan tersebut secara bersamaan pada satu titik waktu tertentu bertepatan terjadi. Hal ini berarti memang sulit memprediksi secara pasti dimana dan kapan suatu kecelakaan akan terjadi.

Faktor- faktor Penyebab Kecelakaan

Lalu Lintas

Kecelakaan lalu lintas dapat diakibatkan dari situasi-situasi konflik antara pengemudi dengan lingkungan, dimana pengemudi melakukan tindakan menghindari sesuatu atau rintangan sehingga kemungkinan dapat menyebabkan tabrakan atau kecelakaan lalu lintas. Indriani dan Indawati (2005) tingkat kecelakaan lalu lintas dipengaruhi oleh faktor manusia, kendaraan, dan lingkungan jalan, serta interaksi dan kombinasi dua atau lebih faktor tersebut di atas yaitu faktor manusia (*Human Factors*); pertama, faktor manusia merupakan faktor yang paling dominan dalam kecelakaan. Manusia menggunakan jalan sebagai pejalan kaki dan pengemudi kendaraan. Pejalan kaki tersebut menjadi korban kecelakaan dan dapat juga menjadi penyebab kecelakaan. Pengemudi kendaraan merupakan penyebab kecelakaan yang utama, sehingga paling sering diperhatikan. Hampir semua kejadian kecelakaan diawali dengan pelanggaran aturan lalu lintas. Faktor manusia dalam tabrakan kendaraan mencakup semua faktor yang berhubungan dengan perilaku pengemudi dan pengguna jalan lain yang dapat berkontribusi terhadap tabrakan. Contoh yang termasuk perilaku pengemudi antara lain : pandangan dan ketajaman pendengaran, kemampuan membuat keputusan, dan kecepatan reaksi terhadap perubahan kondisi lingkungan dan jalan. Meskipun kemahiran dalam keterampilan berkendara diajarkan dan diuji sebagai persyaratan untuk mendapatkan surat keterangan ijin mengemudi, seorang pengemudi masih dapat mengalami resiko yang tinggi menabrak karena perasaan percaya diri mengemudi dalam situasi yang menantang dan berhasil mengatasinya akan memperkuat perasaan percaya diri. Keyakinan akan kemahiran mengemudi akan tumbuh tak terkendali sehingga potensi dan kemungkinan kecelakaan semakin besar. Kedua, faktor kendaraan (*Vehicle Factors*); kendaraan bermotor sebagai hasil produksi suatu pabrik, telah dirancang dengan suatu nilai faktor keamanan untuk menjamin keselamatan bagi pengendaranya. Kendaraan harus siap pakai sehingga harus dipelihara dengan baik agar semua bagian mobil berfungsi dengan baik, seperti mesin, rem kemudi, ban, lampu, kaca spion, dan sabuk pengaman. Dengan demikian pemeliharaan kendaraan tersebut diharapkan dapat mengurangi jumlah kecelakaan lalu lintas, mengurangi jumlah korban kecelakaan lalu lintas pada pemakai jalan lainnya, mengurangi besar kerusakan pada kendaraan bermotor. Ketiga, faktor kondisi jalan dan kondisi alam; faktor kondisi jalan dan kondisi alam juga berpengaruh sebagai penyebab kecelakaan lalu lintas. Kondisi jalan yang rusak dapat menyebabkan kecelakaan lalu lintas. Begitu juga tidak berfungsinya marka, rambu, dan alat pemberi isyarat lalu lintas (APILL) dengan optimal juga dapat menyebabkan kecelakaan lalu lintas. Ahli jalan raya dan ahli lalu lintas merencanakan jalan dan aturan-aturannya dengan spesifikasi standar yang dilaksanakan secara benar dan perawatan secukupnya supaya keselamatan transportasi jalan dapat terwujud.

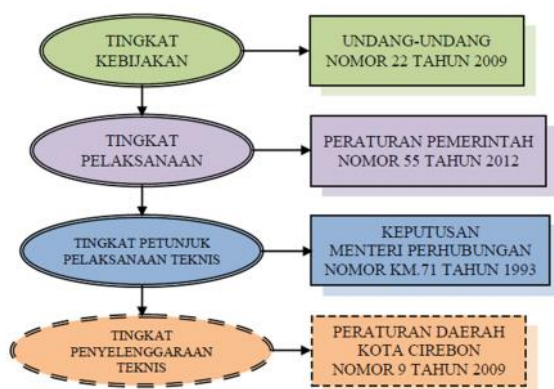
Gambar 2.1
Interaksi Faktor Penyebab Kecelakaan Lalu Lintas



Sumber : Direktorat Jenderal Perhubungan Darat (2010)

Pada umumnya program penanganan kecelakaan yang sedang dan akan dilakukan meliputi berbagai program penanganan, pencegahan, dan program pengurangan kecelakaan lalu lintas dalam pengertian penanganan terhadap jumlah kecelakaan (*number of accident*) maupun terhadap tingkat luka korban (*severity*). Upaya program pencegahan dan pengurangan kecelakaan dilaksanakan untuk meningkatkan keselamatan lalu lintas jalan di Indonesia.

Gambar 2.2
Landasan Hukum Pelaksanaan Pengujian Kendaraan Bermotor



Sumber : Direktorat Jenderal Perhubungan Darat (2010)

Secara umum hierarki peraturan perundangan yang menjadi landasan hukum pelaksanaan pengujian kendaraan bermotor diatur mulai dari tingkat undang-undang sampai kepada petunjuk pelaksanaannya dan penyelenggaraan teknis; (a) Pengujian Kendaraan Bermotor - Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Pasal 49 ayat (1) menyatakan bahwa Kendaraan bermotor, kereta gandengan, dan kereta tempelan yang diimpor, dibuat dan atau dirakit di dalam negeri yang akan dioperasikan di jalan wajib dilakukan pengujian. Penjelasan atas Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2012 Pasal 121 ayat (1) menyatakan bahwa Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menjamin keselamatan, menjaga kelestarian lingkungan, dan pelayanan umum. Pengujian kendaraan bermotor merupakan serangkaian kegiatan menguji dan memeriksa bagian atau komponen kendaraan bermotor, kereta gandengan, dan kereta tempelan dalam rangka pemenuhan terhadap persyaratan teknis dan laik jalan. Kendaraan bermotor adalah setiap kendaraan yang digerakkan oleh peralatan mekanik berupa mesin selain kendaraan yang berjalan di atas rel. (b) Pengujian Berkala Kendaraan Bermotor - Pengujian berkala kendaraan bermotor atau uji berkala adalah pengujian kendaraan bermotor yang dilakukan secara berkala terhadap setiap kendaraan bermotor, kereta gandengan, kereta tempelan, dan kendaraan khusus yang dioperasikan di jalan. Masa berlaku uji berkala kendaraan bermotor selama 6 (enam) bulan. (c) Persyaratan Teknis dan Laik Jalan Kendaraan Bermotor - Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 sebagai kebijakan teknis pengujian berkala kendaraan bermotor menyatakan bahwa Setiap kendaraan bermotor yang dioperasikan di jalan harus memenuhi persyaratan teknis dan laik jalan. Persyaratan teknis dan laik jalan kendaraan bermotor sebagaimana dimaksud adalah pemeriksaan dan pengujian fisik kendaraan meliputi pengujian terhadap persyaratan teknis dan laik jalan, persyaratan teknis merupakan pemeriksaan terhadap susunan, perlengkapan, ukuran, karoseri, rancangan teknis kendaraan bermotor sesuai dengan peruntukannya (sesuai dengan tujuan kendaraan

tersebut dibuat), pemuatan, penggandengan, dan penempelan kendaraan bermotor, pemeriksaan baik jalan ditentukan oleh kinerja minimal kendaraan bermotor yang diukur terhadap emisi gas buang kendaraan bermotor, kebisingan suara, efektivitas sistem rem utama, kemampuan sistem rem parkir, kincup roda depan, suara klakson, daya pancar dan arah sinar lampu utama, radius putar, akurasi alat penunjuk kecepatan, kesesuaian kinerja roda dan kondisi ban, serta kesesuaian daya mesin penggerak terhadap berat kendaraan, kendaraan yang dinyatakan lulus uji diberikan tanda bukti berupa buku uji, cat atau tanda uji samping, dan pelat uji, persyaratan, tata cara pengujian, masa berlaku, dan pemberian tanda bukti diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

Kinerja Polisi

Berdasarkan UU No 22 tahun 2002, definisi dari Kepolisian yang tercantum dalam pasal 1 butir 1 yang berbunyi : “Kepolisian adalah segala hal ihwal yang berkaitan dengan fungsi dan kelembagaan Polisi sesuai dengan peraturan perundang-undangan”. Sedangkan yang dimaksud dengan lalu lintas, menurut UU No 22 tahun 2009 pasal 1 ayat 2, adalah gerak kendaraan dan orang di ruang lalu lintas jalan.

Dari tinjauan mengenai pengertian Polisi dan lalu lintas diatas, maka dapat disimpulkan definisi dari Polisi Lalu Lintas, yaitu “bagian dari Kepolisian yang diberi tugas mewujudkan keamanan dan ketertiban masyarakat di bidang gerak kendaraan dan orang di ruang lalu lintas. Dalam kaitannya dengan Polisi Lalu Lintas sebagai objek persepsi dari pengguna lalu lintas, maka Polisi Lalu Lintas memiliki beberapa aspek yang melekat pada dirinya, yaitu : Tugas, Kewajiban, Pelayanan, dan Penampilan yang dia tunjukan kepada pengguna lalu lintas.

Mahmudi (2005:21) menyebutkan bahwa kinerja merupakan suatu konstruk multidimensional yang mencakup banyak faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi kinerja, antara lain : (a) faktor personal/individual, meliputi : pengetahuan, keterampilan (skill), kemampuan, kepercayaan diri, motivasi dan komitmen yang dimiliki oleh setiap individu, (b) faktor kepemimpinan, meliputi : kualitas dalam memberikan dorongan, semangat, arahan, dan dukungan yang diberikan manajer dan team leader, (c) faktor tim, meliputi : kualitas dukungan dan semangat yang diberikan oleh rekan dalam satu tim, kepercayaan terhadap sesama anggota tim, kekompakan dan keeratan anggota tim. (d) faktor sistem, meliputi sistem kerja, fasilitas kerja atau infrastruktur yang diberikan organisasi, proses organisasi dan kultur kinerja dalam organisasi. (e) faktor kontekstual (situasi), meliputi : tekanan dan perubahan lingkungan eksternal dan internal organisasi.

Disiplin

Pegawai yang memiliki kedisiplinan yang tinggi adalah pegawai yang konsekuen, konsisten, taat, serta bertanggungjawab atas tugas-tugas yang diberikan kepadanya.

VeithzalRivai (2009:224) disiplin adalah suatu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pegawai agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang dalam mentaati peraturan-peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku,

Menurut Mangkunegara (2011:261), dengan tingkat disiplin yang baik akan terlihat pada keadaan: tingginya semangat dan gairah kerja pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya, tinggi tanggungjawab pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya, tingginya tingkat kepedulian pegawai terhadap pencapaian tujuan perusahaan, tingginya tingkat solidaritas dikalangan pegawai, meningkatnya rasa memiliki dikalangan pegawai, meningkatnya efisiensi dalam melaksanakan pekerjaan, meningkatnya produktivitas kerja pegawai.

Menurut Ratmito dan Winarsih (2007:219), kedisiplinan seseorang tercermin dari aspek seperti ketepatan waktu, kepatuhan dan tanggung jawab. Pegawai yang menghargai waktu adalah ciri pegawai yang menjunjung kedisiplinan dalam bekerja artinya pegawai dapat bekerja dengan tepat waktu dan menyelesaikan tugas serta tanggungjawabnya sesuai dengan batas waktu yang diberikan oleh atasannya.

Kepatuhan menentukan pada terlaksananya suatu pekerjaan dengan baik atau tidak. Kepatuhan adalah mematuhi segala aturan yang berlaku, mematuhi perintah yang diberikan oleh atasan serta kesanggupan untuk tidak melanggar larangan yang ada baik tertulis maupun tidak.

KERANGKA KONSEP PENELITIAN

Pengaruh Kinerja Polisi Lalu Lintas Terhadap Kecelakaan Lalu Lintas

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 menyatakan bahwa kecelakaan lalu lintas adalah suatu peristiwa di jalan yang tidak diduga dan tidak disengaja yang diakibatkan oleh kendaraan dengan atau tanpa pengguna jalan lain yang mengakibatkan korban manusia dan/atau kerugian harta benda. Tingginya angka kecelakaan lalu lintas di jalan yang merupakan pembunuh terbesar nomor tiga di Indonesia dan buruknya citra polisi dimata masyarakat dalam melakukan pelayanan di jalan raya walaupun hanya dilakukan oleh beberapa oknum petugas yang tidak bertanggung jawab diharapkan dapat berubah. Perubahan yang mendasar harus terjadi di dalam kinerja kepolisian.

Menurut Mangkunegara, (2009:18) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Kinerja satuan lalu lintas pada Polres Kabupaten Rokan Hilir Polres Kabupaten Rokan Hilir merupakan kemampuan dari para personel yang didukung oleh sarana dan prasarana yang ada dalam melakukan tugas-tugasnya dalam melakukan penanganan kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Kinerja ini dapat diukur dengan diwakili oleh 4 (empat) indikator yaitu : responsivitas, responsibilitas, akuntabilitas dan transparansi. Kinerja yang baik mendorong terciptanya pelayanan prima bagi masyarakat.

Hasil penelitian Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati Haryono Sukarto (2008) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

Pengaruh Disiplin Kerja Polisi Lalu Lintas Terhadap Kecelakaan Kerja

Disiplin satuan lalu lintas pada Polres Kabupaten Rokan Hilir merupakan kedisiplinan polisi satuan lalu lintas polres kabupaten rokan hilir tercermin dari bebagai aspek yaitu seperti ketepatan waktu, kepatuhan dan tanggung jawab. Menurut Rivai (2004) Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pegawai agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang dalam mentaati peraturan-peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati Haryono Sukarto (2008) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara disiplin kerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

Pengaruh Kinerja Polisi Lalu Lintas dan Disiplin Kerja Polisi Lalu Lintas Terhadap Kecelakaan lalu Lintas

Kecelakaan lalu lintas merupakan masalah yang serius di Indonesia. Dilihat dari segi makro ekonomi, kecelakaan merupakan *inefisiensi* terhadap penyelenggaraan angkutan atau suatu kerugian yang mengurangi kuantitas dan kualitas orang dan barang yang diangkut termasuk menambah totalitas biaya penyelenggaraan angkutan. Kecelakaan tidak terjadi secara kebetulan, namun diakibatkan oleh beberapa faktor penyebab kecelakaan yang harus dianalisis supaya tindakan *korektif* dan upaya *preventif* (pencegahan) kecelakaan lalu lintas dapat dilakukan.

Kecelakaan lalu lintas dapat diakibatkan dari situasi-situasi konflik antara pengemudi dengan lingkungan, dimana pengemudi melakukan tindakan menghindari sesuatu atau rintangan sehingga kemungkinan dapat menyebabkan tabrakan atau kecelakaan lalu lintas.

Dalam kaitannya dengan Polisi Lalu Lintas sebagai objek persepsi dari pengguna lalu lintas, maka Polisi Lalu Lintas memiliki beberapa aspek yang melekat pada dirinya, yaitu : Tugas, Kewajiban, Pelayanan, dan Penampilan yang dia tunjukan kepada pengguna lalu lintas.

Veithzal Rivai (209:224) disiplin adalah suatu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pegawai agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang dalam mentaati peraturan-peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Selanjutnya Hasibuan (2005:91) menjelaskan bahwa kedisiplinan sering juga dinyatakan sebagai suatu fungsi operatif yang penting karena semakin baik disiplin pegawai, maka semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya. Tanpa kedisiplinan yang baik sulit bagi organisasi untuk mencapai hasil yang optimal. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro

Wartatmo, serta Susy Kusčitawati Haryono Sukarto (2008) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja dan disiplin kerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dibuat model kerangka pemikiran dalam penulisan penelitian ini yaitu :

Berdasarkan kerangka pemikiran maka dapat diajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu H1: Terdapat pengaruh yang signifikan kinerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas Polres Rokan Hilir, H2: Terdapat pengaruh yang signifikan disiplin kerjaterhadap Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas Polres Rokan Hilir, H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja polisi dan disiplin kerja terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas Polres Rokan Hilir.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini yaitu kecelakaan lalu lintas (Y) adalah kejadian pada lalu lintas jalan yang sedikitnya diakibatkan oleh satu kendaraan yang menyebabkan cedera, kerusakan, atau kerugian pada pemiliknya atau korban (WHO, 1984), kinerja (X_1) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2009:18), disiplin (X_2) merupakan suatu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pegawai agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang dalam mentaati peraturan-peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku (Veithzal Rivai, 2009:224)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai kinerja polisi lalu lintas dan disiplin kerja pada Satuan Lalu Lintas Polres Rokan Hilir terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas. Penelitian bersifat memaparkan, menuturkan, menafsirkan dan menganalisis pengaruh kinerja dan disiplin kerja Satuan Lalu Lintas Polres Rokan Hilir terhadap tingkat kecelakaan. Sehingga jenis penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian uji pengaruh yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) dengan membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Nazir, 1998: 51) Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Polres Rokan Hilir Riau. Penelitian ini dilakukan di satuan lalu lintas Polres Rokan Hilir atas pertimbangan yaitu : tingginya angka kecelakaan lalu lintas yang terjadi di wilayah hukum Polres Rokan Hilir Riau, keluhan dari masyarakat atas pelayanan yang diberikan dalam penanganan kecelakaan, merupakan instansi publik yang menangani kecelakaan yang terjadi dalam polres Kabupaten Rokan Hilir Riau

Menurut Arikunto (2010) populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah setiap subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini seluruh Polisi Di Satuan Polres Kabupaten Rokan Hilir Riau yang berjumlah 69 Personil dan masyarakat 31 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:109). sampel merupakan bagian populasi yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel. Dengan demikian, maka peneliti mengambil sampel seluruh Polisi Di Satuan Polres Kabupaten Rokan Hilir Riau dan masyarakat yang mengalami kecelakaan dijadikan sampel. Jadi total sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden.

Dalam penelitian ini, data bersumber dari masyarakat yang telah mendapatkan pelayanan penanganan kecelakaan dari satlantas Polres Rokan Hilir Riau dan petugas kepolisian yang menangani kecelakaan lalu lintas secara langsung (unit laka), data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara mencatat yang bersumber dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan kinerja Polres Rokan Hilir Riau yang digunakan sebagai pendukung. Selain dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan kinerja Polres Rokan Hilir Riau, data juga dapat diambil dari peraturan perundang-undangan, laporan-laporan, arsip dan berita acara yang berhubungan dengan penelitian.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Validitas menunjukkan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Jadi dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tes tersebut semakin mengena pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes tersebut. Jika penggunaan kuesioner didalam pengumpulan data penelitian, maka butir-butir pertanyaan yang disusun pada kuesioner tersebut merupakan alat tes yang harus mengukur apa yang menjadi tujuan penelitian ini. Uji validitas didasarkan pada *Corrected Item-Total Correlated* dan nilai KMO atau Komponen Matrik. Menurut Masrum dalam Solimun (2009) bilamana koefisien korelasi positif dan lebih dari 0,30 atau probabilitas kesalahan menolak $H_0 \leq$ taraf signifikan 0,05 maka indikator dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Kadang-kadang reliabilitas disebut juga kepercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauhmana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas didasarkan pada *internal consistency* adalah *Alpha Cronbach*, bila *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,05 menunjukkan instrumen tersebut reliabel (Malhotra dalam Solimun, 2009).

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya baik secara bersama-sama (simultan) dan secara parsial digunakan Model Regresi Linier Berganda (Gujarati, 2002) yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

- Y = Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas
- X_1 = Kinerja Polisi
- X_2 = Disiplin Kerja
- α = Konstanta
- β_{1-3} = Koefisien masing-masing variabel

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang suatu data, seperti rata-rata (*mean*), jumlah (*sum*), simpangan baku (*standard deviation*), varians (*variance*), rentang (*range*), nilai minimum dan maximum, dan sebagainya. Dalam analisis deskriptif dapat digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2006). Bila rasio *skeweness-kurtosis* berada belum diantara -2 s.d +2, maka terjadi *outlier* (Ghozali, 2006) dan data *outlier* harus dikeluarkan. Untuk melihat terjadinya outlier dapat diketahui melalui *casewase diagnostics* atau *chart observed value-unstandarized residual*.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi antar variabel dengan melihat nilai durbin watson pada output uji yang dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 0,05 jumlah data penelitian serta variabel independen.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi diantara variabel independen yang ada atau variabel harus bebas/tidak boleh ada korelasi. Uji Multikolinearitas dilakukan *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan rumus:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance Value}$$

Dimana :

Batas *tolerance value* adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10, Jika :

Tolerance value < 0,1 atau *VIF* > 10 : terjadi *multikolinearitas*

Tolerance value > 0,1 atau *VIF* < 10 : tidak terjadi *multikolinearitas*

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Sebagai pedoman pengujian menggunakan uji Glejser, jika $P_{\text{value}} > 0,05$ dengan meregresikan nilai residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2006). Jika variabel independent mempengaruhi residual msk model regresi memiliki masalah heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Secara Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen secara parsial, akan diketahui bagaimana pengaruh variabel dependen dan variabel independen secara parsial. Analisis ini menggunakan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan untuk dapat menentukan nilai kritis. Pengujian dengan membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel atau melihat P value masing-masing sehingga bisa ditentukan apakah hipotesa yang telah dibuat signifikan.

Uji F (Uji Secara Simultan)

Untuk menguji kebenaran hubungan antara variabel-variabel independen yang ada pada model regresi digunakan analisis uji-F (ANOVA). Analisis uji-F ini dilakukan untuk membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Sebelum membandingkan nilai F tersebut, terlebih dahulu harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan agar dapat ditentukan nilai kritis. Alpha (α) yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau $P_{\text{value}} > \alpha$, disebut tidak signifikan karena H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $P_{\text{value}} < \alpha$, disebut signifikan karena H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi yang digunakan adalah nilai *adjusted* R^2 yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted* R^2 merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan. Menurut Imam Ghozali (2006) uji Koefisien Determinasi yang digunakan adalah nilai *adjusted* R^2 yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted* R^2 merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kinerja Polisi Lalu Lintas Terhadap Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden mempunyai tanggapan yang setuju mengenai kinerja polisi lalu lintas yang ada di Polres Daerah Rokan Hilir. Hal ini didukung dengan hasil uji koefisien regresi secara parsial dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja polisi lalu lintas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas yang ada di Polres Daerah Rokan Hilir. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kinerja polisi lalu lintas sangat mempunyai hubungan yang erat terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas. Semakin tinggi kinerja Polisi Lalu Lintas maka semakin rendah tingkat kecelakaan lalu lintas di Polres Daerah Rokan Hilir. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati Haryono Sukarto (2008) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dimana responden mempunyai tanggapan dengan penilaian yang setuju terhadap disiplin kerja yang ada di Daerah Rokan Hilir. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dimana variabel Disiplin kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat disiplin kerja maka semakin rendah tingkat kecelakaan lalu lintas di daerah Rokan Hilir. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati Haryono Sukarto (2008) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara disiplin kerja polisi terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

Pengaruh Kinerja Polisi Lalu Lintas dan Disiplin Kerja Terhadap Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas

Hasil didukung dengan hasil dimana nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh nilai sebesar 0,773 atau 77,3%. Hal ini berarti sebesar 77,3% tingkat kecelakaan lalu lintas dipengaruhi oleh variabel kinerja polisi dan disiplin kerja. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 22,7% Tingkat kecelakaan lalu lintas ini dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Hony (2004), Indriani & Indawati (2005), Christensen dan Elvik (2007), Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati Haryono Sukarto (2008) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara bersama-sama kinerja polisi dan disiplin kerja mempunyai pengaruh terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kinerja polisi lalu lintas dan disiplin masyarakat terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Polres Daerah Rokan Hilir serta hasil uraian pada pembahasan, maka dapat diambil suatu kesimpulan dalam penelitian ini adalah (a) hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kinerja polisi lalu lintas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir. Hasil ini dapat diartikan semakin tinggi nilai kinerja polisi lalu lintas maka tingkat kecelakaan lalu lintas dapat dikurangi. Dengan kata lain, semakin baik kinerja polisi lalu lintas maka akan semakin menurun tingkat kecelakaan lalu lintas, (b) hasil analisis statistik menunjukkan bahwa disiplin kerja mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir. Hasil ini dapat diartikan semakin tinggi nilai disiplin kerja maka semakin rendah tingkat kecelakaan lalu lintas. Dengan kata lain, tingginya tingkat disiplin masyarakat dalam mematuhi rambu-rambu lalu lintas, kelengkapan surat-surat kendaraan dan sebagainya akan dapat menurunkan tingkat kecelakaan lalu lintas, (c) secara simultan variabel kinerja polisi lalu lintas dan disiplin masyarakat berpengaruh yang signifikan terhadap tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Rokan Hilir. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di Daerah Polres Rokan Hilir dapat diminimalisir dengan cara meningkatkan kinerja polisi lalu lintas dan disiplin kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Christensen dan Elvik .2007. *Effects on Accidents of Periodic Motor Vehicle Inspection* di Norwegia. Jurnal
- Direktorat Jenderal Cipta Karya, 2010, *Final Draft Pedoman Pengelolaan Terminal di Kabupaten/Kota Peserta USDRP*, Kementerian
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat .2010. Interaksi Faktor Penyebab Kecelakaan Lalu Lintas
- Elvik, R., 2007. *Effects on Accidents of Periodic Motor Vehicle Inspection in Norway*. Accident Analysis and Prevention 39 : 47-52, Institute of Transport Economic, Norway. Jurnal
- Hony . 2004. *Evaluasi Data Kecelakaan Lalu Lintas dikaitkan dengan Psikologi*. Kota Palembang. Jurnal Penelitian
- Hasibuan, 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara
- Indriani dan Indawati R., 2005. *Model Hubungan dan Estimasi Tingkat Kecelakaan Lalu Lintas*. Pekerjaan Umum, Jakarta. Jurnal
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN
- Mangkunegara, Anwar, 2006, *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*, Bandung: Penerbit PT. Refika Aditama
- Mangkunegara, Anwar, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih .2007.*Manajemen Pelayanan*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sahabudin, Hendro Wartatmo, serta Susy Kusचितawati. 2010. *Faktor Risiko Terjadinya Kecelakaan Lalu Lintas Sepeda Motor*. Jakarta Jurnal Penelitian
- Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik, Undang- Undang No.14 tahun 2008, LN No. 61 Tahun 2008 TLN No. 4846
- Undang-undang No. 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Jalan Raya.
- Undang-undang No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- VeithzalRivai dan Basri. 2005. *Perfomance Appraisal*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Veithzal, Rivai, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*,Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

PENGARUH SUKU BUNGA, KURS, TINGKAT INFLASI, HARGA MINYAK DUNIA, DAN HARGA EMAS DUNIA TERHADAP HARGA SAHAM PADA INDEKS KOMPAS 100

Dwiana Indah Lestari¹, Bambang Supeno², Achmad Tavip Junaedi³
Program Pascasarjana, Magister Manajemen, Universitas Lancang Kuning

Abstract

Dwiana Indah Lestari: Postgraduate Master of Management University of Lancang Kuning, August 2, 2016, Influence of Interest Rate, Exchange Rate, Inflation, Oil World, and the World Gold Price on Stock Price At Kompas100 Index. Chairman Supervisor: Dr. Bambang Supeno, MM, Advisory Committee: Dr. Ir. H. Achmad Tavip Junaedi, MM. This research aims to influence of interest rate, exchange rate, inflation, oil world, and the world gold price on stock price at Kompas100 index. The location of this study conducted in Indonesia. While a study conducted in 2013 to 2015. The data source of this research is Kompas100 index, interest rate Bank Indonesia, the rupiah against the US dollar and the inflation rate. With 36 observations as samples. Data analysis techniques in the form of descriptive analysis, classic assumption test (test for normality, autocorrelation test, multicollinearity test, heteroskedasticity test), as well as test hypothesis namely t test (partially), F test (simultaneous test) and test the coefficient of determination). The results of this study partially; BI rate, exchange rate, inflation rate, and the price of gold has no influence on the stock price at Kompas100 index. Partially compass world oil prices influence the price of stock in the Kompas100 index. And simultaneously BI rate, exchange rates, inflation rates, oil prices world and the world gold price have a significantly influence on stock prices in the Kompas100 index.

Key words : BI Rate, Exchange Rate, Inflation, Oil World, World Gold, Price Stock Kompas100.

1. PENDAHULUAN

Peranan pasar modal dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting. Hal ini terjadi karena pasar modal mempunyai dua peranan berarti dalam kegiatan ekonomi. Peranan pertama adalah sebagai sarana pendanaan suatu usaha dan sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana agar dapat mengembangkan usaha, melakukan ekspansi, untuk menambahkan modal kerja, dan kegiatan yang dapat mendukung pengembangan perusahaan. Peranan pasar modal yang kedua adalah sebagai tempat bagi masyarakat untuk menempatkan dana yang dimiliki dalam bentuk saham, obligasi, reksadana, dan lain sebagainya (Witjaksono, 2010).

Saham yang merupakan salah satu bentuk investasi yang memiliki tingkat resiko tinggi karena investasi ini sangat dipengaruhi oleh adanya perubahan-perubahan baik internal maupun eksternal. Perubahan – perubahan ini bisa memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap harga saham yang beredar di pasar modal (Lukisto dan Anastasia, 2014).

Kondisi pasar saham dapat dipengaruhi oleh banyak faktor beberapa diantaranya adalah pengaruh dari faktor makroekonomi seperti tingkat suku bunga bank, nilai mata uang dollar terhadap rupiah, tingkat inflasi, harga minyak dan emas dunia, dan berbagai faktor-faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi harga saham.

Tingkat suku bunga bank di Indonesia ditentukan oleh Bank Indonesia yang lebih dikenal dengan nama BI Rate. Naik turunnya suku bunga Bank Indonesia ini dapat memberikan pengaruh terhadap pergerakan harga saham Indonesia. Dimana turunnya suku bunga Bank Indonesia akan berpengaruh positif terhadap turunnya suku bunga kredit dan bunga deposito bank sehingga investor akan lebih cenderung menginvestasikan dananya tidak dalam bentuk deposito.

Dari sekian banyak indeks saham yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, salah satu indeks saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah Indeks Kompas 100. Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia diperbaharui setiap enam bulan sekali dan menjadi salah satu acuan di pasar saham. Saham-saham yang masuk dalam Indeks Kompas 100 mewakili sekitar 70 - 80% dari total 1.582 triliun nilai kapitalisasi pasar secara keseluruhan saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Maka, investor dapat melihat kecenderungan arah pergerakan indeks melalui pengamatan pergerakan Indeks Kompas 100.

Selain pengaruh dari beberapa variabel independen yang berpengaruh terhadap harga saham, beberapa penelitian terdahulu dengan adanya perbedaan hasil penelitian menjadi latar belakang ketertarikan peneliti untuk kembali meneliti pengaruh suku bunga, kurs, dan tingkat

inflasi terhadap harga saham pada Indeks Kompas 100. Penelitian yang dilakukan oleh Alam dan Uddin (2009) menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham. Penelitian ini bertolakbelakang dengan penelitian Wijayanti dan Kaluge (2015) yang menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh negatif tidak signifikan, inflasi berpengaruh positif tidak signifikan, dan kurs berpengaruh negatif signifikan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Pearce (1982) menunjukkan inflasi berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Sujoko (2009) yang menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh positif tidak signifikan, kurs berpengaruh positif signifikan, dan inflasi berpengaruh positif signifikan terhadap imbal hasil saham reksadana. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Witjaksono (2010) dan Kurniawan (2014) terhadap variabel harga minyak dan emas dunia menunjukkan hasil yang berbeda dimana Wijaksono menunjukkan bahwa harga minyak dan emas dunia berpengaruh positif terhadap IHSG sedangkan hasil penelitian Kurniawan menunjukkan bahwa harga minyak dunia berpengaruh negatif tidak signifikan dan harga emas dunia berpengaruh positif signifikan terhadap IHSG.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pasar modal merupakan pertemuan antara pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana dengan cara jual beli sekuritas. Pasar modal juga dapat berarti pasar untuk memperjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham dan obligasi.

Fungsi pasar modal yakni sebagai penunjang perekonomian karena pasar modal dapat menghubungkan pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana, pendorong terciptanya alokasi dana yang efisien karena melalui pasar modal maka pihak yang memiliki kelebihan dana dapat memilih alternatif investasi yang memberikan return paling optimal (Tandelilin, 2010).

Secara umum pasar modal merupakan suatu sistem keuangan yang terorganisir termasuk bank-bank komersial dan semua lembaga perantara di bidang keuangan serta seluruh surat-surat berharga. Saham juga dapat diartikan sebagai tanda kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan. Bentuk dari saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan kertas tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham yakni kondisi makro ekonomi dan stabilitas politik negara berupa kurs valas, inflasi, jumlah uang beredar, dan tingkat suku bunga (Kurniawan, 2010).

Sertifikat Bank Indonesia (SBI) merupakan surat berharga yang merupakan bukti pengakuan utang jangka pendek dalam bentuk rupiah dan diterbitkan oleh Bank Indonesia dengan sistem diskonto. SBI diterbitkan tanpa warkat dan seluruh kepemilikan dan transaksinya dicatat oleh Bank Indonesia. SBI dapat dimiliki oleh bank umum di pasar perdana sedangkan masyarakat dapat memiliki SBI di pasar sekunder. SBI yang diterbitkan di pasar perdana dilakukan melalui lelang pada setiap hari Rabu atau pada hari kerja berikutnya. Metode lelang dilakukan dengan dua cara yakni dengan Variable Rate Tender dimana peserta lelang mengajukan penawaran kuantitas dengan tingkat diskonto yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia dan dengan Fixed Rate Tender dimana peserta lelang mengajukan penawaran kuantitas dengan tingkat diskonto yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia (Witjaksono, 2010).

Kurs valas merupakan mata uang asing dalam satuan mata uang dalam negeri atau mata uang dalam negeri dalam satuan mata uang asing. Nilai tukar rupiah merupakan harga rupiah terhadap mata uang negara lain. Kurs rupiah terhadap dollar US merupakan dollar US dalam rupiah atau rupiah dalam dollar US (Kurniawan, 2014). Perubahan dari permintaan dan penawaran terjadi karena adanya kenaikan relative tingkat bunga terhadap negara baik bersama maupun sendiri (Witjaksono, 2010).

Peranan nilai tukar rupiah terhadap dollar US dalam ekonomi makro di Indonesia sangatlah penting karena naik atau turunnya nilai tukar rupiah akan memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap harga saham. Jika nilai tukar rupiah terhadap dollar US menurun, maka nilai saham perusahaan yang aktivitasnya didominasi dengan kegiatan ekspor akan meningkat sedangkan nilai saham perusahaan yang memiliki banyak hutang dalam bentuk dollar US akan menurun (Sujoko, 2009).

Inflasi merupakan salah satu faktor makro ekonomi yang memiliki pengaruh dan peranan sangat penting dalam dunia investasi. Inflasi adalah kondisi dimana harga-harga cenderung naik dan terus menerus. Kondisi dikatakan mengalami inflasi jika kenaikan harga meluas bukan hanya pada satu atau dua barang saja (Sujoko, 2009).

Inflasi ini terjadi karena adanya kenaikan biaya produksi. Harga barang yang tidak dinaikkan oleh produsen walaupun harga bahan baku dan tenaga kerja naik dan kondisi perekonomian yang inflasi menyebabkan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen menjadi menurun dan hal ini berdampak negatif terhadap harga saham perusahaan yang bersangkutan (Wijayanti, 2014).

Demand pull inflation dapat disebabkan oleh tingginya permintaan barang dan jasa relatif terhadap ketersediaannya (Sujoko, 2009). Pada inflasi ini, perusahaan dapat membebaskan kenaikan biaya yang lebih besar kepada konsumen sehingga perusahaan mendapat keuntungan yang lebih besar. Maka, kemampuan perusahaan membayar dividen meningkat dan akan bernilai positif terhadap harga saham dari perusahaan yang bersangkutan (Wijayanti, 2014).

harga minyak mentah dunia yang paling sering digunakan adalah *West Texas Intermediate* (WTI) dimana minyak mentah yang diperdagangkan di WTI merupakan minyak mentah dengan kualitas tinggi.

Selain WTI, ada juga standar harga minyak mentah dunia yakni Brent. Dimana Brent merupakan pencampuran lima belas jenis minyak mentah yang berasal dari lima belas kilang minyak berbeda yang terletak di Laut Utara. Harga minyak mentah Brent lebih rendah satu hingga dua dolar dibandingkan harga minyak WTI karena kualitas minyak Brent yang tidak setinggi kualitas minyak WTI. Jika dibandingkan dengan harga minyak OPEC, Brent memiliki harga yang lebih tinggi sekitar empat dolar (en.wikipedia.org).

Sejak tahun 1968, harga emas yang dijadikan standar harga emas seluruh dunia adalah *London Fixing Gold*. *London Gold Fixing* merupakan prosedur harga emas yang ditentukan sebanyak dua kali sehari pada setiap hari kerja di pasar London. Penentuan ini dilakukan oleh lima anggota *London Gold Fixing* yang terdiri dari (a) *Bank of Nova Scotia*, (b) *Barclays Capital*, (c) *Deutsche Bank*, (d) *HSBC*, dan (e) *Societe Generale* melalui kegiatan lelang.

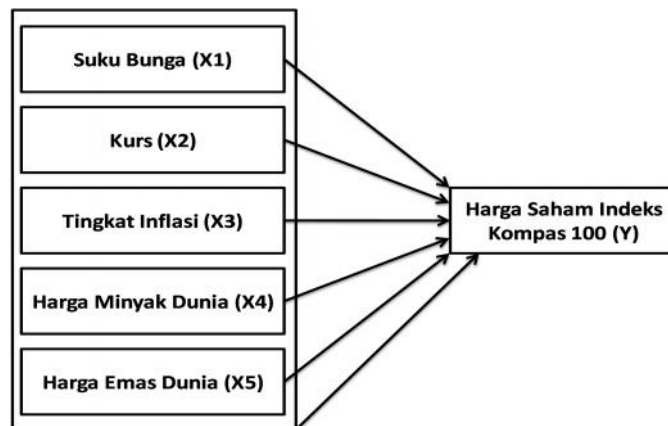
Setiap awal perdagangan, Presiden *London Gold Fixing* akan mengumumkan harga tertentu yang selanjutnya harga tersebut dikabarkan kepada dealer oleh kelima anggota *London Gold Fixing* dan dealer adalah pihak yang berhubungan langsung dengan para pembeli emas yang diperdagangkan. Harga akhir yang ditawarkan dealer kepada lima anggota *London Gold Fixing* menjadi harga bersih dari hasil akumulasi yang berdasarkan permintaan dan penawaran dari kliennya. Selanjutnya dari hal ini, harga emas terbentuk. Jika permintaan lebih banyak dari penawaran maka harga emas akan naik. Jika permintaan lebih rendah dari penawaran maka harga emas akan turun.

Emas masih menjadi salah satu bentuk investasi yang paling disukai oleh para investor karena nilainya yang cenderung naik dan stabil dan memiliki likuiditas yang tinggi. Sehingga investor akan lebih memilih untuk berinvestasi dalam bentuk emas jika harga emas turun.

3. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu sekumpulan berkas yakni mencari / mengumpulkan data mengenai hal-hal berupa laporan keuangan dari masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel sebagai data pokok, oleh karena itu penelitian ini juga disebut pengujian hipotesis yang nantinya akan diketahui hubungan antar variable

Dalam penelitian ini analisis regresi ganda digunakan untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana model digunakan yang diajukan konsisten dengan data sampel sebanyak 36 pengamatan laporan keuangan. Uji statistik analisis regresi ganda telah memenuhi syarat uji asumsi klasik yang di uji sebelumnya.



a. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Diduga suku bunga bank berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100
- 2) Diduga kurs rupiah berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100
- 3) Diduga tingkat inflasi berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100
- 4) Diduga harga minyak dunia berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100
- 5) Diduga harga emas dunia berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100
- 6) Diduga suku bunga bank, kurs rupiah, tingkat inflasi, harga minyak dunia, harga emas dunia secara simultan berpengaruh terhadap harga saham Indeks Kompas100

Untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, maka perlu dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier ganda, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + e$$

Y = harga saham Indeks Kompas 100

α = Konstanta

b_{1-5} = Koefisien regresi

X_1 = suku bunga bank

X_2 = kurs rupiah

X_3 = tingkat inflasi

X_4 = harga minyak dunia

X_5 = harga emas dunia

e = error

Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t yaitu membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan alpha 0,05. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\alpha_{hitung} < 0,05$, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $\alpha_{hitung} > 0,05$, maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F yaitu membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan alpha 0,05. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $\alpha_{hitung} < 0,05$, maka variabel independen secara simultan dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $\alpha_{hitung} > 0,05$, maka variabel independen secara simultan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Analisa Data

Instrumen dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa laporan keuangan periode tahun 2012 s.d tahun 2014 dari masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel. Dengan 36 pengamatan laporan keuangan.

c. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas diketahui nilai standar residual terletak antara -1,746 s.d +1,713, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal dan uji normalitas terpenuhi.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai toleran lebih besar dari 0,1. Untuk variabel suku bunga bank (X_1) nilai VIF

8,064 dan nilai *toleran* 0,124, variabel kurs rupiah (X_2) VIF 4,963 dan nilai *toleran* 0,201, variabel tingkat inflasi (X_3) VIF 1,846 dan nilai *toleran* 0,542, variabel minyak dunia (X_4) VIF 1,260 dan nilai *toleran* 0,793, variabel harga emas dunia (X_5) VIF 2,900 dan nilai *toleran* 0,345, dengan demikian dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan keseluruhan nilai signifikansi variabel bebas tidak ada yang signifikan, variabel suku bunga bank (X_1) sig=0,945, variabel kurs rupiah (X_2) sig=0,838, variabel tingkat inflasi (X_3) sig=0,075, variabel minyak dunia (X_4) sig=0,408, variabel harga emas dunia (X_5) sig=0,873, maka dapat dinyatakan tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Regresi Linier Ganda

Nilai signifikansi suku bunga bank (X_1) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,261 > alpha yaitu 0,05, dengan koefisien regresi 0,454, artinya tidak terdapat pengaruh suku bunga bank (X_1) secara parsial terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Nilai signifikansi kurs rupiah (X_2) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,800 > alpha yaitu 0,05, dengan koefisien regresi -0,079, artinya tidak terdapat pengaruh kurs rupiah (X_2) secara parsial terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Nilai signifikansi tingkat inflasi (X_3) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,305 > alpha yaitu 0,05, dengan koefisien regresi 0,198, artinya tidak terdapat pengaruh tingkat inflasi (X_3) secara parsial terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Nilai signifikansi harga minyak dunia (X_4) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,008 < alpha yaitu 0,05, dengan koefisien regresi -0,443, artinya terdapat pengaruh harga minyak dunia (X_4) secara parsial terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Nilai signifikansi harga emas dunia (X_5) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,919 > alpha yaitu 0,05, dengan koefisien regresi -0,025, artinya tidak terdapat pengaruh harga emas dunia (X_5) secara parsial terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Selanjutnya hasil regresi dimasukkan ke dalam persamaan regresi :

$$Y = -1,48 + 0,454 X_1 - 0,079 X_2 + 0,198 X_3 - 0,443 X_4 - 0,025 X_5$$

Secara simultan nilai signifikansi suku bunga bank (X_1), kurs rupiah (X_2), tingkat inflasi (X_3), harga minyak dunia (X_4) dan harga emas dunia (X_5) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 0,005 < alpha yaitu 0,05, dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 4,263 > 2,530. Artinya terdapat pengaruh secara simultan suku bunga bank (X_1), kurs rupiah (X_2), tingkat inflasi (X_3), harga minyak dunia (X_4) dan harga emas dunia (X_5) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y). Nilai R_{square} sebesar 0,415, mengartikan bahwa pengaruh suku bunga bank (X_1), kurs rupiah (X_2), tingkat inflasi (X_3), harga minyak dunia (X_4) dan harga emas dunia (X_5) terhadap harga saham indeks Kompas100 (Y) sebesar 41,5% sedangkan sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa BI rate tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100. Dari hasil tersebut dapat diinterpretasikan jika terjadi kenaikan BI rate sebesar 1% maka tidak mampu mempengaruhi kenaikan harga saham.

Hasil penelitian ini tidak sama dengan hasil yang dilakukan oleh Sujoko (2009) bahwa BI rate tidak berpengaruh terhadap harga saham dan hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alam dan Adam (2009) dan Wijayanti Kaluge (2005) bahwa hasil temuannya menyatakankan BI rate berpengaruh terhadap harga saham.

Kejadian ini akan mengakibatkan investor tidak akan tertarik menanamkan modalnya di pasar modal karena imbalan yang akan diterima dari saham lebih kecil bahkan dapat mengalami kerugian. Akibatnya harga saham di pasar modal akan mengalami penurunan secara drastis. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat suku bunga bank tidak berpengaruh terhadap harga saham, dengan demikian para investor akan lebih memilih menyimpan uangnya di bank dalam bentuk deposito dengan harapan mendapat bunga atas simpanan tersebut di banding menginvestasikan uangnya di pasar modal dalam bentuk saham.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kurs rupiah tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100. Dari hasil tersebut dapat

diinterpretasikan jika terjadi penurunan kurs rupiah sebesar 1% maka tidak mampu mempengaruhi penurunan harga saham.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti Kaluge (2009) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan kurs rupai berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dan penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sujoko (2009) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan kurs rupiah berpengaruh terhadap harga saham.

Pergerakan harga saham tidak terlepas dari pengaruh nilai kurs rupiah terhadap dolar Amerika. Saham pada Kompas 100 yang tercatat di bursa sangatlah banyak dan masing-masing dari saham tersebut memiliki kapitalisasi pasar yang berbeda-beda. Pada saat calon investor ingin melakukan investasi, maka calon investor membutuhkan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari berbagai saham yang tersebar di bursa, naik atau turunnya harga saham pada Kompas 100 menjadi pertimbangan bagi investor, karena hal ini akan mempengaruhi keuntungan bila investasi pada saham Kompas 100.

Kenaikan atau penurunan dapat disebabkan oleh tingkat suku bunga bank Indonesia, bila suku bunga bank lebih tinggi (menguntungkan) dibanding investasi pada saham maka investor lebih cenderung menyimpan danya di bank. Dan sebaliknya bila suku bunga bank lebih rendah (kurang menguntungkan) dibanding investasi pada saham maka investor lebih cenderung menginvestasikan dananya pada saham.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100. Dari hasil tersebut dapat diinterpretasikan jika terjadi kenaikan inflasi sebesar 1% maka tidak mampu mempengaruhi kenaikan harga saham.

Hasil penelitian ini tidak sejalan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh wijayanti (2005) yang menyakan bahwa inflasi berpengaruh terhadap harga saham, bila disandingkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sujoko (2009) yang mana hasil penelitiannya inflasi berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Terkait dengan hasil penelitian tersebut, bahwa Inflasi dapat berpengaruh pada kegiatan ekonomi yang lainnya seperti pada investasi. Pengaruh inflasi terhadap investasi dan pengaruh inflasi terhadap harga saham, inflasi yang tinggi atau berlebihan keadaan tersebut akan membuat pengaruh atau dampak negative terhadap para investor saham pada setiap perusahaan. Hal ini banyak disebabkan karena harga-harga yang ada dipasaran akan mengalami kenaikan yang sangat tinggi akan tetapi gaji para pegawai tidak mengalami peningkatan atau kenaikan melainkan gaji pegawai tetap atau tidak berubah. Hal tersebut akan berdampak negative terhadap adanya proses produksi setiap perusahaan, ini akan berdampak buruk terhadap investor karena para investor akan berfikir berkali-kali jika akan menginvestasikan uangnya. Jika benar begitu maka modal usaha dari perusahaan akan mengalami penurunan juga yang berakhir pada sebuah kebangkrutan.

Dengan adanya angka inflasi yang sangat tinggi itu sangat berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi yang lain seperti pada investasi dan harga saham. Semakin tinggi angka inflasi hal itu memiliki arti bahwa tingkat harga saham pada sebuah perusahaan mengalami penurunan, maka dari itu inflasi yang tinggi akan membuat tingkat konsumsi menjadi berkurang sebab harga dari barang-barang mengalami kenaikan namun upah atau gaji para karyawan tidak meningkat, kondisi ini tidak menguntungkan bagi calon investor, sehingga mereka lebih memilih menyimpan dananya di bank dalam bentuk deposito

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga minyak dunia berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100. Dari hasil tersebut dapat diinterpretasikan jika terjadi kenaikan BI rate sebesar 1% maka akan mempengaruhi penurunan harga saham sebesar 2.823 poin.

Hasil penelitian ini memperoleh hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaksono (2010), Kilian dan Park (2007) bahwa harga minyak dunia berpengaruh terhadap harga saham, namun hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2016) dimana hasil penelitiannya bahwa harga minyak dunia tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Minyak dunia merupakan komoditas penting dan merupakan kebutuhan utama setiap negara sehingga fluktuatif harga akan berdampak pada perekonomian dunia. Harga minyak

dunia juga merupakan indikator perekonomian dunia, karena minyak mentah sangat dibutuhkan untuk melakukan aktivitas ekonomi. Hal ini terjadi karena investor pasar modal menganggap bahwa naiknya harga minyak mentah dunia merupakan pertanda meningkatnya permintaan, yang mengindikasikan membaiknya ekonomi global dunia. Meningkatnya permintaan minyak dunia diikuti dengan naiknya permintaan komoditas hasil tambang. Sebaliknya, harga energi yang turun mencerminkan melemahnya perekonomian global. Bila minyak dunia naik maka ekspektasi kepercayaan investor meningkat terhadap kinerja perusahaan, dengan demikian harga saham juga akan naik yang diikuti keuntungan dari saham juga akan naik. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Benakovic dan Posedel (2010), Movahedizadeh et al (2014) yang menunjukkan pengaruh positif terhadap return saham.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga emas dunia berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham indeks Kompas 100. Dari hasil tersebut dapat diinterpretasikan jika terjadi kenaikan harga emas dunia sebesar 1% maka hanya mampu mempengaruhi penurunan harga saham sebesar 0.103 poin. Lain jika

Dengan kata lain jika harga emas dunia turun maka harga saham pada indeks Kompas 100 akan naik dan sebaliknya. Hal ini disebabkan oleh jika harga emas turun maka investor lebih menyukai investasi dipasar uang.

Disamping investasi di pasar saham, investor juga menyukai investasi emas, hal ini dikarenakan emas merupakan salah satu bentuk investasi yang cenderung bebas risiko. Emas banyak dipilih sebagai salah satu bentuk investasi oleh investor karena nilainya cenderung stabil dan naik. Sangat jarang sekali harga emas turun dan emas adalah sebagai alat yang dapat digunakan untuk menangkali inflasi yang kerap terjadi setiap tahunnya. (Sunariyah, 2006). Dampak dari naik atau turunnya harga emas dunia akan dapat mempengaruhi harga saham. Menurut Smith (2001) bahwa kenaikan harga emas akan mendorong penurunan indeks harga saham. Hal ini dikarenakan para investor akan memilih berinvestasi dalam bentuk emas, karena dengan risiko yang lebih rendah investasi dalam bentuk emas memberikan return yang lebih tinggi.

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa harga emas dunia berpengaruh terhadap harga saham pada indeks Kompas 100, ini mengindikasikan bahwa bila harga emas dunia mengalami kenaikan maka investor lebih cenderung berinvestasi pada emas dibanding berinvestasi pada saham, karena berinvestasi pada emas menguntungkan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya maka dapat dibuat kesimpulan dan saran-saran dalam penelitian sebagai berikut :

1. Suku bunga bank tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100.
2. Kurs rupiah tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100.
3. Tingkat Inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100.
4. Harga minyak dunia berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100.
5. Harga emas dunia tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada indeks Kompas 100
6. Secara bersama-sama Suku bunga bank, tingkat Inflasi, Kurs, Harga Minyak Dunia, dan Harga Emas berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham pada Kompas 100

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alam. M. M, Uddin. M. G. S. 2009. *Relationship between Interest Rate and Stock Price: Empirical Evidence from Developed and Developing Countries*. International Journal of Business and Management. Vol. 4. No. 3. Department of Business Administration. East West University. Bangladesh.
- Benakovic D dan Posedel P., 2010, *Do Macroeconomic Factors Matter For Stock Returns? Evidence From Estimating a Multifactor Model On The Croatian Market.*, <http://hrcak.srce.hr/file/95041>., di akses 2 September 2016
- Hady. H. 2012. Manajemen Keuangan Internasional. Edisi 3. Penerbit Yayasan Administrasi Indonesia. Jakarta Pusat.
- Hartono, J. 2013. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

- Hayati. N. 2011. Pengaruh Inflasi, Kurs, Suku Bunga, Serta Harga Minyak Mentah Dunia Terhadap Jakarta Islamic Index Periode 2003-2010. Tesis. Program Studi Timur Tengah dan Islam. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hayo.B and Kutan A.M. 2004. *The Impact of News, Oil Prices, and Gobar Market Developments on Russian Financial Markets*. Working Paper. Number 656. The William Davidson Institute. Michigan.
- Kilian, Lutz and Park, Cheolbeom, 2007, *The Impact of Oil Prices Shocks on the U.S. Stock Market*, Research Paper, Department of Economics, University of Michigan.
- Kurniawan. Y. J. 2014. Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga SBI, Inflasi, Harga Minyak Dunia, Harga Emas Dunia, Kurs Rupiah terhadap Dollar Amerika, Indeks Nikkei 225, dan Indeks Dow Jones terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Studi Kasus pada IHSG di BEI Periode 2003-2012). Artikel.
- Kurniawan Yoshua., 2016, *Pengaruh Harga Minyak Dunia, Tingkat Inflasi, Dan Nilai Kurs Dolar Terhadap Return Saham Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Bei Periode 2012-2014*. Thesis, UNIKA SOEGIJAPRANATA.
- Lukisto. J, Anastasia. N. 2014. Dampak Makroekonomi Terhadap Indeks Harga Saham Sektor Properti di Indonesia Periode Tahun 1994-2012. Jurnal Analisa. Vol. 3. No. 2. ISSN 2252-8485. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Movahedizadeh et al (2014), *The Impact Of Macroeconomic Factors On Tehran Stock Exchange Index During Unjust Economic and Oil Sanctions From January 2006 to December 2012.*, Recent Advances in Economics, Management and Marketing, <http://www.wseas.us/e-library/conferences/2014/CambridgeUSA/ECON/ECON-16.pdf>., di akses 2 September 2016.
- Octafia. S. M. 2015. Pengaruh Tingkat Suku Bunga SBI, Nilai Tukar dan Jumlah Uang Beredar terhadap Indeks Harga Saham Sektor Property dan Real Estate dengan Pendekatan Error Correction Model. Artikel. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang. Sumatera Barat.
- Pearce. D.K. 1982. *The Impact of Inflation on Stock Prices*. Economic Review. Federal Reserve Bank of Kansas City. America.
- Pearce. D.K, Roley. V.V. 1984. *Stock Prices and Economic News*. NBER Working Paper Series. Number 1296. National Burreau of Economic Research.
- Smith, G., 2001, *The Price of Gold and Stock Price Indices for The United States*. Available: www.ideas.respec.org, di akses 2 September 2016.
- Sujoko. 2009. Analisis Pengaruh Suku Bunga, Inflasi, Kurs Mata Uang, IHSG, dan Dana Kelolaan Terhadap Imbal Hasil Rekasadana Saham. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Volume 5 Nomor 2. Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya.
- Sunariyah. 2006. Pengantar Pengetahuan Pasar Modal. Ed ke-3. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Tandelilin. E. 2010. Portofolio dan Investasi. Teori dan Aplikasi. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Triani. L. F. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Indeks Harga Saham di Jakarta Islamic Indeks Selama Tahun 2011. Jurnal Organisasi dan Manajemen. Volume 9. Nomor 2. Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka.
- Twite, G. 2002. *Gold Prices, Exchange Rates, Gold Stocks and the Gold Premium*. Australian Journal of Management. Vol. 27. No. 2. School of Management. UNSW. Sydney.
- Wijayanti. A, Kaluge. D. 2015. Pengaruh Beberapa Variabel Makroekonomi dan Indeks Pasar Modal Dunia terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di BEI. Artikel. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Malang.
- Witjaksono. A. A. 2010. Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga SBI, Harga Minyak Dunia, Harga Emas Dunia, Kurs Rupiah, Indeks Nikkei 225 dan Indeks Dow Jones terhadap IHSG (Studi Kasis pada IHSG di BEI selama periode 2000-2009). Tesis. Program Studi Magister Manajemen. Universitas Diponegoro. Semarang.

PENGARUH STRUKTUR AKTIVA, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA

Roni Putra Adi

*Program Pascasarjana, Magister Manajemen
Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengembangan ilmu manajemen keuangan, dan sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil kebijakan terkait dengan struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang digunakan untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta sejauh mana model yang diajukan konsisten dengan data sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Struktur aktiva terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014. (2) Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014. (3) Profitabilitas terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014. (4) Secara bersama-sama struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014.

Kata Kunci : Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Struktur Modal

Abstract

Roni Putra Adi : Postgraduate Master in Management Lancang Kuning University, June 2016. Influence of Asset Structure, Company Size And Profitability Of Capital Structure On Pharmaceutical Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. Chairman Supervisor: Dr. Teddy Chandra, SE, MM, Advisory Committee: Dr. Sudamo, MM. The Capital structure is an important issue for any company due to the good and bad Capital structure will have a direct effect on the financial position of the company. Error in determining the Capital structure will have a broad impact. Especially with the huge debt, would place a heavy burden to the company because the company had to bear the burden of still greater. The purpose of this study was to analyze the Influence Assets Structures, Company-Size and Profitability Of Capital Structure On Pharmaceutical Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. This research is expected to contribute to the development of the Science of financial management, and as an input for the leadership of the company in making decisions related to asset structure, company size and profitability. The analysis technique used in this research is multiple regression analysis were used to test the hypothesized model that statistically, as well as the extent to which the proposed model is consistent with the data sample. The results showed that (1) Structure of assets shown to affect the Capital structure on a pharmaceutical company listed on the Indonesia Stock Exchange period 2009 to 2014 period (2) The size of a company can influence the Capital structure on a pharmaceutical company listed on the Indonesia Stock Exchange period 2009 to 2014. (3) the profitability shown to affect the Capital structure on a pharmaceutical company listed on the Indonesia Stock Exchange period 2009 to 2014 period (4) together the asset structure, company size and profitability proven to affect Capital structure on a pharmaceutical company listed on the Indonesia Stock Exchange period 2009 to 2014 period.

Key Word : Asset Structure, Company Size, Profitability and Capital Structure

PENDAHULUAN

Kegiatan yang dilakukan oleh manajer dalam pengelolaan keuangan pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu kegiatan dalam pencarian sumber dana (*financing*) dan kegiatan penggunaan dana (*investment*) (Mamduh, 2010:3). Manajer harus dapat mengambil keputusan untuk memilih sumber-sumber dana yang akan digunakan dan juga seberapa besar dana-dana tersebut digunakan untuk pembiayaan perusahaan sehingga nantinya dana yang diperoleh tidak memberatkan perusahaan. Selain itu manajer keuangan juga harus dapat mengambil keputusan yang sesuai dalam penggunaan dana yang diperoleh agar dana tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal. Sehingga manajer

keuangan harus dapat mengombinasikan antara keputusan-keputusan tersebut agar nantinya keputusan yang diambil dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Keputusan pemenuhan kebutuhan dana dianggap penting karena berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan maupun kesempatan berkembang bagi perusahaan. Keputusan pemenuhan kebutuhan dana berhubungan dengan pemenuhan sumber dana yang akan digunakan, penentuan perimbangan pembelanjaan yang baik, atau penentuan struktur modal yang optimal. Dalam keputusan pemenuhan kebutuhan dana tercakup berbagai perimbangan apakah perusahaan akan menggunakan sumber internal maupun sumber eksternal.

Pemenuhan kebutuhan dana dari sumber internal, yaitu sumber dana yang dibentuk atau dihasilkan sendiri di dalam perusahaan, misalnya dana yang berasal dari keuntungan yang tidak dibagikan atau keuntungan yang ditahan di dalam perusahaan, sehingga dapat dikatakan perusahaan tersebut melakukan pembelanjaan dari pendanaan intern (*internal financing*) (Riyanto, 2008:5). Dalam konteks ini, pengertian pembelanjaan adalah dalam arti sempit, karena hanya menyangkut pemenuhan kebutuhan dana. Makin besar dana intern yang berasal dari laba ditahan akan semakin memperkuat posisi keuangan perusahaan dalam menghadapi kesulitan keuangan di waktu-waktu mendatang. Laba ditahan ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai cadangan untuk menghadapi kerugian yang timbul di masa datang, untuk melunasi hutang perusahaan, untuk menambah modal kerja, ataupun untuk membelanjai ekspansi perusahaan di masa datang (Riyanto, 2008:5).

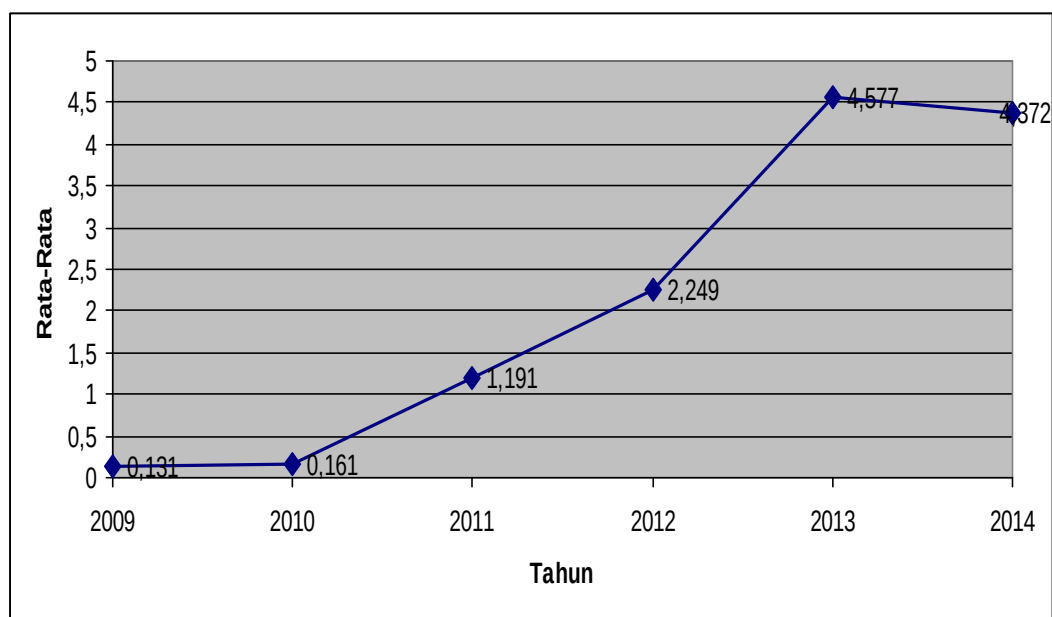
Selain sumber dana dari internal, sumber dana yang lain adalah sumber eksternal, yaitu sumber dana yang berasal dari tambahan penyertaan modal pemilik atau penerbitan saham baru, penjualan obligasi, dan kredit dari bank (Riyanto, 2008:5). Apabila perusahaan memenuhi kebutuhan dananya dengan menggunakan sumber dari luar, maka disebut dengan pembelanjaan ekstern. Penentuan alternatif sumber dana dianggap penting karena masing-masing sumber dana tersebut memiliki biaya modal yang berbeda-beda. Manajer keuangan selanjutnya diharapkan mampu menerapkan pemilihan alternatif sumber dana yang paling tepat. Dalam hal ini, perusahaan perlu mempertimbangkan apakah dananya dipenuhi dari saham, hutang, atau kombinasi keduanya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan keseimbangan yang optimal dalam menentukan struktur modalnya.

Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi setiap perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan. Kesalahan dalam penentuan struktur modal akan mempunyai dampak yang luas. Terutama dengan adanya hutang yang sangat besar, akan memberikan beban yang berat kepada perusahaan karena perusahaan harus menanggung beban tetap yang semakin besar (Riyanto, 2008:296).

Sebuah perusahaan selalu membutuhkan modal baik untuk pembukaan bisnis maupun dalam pengembangan bisnisnya. Masalah pendanaan tidak akan lepas dari sebuah perusahaan yang meliputi seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk beroperasi dan mengembangkan usahanya. Pemenuhan modal usaha dapat dilakukan dengan pendanaan internal maupun eksternal. Brigham dan Houston (2011:153) menyatakan bahwa perusahaan yang sedang berkembang membutuhkan modal yang dapat berasal dari utang maupun ekuitas.

Struktur modal menurut Riyanto (2008:22) adalah pembelanjaan permanen dimana mencerminkan perimbangan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal menjadi masalah yang sangat penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan dapat mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan yang pada akhirnya juga akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Trade-off theory* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan hutang.

Berikut adalah perkembangan struktur modal pada perusahaan farmasi selama kurun waktu 2009-2014.



Berdasarkan grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa kecenderungan struktur modal pada perusahaan farmasi selama periode 2009-2013 mengalami kenaikan, akan tetapi pada tahun 2014 mengalami penurunan. Artinya bahwa, terdapat variabel yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan selama periode 2009-2014.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah *Return On Assets* (ROA). ROA merupakan tingkat pengembalian atas aset-aset dalam menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset (Keown, 2010:80).

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan yaitu Struktur Aktiva. Menurut Riyanto (2008 : 298), perusahaan yang sebagian besar aktivasnya berasal dari aktiva tetap akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dananya dengan utang. Perusahaan dengan jumlah aktiva tetap yang besar dapat menggunakan utang lebih banyak karena aktiva tetap dapat dijadikan jaminan yang baik atas pinjaman-pinjaman perusahaan.

Riyanto (2010:279) menyebutkan bahwa besarnya suatu perusahaan juga mempengaruhi struktur modal perusahaan. Ukuran perusahaan dapat juga mempengaruhi struktur modal karena semakin besar suatu perusahaan akan cenderung menggunakan utang yang lebih besar.

Hasil-hasil penelitian terdahulu menggambarkan bahwa variabel struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas masih menunjukkan hasil yang bervariasi. Adanya hasil penelitian terdahulu yang masih berbeda-beda sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut guna menganalisa pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap struktur modal perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sugiarto (2009 :1) definisi struktur modal adalah sebagai berikut : “Struktur Modal Perusahaan merupakan bagian dari struktur keuangan perusahaan yang mengulas tentang cara perusahaan mendanai aktivasnya, dengan demikian terkait fungsi mendapatkan dana dari manajemen keuangan.”

Optimalisasi struktur modal (*Optimal Capital Structure*) suatu perusahaan didefinisikan sebagai struktur yang akan memaksimalkan harga saham perusahaan tersebut. Menurut Brigham dan Houston (2011:211), pengertian optimalisasi struktur modal (*Optimal Capital Structure*) adalah kombinasi utang, saham preferen, dan ekuitas biasa yang akan menjadi dasar penghimpunan modal oleh perusahaan.

Penentuan struktur modal yang akan melibatkan pertukaran antara risiko dan pengembalian yaitu :

1. Menggunakan utang dalam jumlah yang lebih besar akan meningkatkan risiko yang ditanggung oleh pemegang saham.
2. Menggunakan lebih banyak utang pada umumnya akan meningkatkan perkiraan pengembalian atas ekuitas.

Risiko yang semakin tinggi terkait dengan utang dalam jumlah yang lebih besar cenderung akan menurunkan harga saham, tetapi perkiraan tingkat pengembalian yang lebih tinggi diakibatkan oleh utang yang lebih besar akan menaikannya. Memaksimalkan harga saham dengan cara mencari strktur modal yang menghasilkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian.

Menurut Brigham dan Houston (2011:213), terdapat empat faktor yang mempengaruhi struktur modal :

1. Risiko usaha. Tingkat risiko yang inheren dalam operasi perusahaan jika perusahaan tidak menggunakan utang. Semakin besar risiko usaha perusahaan, semakin rendah rasio utang optimalnya.
2. Posisi pajak. Salah satu alasan utama digunakannya utang adalah karena bunga merupakan pengurangan pajak, selanjutnya menurunkan biaya utang efektif. Akan tetapi, jika sebagian besar laba suatu perusahaan telah dilindungi dari pajak perlindungan pajak yang berasal dari penyusutan, maka bunga atas utang yang saat ini belum dilunasi akan menghasilkan tarif pajak yang rendah. Akibatnya, tambahan utang tidak akan memiliki keunggulan yang sama jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tarif pajak efektif yang lebih tinggi.
3. Fleksibilitas keuangan. Potensi kebutuhan akan dana di masa depan dan konsekuensi kekurangan dana akan mempengaruhi sasaran struktur modal semakin besar kemungkinan kebutuhan modal, dan makin buruk konsekuensinya jika tidak mampu untuk mendapatkannya, maka semakin sedikit jumlah utang yang sebaiknya ada di dalam neraca perusahaan.
4. Konservatisme atau keagresifan manajerial. Beberapa manajer lebih agresif dibandingkan manajer lainnya, sehingga mereka lebih bersedia untuk menggunakan utang sebagai usaha untuk meningkatkan laba. Factor ini tidak mempengaruhi struktur modal optimal yang sebenarnya, atau struktur modal yang memaksimalkan nilai, tetapi mempengaruhi sasaran struktur modal perusahaan.

Keempat hal diatas memiliki pengaruh besar terhadap sasaran struktur modal, namun kondisi operasional dapat menyebabkan struktur modal aktual berbeda dari sasaran. Sementara menurut Weston dan Brigham (2009), faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal yang optimal antara lain:

1. Stabilitas Penjualan

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil mungkin akan lebih gampang memperoleh pinjaman yang mengakibatkan biaya tagihan tetapnya lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil

2. Struktur Aktiva

Apabila aktiva perusahaan cocok untuk dijadikan jaminan kredit, perusahaan tersebut cenderung menggunakan banyak utang.

3. Leverage Operasi

Bagi perusahaan, leverage operasi yang lebih kecil lebih mampu untuk memperbesar leverage keuangan karena, interaksi leverage operasi dan keuanganlah yang mempengaruhi penurunan penjualan terhadap laba operasi dan arus kas bersih secara keseluruhan.

4. Tingkat Pertumbuhan

Perusahaan yang bertumbuh dengan pesat lebih banyak bergantung pada modal eksternal, karena perusahaan yang bertumbuh pesat cenderung lebih banyak menggunakan utang dari pada perusahaan yang tumbuh secara lambat.

5. Profitabilitas

Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan utang yang relatif kecil.

6. Pajak

Semakin tinggi tarif pajak perusahaan, maka semakin besar keuntungan dari penggunaan utang.

7. Pengendalian

Pengaruh akibat penerbitan surat-surat utang dengan saham terhadap posisi pengendalian manajemen bias mempengaruhi struktur modal.

8. Sikap Manajemen

Dengan tidak adanya bukti bahwa struktur modal yang satu akan membuat harga saham lebih tinggi dari pada struktur modal lainnya, manajemen dapat menilai sendiri struktur modal yang dianggap tepat.

9. Sikap Pemberi Pinjaman dan Perusahaan Penilai Kredibilitas

Perusahaan membicarakan struktur keuangannya dengan pemberi pinjaman dan perusahaan penilai kredibilitas dan nasihat yang diterima lebih diperhatikan.

10. Kondisi Pasar

Kondisi di pasar saham dan obligasi mengalami perubahan jangka panjang dan pendek yang bisa mempunyai pengaruh penting terhadap struktur modal perusahaan yang optimal.

11. Kondisi Internal Perusahaan

Kondisi internal perusahaan juga berpengaruh terhadap struktur modal yang ditargetkannya.

12. Fleksibilitas Keuangan

Perusahaan untuk mempertahankan fleksibilitas keuangan yang dari sudut pandang operasional, berarti mempertahankan kapasitas cadangan yang memadai untuk melakukan pinjaman.

Menurut Irham Fahmi (2011:107) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan yaitu, sebagai berikut :

1. Bentuk atau karakteristik bisnis yang dijalankan.
2. Ruang lingkup aktivitas operasi bisnis yang dijalankan.
3. Karakteristik manajemen (*management characteristic*) yang diterapkan di organisasi bisnis tersebut.
4. Karakteristik, kebijakan dan keinginan pemilik.
5. Kondisi *micro and macro economy* yang berlaku di dalam negeri dan luar negeri yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

Teori Struktur Modal

Menurut Martono (2011:64) dalam teori struktur modal di asumsikan bahwa perubahan struktur modal berasal dari penerbitan obligasi dan pembelian kembali saham biasa atau penerbitan saham baru. Selanjutnya perlu dikaji bagaimana pengaruh struktur modal tersebut terhadap nilai perusahaan dan apakah ada pengaruh struktur modal terhadap harga saham perusahaan sebagai pencerminan nilai perusahaan. Apabila ada pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, pertanyaan berikutnya adalah bagaimana struktur modal yang optimal bagi perusahaan. Dalam analisis struktur modal ini digunakan beberapa asumsi, yaitu :

1. Tidak ada pajak penghasilan
2. Tidak ada pertumbuhan laba
3. Pembayaran seluruh laba kepada pemegang saham yang berupa deviden
4. Perubahan struktur modal terjadi dengan menerbitkan obligasi dan membeli kembali saham biasa atau dengan menerbitkan saham biasa dan menarik obligasi.

Menurut Sartono (2011:66) ada 2 pendekatan yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut :

1. Pendekatan laba operasi bersih (Net Operating Income Approach)
2. Pendekatan Tradisional (Traditional Approach)

Struktur Aktiva

Menurut Syamsudin (2011:9) struktur aktiva adalah “Penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva, baik dalam aktiva lancar maupun dalam aktiva tetap.”

Sedangkan menurut Weston dan Brigham (2006:175) struktur aktiva adalah “Perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva.” Menurut Brigham dan Houston (2011:39) perusahaan yang aktivanya sesuai untuk dijadikan jaminan kredit cenderung lebih banyak menggunakan banyak utang. Pengukuran struktur aktiva dilakukan dengan melakukan suatu perbandingan antara total hutang jangka panjang perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki.

Pengukuran struktur aktiva dapat dilakukan dengan melihat proporsi aktiva tetap perusahaan terhadap total aktiva perusahaan secara keseluruhan.

Berkaitan dengan uraian tersebut, yang dimaksud dengan aktiva yang harus disediakan untuk operasi selama periode akuntansi berlangsung adalah golongan aktiva lancar. Aktiva lancar adalah uang kas dan aktiva lainnya yang dapat diharapkan untuk dicairkan atau ditukarkan menjadi uang tunai, dijual atau dikonsumsi dalam periode berikutnya, paling lama satu tahun atau dalam perputaran kegiatan perusahaan yang normal (Munawir 2010:14). Sedangkan menurut Fransisko (2009:9) aktiva lancar adalah uang kas dan aktiva lain yang diharapkan dapat dicairkan menjadi uang tunai dalam periode berikutnya (paling lama satu tahun). Sehingga dapat disimpulkan bahwa aktiva lancar adalah uang kas dan aktiva lainnya yang diharapkan dapat dicairkan menjadi uang tunai, dijual atau dikonsumsi dalam periode kegiatan perusahaan periode berikutnya (paling lama satu tahun).

Total aktiva dalam penelitian ini diketahui dengan menjumlahkan aktiva lancar dan aktiva tidak lancar perusahaan. Aktiva lancar seperti yang telah diuraikan sebelumnya adalah uang kas dan aktiva lain yang diharapkan dapat dicairkan menjadi uang tunai dalam periode berikutnya (paling lama satu tahun). Rekening yang termasuk dalam aktiva lancar antara lain kas, investasi jangka pendek, piutang wesel, piutang usaha, persediaan, dan biaya di bayar dimuka (Fransisko 2009:9). Sedangkan aktiva tidak lancar adalah aktiva yang mempunyai umur kegunaan relatif permanen atau jangka panjang (mempunyai umur ekonomis lebih dari satu tahun atau tidak akan habis dalam satu kali perputaran operasi perusahaan) (Munawir 2010:16). Rekening yang termasuk dalam aktiva tidak lancar adalah investasi jangka panjang, aktiva tetap, aktiva tetap tidak berwujud, beban yang ditangguhkan dan aktiva lain-lain (Fransisko 2009:10).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan didefinisikan oleh Gibson dalam Sambharakreshna (2010) yaitu ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualannya, aktiva atau ukuran laba. Selanjutnya dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah besar dapat disebut sebagai perusahaan besar. Kebutuhan dana yang besar tersebut dapat dipenuhi dengan pembiayaan modal sendiri atau pembiayaan dengan hutang khususnya hutang jangka panjang. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari *aktiva*

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai perusahaan, ataupun hasil nilai total aktiva dari suatu perusahaan (Riyanto, 2010). Menurut Seftianne dan Handayani (2011) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan, besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan total penjualan dan rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Menurut Mas'ud (2008) dalam Verena dan Mulyo (2013) semakin besar ukuran perusahaan yang indikatornya adalah total *asset*, maka perusahaan akan menggunakan hutang dalam jumlah yang besar pula. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki jumlah aktiva yang semakin tinggi pula. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Halim, 2013:53).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil Menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005:138) yang mengambil pendapat Moses (1987) menemukan bukti bahwa : "Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar pula untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subyek pemeriksaan (pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum/*general public*)". *Size* (ukuran) perusahaan menurut hasil penelitian Cooke (1992) terbukti mempengaruhi luas pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Pengertian yang sama disampaikan oleh Husnan (2010:86) bahwa Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Sedangkan menurut Michelle & Megawati

(2005:77) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan pernyataan Shapiro (2009:731) "*Profitability ratios measure managements objectiveness as indicated by return on sales, assets and owners equity.*"

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut. Menurut Brigham dan Houston (2011:79) "*Profitability is the net result of a large number of policies and decision. The ratio examined thus far reveal some interesting thing about the wry the firm operates, but the profitability ratio show the combined objects of liquidity, asset management, and debt management on operating mult.*"

Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Keuangan

Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan (Supriyono, 2011:56).

Menurut pendapat Shapiro (2009:36) yang menunjukkan bahwa profitabilitas sangat cocok untuk mengukur efektivitas manajemen dan pengevaluasian kinerja manajemen dalam menjalankan bisnis dan produktivitasnya dalam mengelola aset-aset perusahaan secara keseluruhan seperti yang nampak pada pengembalian yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi, serta untuk mengevaluasi kinerja ekonomi dari bisnis. Secara umum profitabilitas merupakan pengukuran dari keseluruhan produktivitas dan kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan menunjukkan efisiensi dan produktivitas perusahaan tersebut.

Prastowo (2011:54) menyatakan bahwa informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan, sehingga dapat memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas) serta untuk merumuskan efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan.

Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Dalam prakteknya, menurut Kasmir (2012:199) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

- 1) *Profit margin (profit margin on sales)*
- 2) *Return on Assets (ROA)*
- 3) *Return on equity (ROE)*
- 4) Laba per lembar saham.

a.d.1 Profit Margin on Sales

Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini dikenal juga dengan nama profit margin. Terdapat dua rumusan untuk mencari profit margin, yaitu:

- 1) Untuk margin laba kotor dengan rumus:
(Operating Income – Operating Expenditure)

$$\text{Gross Profit margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

2) Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Operating Income} \times 100\%} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Laba Operasi}} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

a.d.2. Hasil Pengembalian Assets (*Return on Assets*)

Rasio ini adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah asset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari asset yang dimiliki. Apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen.

Hanafi dan Halim (2009:86) menyatakan bahwa rasio *Return on Assets (ROA)* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. Demikian juga Syamsudin (2011:95) mengatakan bahwa *Return on Asset (ROA)* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik keadaan suatu perusahaan.

Return on Assets mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. Menurut Prastowo (2011:77) rasio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Demikian juga menurut Robert C. Fink dan Ann Harrison (1999:72), menyebutkan bahwa : “*ROA as the same income a company generates during normal operation dividend by its total assets. This calculation determines how well a company is using its assets to generate income.*”

Ukuran yang sering digunakan untuk menghitung *Return on Assets (ROA)* adalah :

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

a.d.3. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity/ROE*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rumus untuk mencari *Return on Equity (ROE)* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Equity Income} \times 100\%}$$

Menurut Helfert (2007:59), *Return on Equity (ROE)* menjadi pusat perhatian para pemegang saham (*stakeholders*) karena berkaitan dengan modal saham yang diinvestasikan untuk dikelola pihak manajemen. ROE memiliki arti penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dalam memenuhi harapan pemegang saham.

a.d.4. Laba Per Lembar Saham (*Earning per Share of Common Stock*)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas.

Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Per Lembar Saham}}{\text{Laba Bersih Per Saham}}$$

Berdasarkan kerangka konsep penelitian yang telah dikemukakan berikut ini diajukan hipotesis yaitu:

- H1 : Terdapat pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas secara positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H2 : Terdapat pengaruh struktur aktiva secara positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H3 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan secara positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- H4 : Terdapat pengaruh profitabilitas secara positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012) yaitu :“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut Sugiyono (2012) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Menurut Sugiyono (2012): “Data kuantitatif merupakan suatu karakteristik dari suatu variabel yang nilai-nilainya dinyatakan dalam bentuk *numerical*.” dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Untuk menentukan erat atau tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut digunakan analisis korelasi. Lokasi penelitian ini adalah pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2014.

Tabel 4.1 : Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pengertian	Pengukuran	Skala
Struktur Modal (Y)	Pembelanjaan permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Riyanto, 2001:22)	Utang Jangka Panjang _t $SM_t = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}_t}{\text{Modal Sendiri}_t}$ Sumber: Riyanto (2001:22)	Rasio
Ukuran Perusahaan (X1)	Ukuran perusahaan adalah perusahaan yang mempunyai saham yang besar, dan setiap penambahan lembar sahamnya hanya berpengaruh kecil terhadap kemungkinan hilang kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan (Riyanto, 2001:299).	SIZE _t = Ln (Total Assets _t) Sumber: Riyanto (2001:299)	Rasio
Struktur Aktiva (X2)	Struktur aktiva adalah perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva (Weston dan Copeland, 1995:175).	Aktiva tetap _t $\text{Struktur Aktiva}_t = \frac{\text{Aktiva tetap}_t}{\text{Total Aktiva}_t}$ Sumber: Weston dan Copeland, (1995:175)	Rasio

Profitabilitas (X3)	Husnan (2001) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (<i>profit</i>) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Dalam penelitian ini profitabilitas menggunakan ROA.	Laba Bersih $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$ Sumber: Husnan (2001)	Rasio

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan farmasi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 yaitu sebanyak 9 perusahaan.

Tabel 4.2 : Populasi Penelitian

No	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1	PT. Darya Varia Laboratoria Tbk	1 November 1994
2	PT. Indofarma (Persero) Tbk	17 April 2001
3	PT. Kalbe Farma Tbk.	30 Juli 1991
4	PT. Kimia Farma (persero) Tbk	4 Juli 2001
5	PT. Merck Tbk	23 Juli 1981
6	PT. Pyridam Farma Tbk	16 Oktober 2001
7	PT. Schering Plough Indonesia Tbk (PT Merck Sharp Dohme Pharma Tbk)	8 Juni 1990
8	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	17 Januari 1994
9	PT.Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	29 Maret 1983

Dalam penentuan sampel menggunakan total sampling yaitu dengan cara menunjukkan menjadikan seluruh populasi untuk dijadikan sampel. Adapun kriteria pemilihan sampel adalah :

1. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan farmasi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2014
2. Berturut-turut mengeluarkan laporan keuangan selama periode pengamatan.

Teknik yang digunakan dalam pengukuran variabel penelitian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan rasio dari masing-masing variabel yaitu struktur aktiva, ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur modal.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan (neraca dan laba rugi) publikasi perusahaan farmasi di website Bank Indonesia.

Uji Instrumen Penelitian

1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengetahui tingkat valid dari instrumen kuisioner yang dipergunakan dalam pengumpulan data. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen ini mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya. Pengujian validitas dimaksudkan untuk melihat konsistensi variabel independen dengan apa yang akan diukur dan untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti. Dengan demikian diharapkan kuisioner yang digunakan dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang akurat dan dapat dipercaya.

Menurut Sekaran (2009) validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen kuisioner dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi Spearman Rank. Sebuah item dikatakan valid bila r hitung $>$ r tabel (Sugiyono, 2010). Menurut Ghazali (2005: 45) uji validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Untuk menguji validitas instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan bantuan SPSS 19.

2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dapat dikatakan bahwa reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Menurut Ghazali (2005) uji reliabilitas ditujukan untuk menguji sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien Cronbach's alpha 0,7.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Model ini digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel-variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun secara parsial. Bentuk rumusan persamaan matematis dari analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Struktur Modal

a = Konstanta atau *intercept*

X₁ = Ukuran Perusahaan

X₂ = Struktur Aktiva

X₃ = Profitabilitas

b₁-b₃ = Koefisien regresi masing-masing variabel bebas

e = Faktor gangguan pada observasi i

Sumber: Sugiyono (2007:276)

Dalam melaksanakan penelitian ini, sering terjadi permasalahan untuk mendapatkan data yang benar dan akurat maka data yang sudah diperoleh harus diuji terlebih dahulu dengan beberapa pengujian sebelum dianalisis lebih lanjut.

1 Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan apakah variabel-variabel yang diteliti dapat dianalisis dengan menggunakan regresi berganda, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2006).

Lebih lanjut Ghazali (2006) pengujian normalitas dengan multivariat dengan melihat nilai kritis z-score kemencengan (*skewness-kurtosis*) sebaran data setiap variabel. Bila rasio *skewness-kurtosis* berada diantara -2 s.d +2 maka data dapat dikatakan normal (Ghozali, 2006), dan pengambilan keputusan yang lain dapat dilihat berdasarkan:

- Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Bila rasio *skewness-kurtosis* berada belum diantara -2 s.d +2, maka terjadi *outlier* (Ghozali, 2006) dan data *outlier* harus dikeluarkan. Untuk melihat terjadinya outlier dapat diketahui melalui *casewise diagnostics* atau *chart observed value-unstandardized residual*.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi antar variabel dengan melihat nilai Durbin Watson pada output uji yang dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 0,05 jumlah data penelitian serta variabel independen. Dengan ketentuan (Ghozali, 2006):

1) $D_L < DW_{hitung} < D_U$	= Tidak dapat disimpulkan
2) $DW_{hitung} < D_U$	= Ada autokorelasi positif
3) $D_U < DW_{hitung} < 4 - D_U$	= Tidak ada autokorelasi
4) $DW_{hitung} > 4 - D_U$	= Ada autokorelasi negatif
5) $4 - D_L < DW_{hitung} > 4 - D_U$	= Tidak dapat disimpulkan.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi diantara variabel independen yang ada atau variabel harus bebas/tidak boleh ada korelasi. Uji Multikolinearitas dilakukan *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan rumus :

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance Value}}$$

Dimana :

Batas *tolerance value* adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10, Jika :

- *Tolerance value* < 0,1 atau *VIF* > 10 : terjadi *multikolinearitas*
- *Tolerance value* > 0,1 atau *VIF* < 10 : tidak terjadi *multikolinearitas*

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Sebagai pedoman pengujian menggunakan uji Glejser, jika $P_{\text{value}} > 0,05$ dengan meregresikan nilai residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2006). Jika variabel independen mempengaruhi residual maka model regresi memiliki masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

2 Pengujian Hipotesis

Setelah model penelitian dibentuk dan bersih dari pengaruh inefisien regresi, selanjutnya untuk memperoleh kesimpulan, dilakukan pengujian sebagai berikut :

a) Uji t (Uji Secara Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen secara parsial, akan diketahui bagaimana pengaruh variabel dependen dan variabel independen secara parsial. Analisis ini menggunakan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan untuk dapat menentukan nilai kritis. Pengujian dengan membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel atau melihat P value masing-masing sehingga bisa ditentukan apakah hipotesa yang telah dibuat signifikan. Hipotesa menggunakan uji statistik satu sisi (*one tails*). Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$.
- Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $P_{value} > \alpha$.

b) Uji F (Uji Secara Simultan)

Untuk menguji kebenaran hubungan antara variabel-variabel independen yang ada pada model regresi digunakan analisis uji-F (ANOVA). Analisis uji-F ini dilakukan untuk membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Sebelum membandingkan nilai F tersebut, terlebih dahulu harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan agar dapat ditentukan nilai kritis. Alpha (α) yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P_{value} > \alpha$, disebut tidak signifikan karena H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$, disebut signifikan karena H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi yang digunakan adalah nilai *adjusted* R^2 yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted* R^2 merupakan indikator untuk

mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan. Menurut Imam Ghozali (2006) uji Koefisien Determinasi yang digunakan adalah nilai $\text{adjusted } R^2$ yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted* R^2 merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal

Dari hasil uji statistik terbukti bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap setruktur modal perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode tahun 2014.

Menurut Sjahrial (2009:205), hubungan struktur aktiva dengan struktur modal adalah : "Perusahaan yang memiliki aktiva tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan utang dalam jumlah besar hal ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil. Kemudian besarnya aktiva tetap dapat digunakan sebagai jaminan atau kolateral utang perusahaan".

Perusahaan yang struktur aktiva memiliki perbandingan aktiva tetap jangka panjang lebih besar akan menggunakan hutang jangka panjang lebih banyak karena aktiva tetap yang ada dapat digunakan sebagai jaminan hutang (Brigham & Houston, 2011:188). Dengan demikian struktur aktiva dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar hutang jangka panjang yang dapat diambil akan berpengaruh juga terhadap penentuan besarnya struktur modal.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

Dari hasil uji statistik terbukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode tahun 2014.

Menurut Brigham dan Houston (2011:40), perusahaan yang tumbuh dengan pesat harus lebih banyak mengandalkan modal eksternal. Biaya pengembangan untuk penjualan saham biasa lebih besar daripada biaya untuk penerbitan surat hutang yang mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengandalkan hutang. Sedangkan menurut Riyanto (2001:299) perusahaan yang lebih besar di mana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhannya penjuualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Hal ini akan mempermudah perusahaan dengan ukuran lebih besar untuk memperoleh pinjaman atau dana eksternal.

Hal ini menunjukan bahwa ukuran perusahaan yang besar perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan menggunakan sebagian keuntungannya untuk meningkatkan struktur modal dalam bentuk cadangan modal, dengan asset yang selalu meningkatkan operasionalnya dari biaya internal.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Dari hasil uji statistik terbukti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap setruktur modal perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode tahun 2014.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, dimana jika semakin besar profitabilitas maka struktur modal semakin kecil dan sebaliknya jika semakin kecil profitabilitas maka struktur modal semakin besar pula. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi berarti memiliki tingkat pengembalian hutang dan laba ditahan yang tinggi, maka perusahaan akan cenderung menggunakan laba ditahan dan mengurangi hutang.

Pengertian profitabilitas menurut Agus Sartono (2008:122) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam menentukan struktur modal. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memiliki dana internal (laba ditahan) yang lebih banyak dari pada perusahaan dengan profitabilitas rendah. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebelum menggunakan hutang.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, pengajuan hipotesis sampai dengan pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, dapat diuraikan kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Struktur aktiva terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014.
2. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014.
3. Profitabilitas terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014.
4. Secara bersama-sama struktur aktiva, ukuran perusahaan dan profitabilitas terbukti dapat mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan periode 2014.

SARAN

Hasil temuan dalam penelitian ini, yang diringkas dalam suatu kesimpulan dengan segala keterbatasan yang dimiliki sebagaimana tersebut di atas, maka dapat diberikan rekomendasi dan saran-saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

1. Bagi manajemen perusahaan farmasi, hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan petunjuk dalam pengambilan keputusan dan kebijakan strategis, terutama dalam hal struktur aktiva, ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur modal.
2. Bagi pihak yang berkepentingan, hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi terutama dalam hal struktur aktiva, ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur modal sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan kebijakan dimasa yang akan datang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah periode pengamatan yang lebih banyak, dan menambah variabel bebasnya serta menambah indikator-indikator yang terkait agar hasil penelitian yang diperoleh lebih signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, 2007, *Manajemen Keuangan Bisnis*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Agus Sartono. 2011. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. BPFE.
- Agustin, Hamdi. 2014. *The Effect Of Ownership Structure On Capital Structure: Evidence From Indonesia Banks*.
- _____. 2005. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. BPFE.
- Anasa Zumaroh, dkk (2013), *Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Di BEI Periode 2007-2013*. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
- Adnan Gharaibeh (2014), *Capital Structure, Liquidity, And Stock Returns*, European Scientific Journal September 2014 edition vol.10, No.25 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857-7431
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE. Brealey, Richard A. Myers, Stewart C, &
- Bram Hadiano (2007), *Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Emiten Sektor Telekomunikasi Periode 2000-2006: Sebuah Pengujian Hipotesis Pecking Order*, Jurnal Penelitian Universitas Kristen Maranatha Bandung
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F., 2011, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 10. Salemba Empat: Jakarta.
- Brigham dan Houston, 1993, *Fundamental Of Financial Manajemen*, edisi kesepuluh, Jakarta: Salemba Empat
- Damayanti (2013) *Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Peluang Bertumbuh dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Perspektif Bisnis, Vol.1, No.1, Juni 2013, ISSN: 2338-5111

- Dwi Prastowo, 2008. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Kedua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Gibson ,Ivancevich, Donnely, 1998, *Organisasi dan Manajemen, Perilaku Stuktur Proses*, Erlangga, Jakarta
- Giulio Botazzi, Angelo Secchi, dan Federico Tamagni, 2008. *Productivity, Profitability, and Financial Performance. Journal of Industrial and Corporate Change*; Vol 17;Number 4; pp. 711-751.
- Glenn Indrajaya, dkk (2008), *Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Profitabilitas dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal: Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2004-2007*. Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Nomor 06 Tahun ke-2 September-Desember 2011
- Goey Lilian Oktaviani dan Mariana Ing Malelak (2014), *Analisa Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Struktur Aktiva, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Struktur Modal Perusahaan*. FINESTA Vol. 2, No. 2, (2014) 12-16
- Ghia Ghaida Kanita (2014), *Pengaruh Struktur Aktiva dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal Perusahaan Makanan dan Minuman*, Trikonomika, Volume 13, No. 2, Desember 2014, Hal. 127–135, ISSN 1411-514X (print) / ISSN 2355-7737 (online)
- Helfert, E. A., 2000, *Analisis Laporan Keuangan* (terj. Herman Wibowo), Edisi Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hanafi, Mahmud dan Abdul Halim, 2003, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: YKPN
- Husnan, S. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi Kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Joni dan Lina (2010) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol. 12, No. 2, Agustus 2010, Hlm. 81 - 96
- Kasmir, 2008, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta; Rajawali Pers
- Keown, Arthur J. et al. 2010. *Manajemen Keuangan : Prinsip dan Penerapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lukman Syamsuddin. 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Li-Ju Chen (Taiwan), Shun-Yu Chen (Taiwan) (2011), *The influence of profitability on firm value with capital structure as the mediator and firm size and industry as moderators*, Investment Management and Financial Innovations, Volume 8, Issue 3, 2011
- Meidera Elsa Dwi Putri (2012), *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Jurnal Manajemen, Volume 01, Nomor 01, September 2012
- Mamduh M. Hanafi, 2004, *Manajemen Keuangan*, BPFE: Yogyakarta
- Martono, A., dan Harjito, D.A. 2005. *Manajemen Keuangan*. Penerbit FE UII, Yogyakarta.
- Munawir, 2002, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Mas'ud, Masdar, 2008, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal dan Hubungannya Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 7 No 1, hal 82-99
- Michelle & Megawati, 2005, *Tingkat Pengembalian Investasi dapat Diprediksi Melalui Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage*, Kumpulan Jurnal Ekonomi
- Robert C. Fink and Ann Harrison, 1999. *Businaess Return on Assets, Journal of Return On Investment, Computerworld*; Jun 21; vol 33, Iss 25; ABI/INFORM Global, pg. 72.
- Rita Puji Astuti (2014), *Pengaruh Profitabilitas, Size, Growth Opportunity, Likuiditas dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Bank (Studi Pada Perusahaan Perbankan Di BEI Tahun 2009-2013)*, Jurnal Penelitian universitas Pandanaran Semarang
- Selly Zuliani (2014) *Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aset, dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 7 (2014)
- Seftianne dan Ratih Handayani. 2011. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akutansi*. 2(1).
- Suad Husnan. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.

- Suwito, Edy dan Herawati, Arleen. 2005. “*Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo, 16-17 September, hal. 136-146.
- Shapiro, Alan C. 1991. *Modern Corporate Finance*. Macmillan Publishing Company, Maxwell Macmilan International, Editor L New York.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Taruna Johni Priambodo, dkk (2014), *Pengaruh Struktur Aktiva, Tingkat Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang listing di BEI periode 2010-2012)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 9 No. 1 April 2014
- Uke Marius Siahaan (2014), *The Influence of Company Size and Capital Structure towards Liquidity, Corporate Performance and Firm Value, for Large and Small Group Companies*, European Journal of Business and Management, ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online), Vol.6, No.18, 2014
- Weston, Fred J, dan Thomas E. Copeland, 1989, *Manajemen Keuangan, Edition 9th*, Jilid Dua, Terjemahan oleh A. Jaka Wasana, & Kibrandoko, 1997, Binarupa Aksara, Jakarta.

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BUDAYA ORGANISASI,
DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI YANG BERIMPLIKASI TERHADAP
KINERJA PEGAWAI KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN SIAK**

**INFLUENCE AT WORK, ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP
MOTIVATION IMPLICATIONS AGAINST EMPLOYEE PERFORMANCE AGAINST
ELECTION COMMISSION SIAK**

SRI INDRIYANI ALI
(Universitas Lancang Kuning)

Abstrak

Sri Indriyani Ali : Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Lancang Kuning, 11 Agustus 2016. **Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, dan Kepemimpinan Terhadap Motivasi yang Berimplikasi Terhadap Kinerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak.** Ketua Pembimbing: Dr. Ririn Handayani, MM, Komisi Pembimbing Dr. Kasman Arifin ZA, SE, MM, Ak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, dan Kepemimpinan terhadap Motivasi yang Berimplikasi Terhadap Kinerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak. Populasi dalam penelitian ini adalah para Pegawai Negeri Sipil di Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak yang berjumlah 34 orang. Pengumpulan data untuk penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 34 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan pemodelan Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program Partial Least Square (PLS). Model evaluasi SEM-PLS berdasarkan pengukuran prediksi yang mempunyai sifat nonparametrik. Model struktural dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan dengan melihat nilai R^2 . Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan statistik uji-t yang didapat dari prosedur bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Motivasi kerja pegawai, dengan pengaruh sebesar sebesar 0,67, (2) Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja pegawai, dengan pengaruh sebesar sebesar 0,67, (3) Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Pegawai dengan pengaruh sebesar sebesar 0,92, (4) Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai dengan pengaruh sebesar sebesar 0,44, (5) Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Kerja Pegawai, dengan pengaruh sebesar sebesar 0,62, (6) Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai, dengan pengaruh sebesar sebesar 0,66, (7) Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai, dengan pengaruh sebesar sebesar 0,45.

Kata Kunci : Lingkungan kerja, Budaya organisasi, Kepemimpinan, Motivasi, Kinerja

Abstract

Sri Indriyani Ali: Postgraduate Master of Management University of Lancang Kuning, August 11, 2016. **Influence at Work, Organizational Culture and Leadership Motivation Implications Against Employee Performance Against Election Commission Siak.** Chairman Supervisor: Dr. Ririn Handayani, MM, the co-supervisor: Dr. Kasman ZA Arifin, SE, MM, Ak.

This research analyzes the Influence at Work, Organizational Culture and Leadership on the Implications Motivation Employee Performance Against Election Commission Siak. The population in this study is the Civil Service Office of the Election Commission Siak totaling 34 people. Data collection for this study was obtained from questionnaires distributed to 34 respondents. Data analysis technique used is to use modeling Structural Equation Model (SEM) by using the program Partial Least Square (PLS). SEM-PLS evaluation model based on measurement predictions have nonparametric nature. Structural models were evaluated by looking at the percentage of variance explained by looking at the value of R^2 . The stability of these estimates was evaluated using t-test statistics obtained from bootstrapping procedure. The results showed that: (1) Work Environment significant effect on employee motivation, with effect as of 0.67, (2) Working Environment significant effect on employee performance, with effect as of 0.67, (3) Cultural Organization effect significantly to employee motivation with effect as of 0.92, (4) Cultural Organization significant effect on employee performance with effect as of 0.44, (5) Leadership significant effect on employee work motivation, with effect as of 0.62, (6) Leadership significant effect on employee performance, with effect as of 0.66, (7) Motivation significant effect on employee performance, with effect as of 0.45.

Keywords : Work environment, Organizational Culture, Leadership, Motivation, Performance.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Organisasi merupakan kesatuan sosial yang dapat diatur secara baik, dengan memberikan batasan tertentu mengenai kinerjanya sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pencapaian tujuan organisasi. Organisasi ataupun lembaga yang baik, tumbuh dan berkembang yang akan selalu menitik beratkan pada segi sumber daya manusia dalam menjalankan fungsinya secara optimal, sehingga dalam menghadapi beberapa perubahan lingkungan yang terjadi. Kemampuan teknis, teoritis, konseptual, moral dari para pelaku organisasi di semua tingkat pekerjaan sangat dibutuhkan. Sumber daya manusia pada posisi yang paling tinggi dalam mendorong pegawainya menampilkan norma perilaku, nilai dan keyakinan sebagai sarana pendukung dan menjadi motivasi tersendiri dalam peningkatan kinerjanya.

Kinerja adalah pelaksanaan suatu pekerjaan dan penyempurnaan pekerjaan tersebut sesuai dengan tanggung jawabnya sehingga dapat mencapai hasil sesuai dengan yang diharapkan (Lijan Poltak Sinambela, 2012). Menurut Siagian (2009) bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu : gaji, lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan, dan motivasi kerja (*motivation*), disiplin kerja, kepuasan kerja, komunikasi dan faktor-faktor lainnya.

Kinerja organisasi tidak akan optimal tanpa dukungan kinerja pegawai yang optimal pula. Kinerja kantor pemerintahan sangat ditentukan oleh pegawai yang berkualitas (Indriani dan Waluyo, 2012). Menurut Hessel (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah motivasi, budaya organisasi, kompensasi, kepemimpinan, kepuasan kerja, kedisiplinan, lingkungan kerja dan komitmen organisasi.

Pegawai KPU Kabupaten Siak memiliki kinerja yang kurang baik, dimana faktor-faktor yang mempengaruhi terletak pada penempatan tugas yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya atau tidak berdasarkan formasi yang dimiliki oleh pegawai. Salah satunya dapat dilihat di kasubbag teknis, dimana pegawai yang ditempatkan pada posisi kasubbag bukan dari formasi atau latar belakang pendidikan ilmu sosial politik, melainkan dari formasi ilmu ekonomi. Dengan ditemplatkannya pegawai tidak sesuai formasinya maka pegawai sering menunda pekerjaan dan tugasnya. Pegawai melakukan hal ini karena ketidak mampuan mereka untuk menjalankan tugasnya. Selain di kasubbag teknis, masih ada penempatan tugas yang tidak berdasarkan formasinya. Ini dapat dilihat pada kasubbag umum, pegawai yang ditempatkan bukan dari formasi ilmu ekonomi tetapi melainkan dari formasi ilmu sosial politik. (Kasubbag Program dan Data). Berdasarkan penempatan tugas yang tidak sesuai maka kinerja pegawai menurun dan tidak bagus.

Sejalan dengan era globalisasi dan reformasi maka lahirlah Undang-Undang Dasar 1945 dalam amandemen ke-3 yang mengatur pelaksanaan Pemilu dalam pasal 22E angka 5 yang berbunyi Pemilihan Umum diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. KPU sebagai lembaga penyelenggara Pemilu di Indonesia yang bersifat tetap dan mandiri sebagaimana tertuang dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2011. Pemilu demokrasi secara nasional pertama kalinya dilaksanakan pada tahun 2004 yaitu untuk pemilu legislatif dan presiden.

KPU adalah lembaga tetap dan mandiri yang merupakan lembaga vertikal yang setara dengan kementerian/lembaga. Kedudukannya secara hirarki berjenjang yang terdiri dari KPU RI, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota. Lembaga KPU terdiri dari 2 unsur kepemimpinan yaitu Komisioner KPU dan Sekretaris KPU. Yang mana Komisioner KPU mempunyai masa kerja selama 5 (lima) tahun dan dapat terpilih kembali. Sementara Sekretariat KPU terdiri dari unsur Pegawai Negeri Sipil daerah maupun pusat.

Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak sebagai organisasi dalam upaya meningkatkan kinerja baik secara kualitas maupun kuantitas tidak terlepas dari lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi ,dan kepemimpinan yang ada. Pegawai Negeri Sipil sebagai unsur aparatur negara, abdi negara, dan abdi masyarakat untuk dapat meningkatkan kinerjanya mendukung pemerintah dan pembangunan dituntut untuk berdayaguna dan berhasil guna.

Fenomena yang terjadi di Kantor KPU Kabupaten Siak adalah mengenai lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan yang berdampak pada kinerja pegawai. Hal ini terlihat dengan adanya sikap (*attitude*) beberapa pegawai yang bekerja kurang optimal, ini dapat dilihat di salah satu bagian yang ada di kantor KPU Siak yaitu bagian keuangan. Dimana dapat dilihat dari rekonsiliasi SAI (Sistem Akuntansi Instansi) yang telah ditetapkan selama 10 hari (PP No.39 Tahun 2006, Bappenas). Untuk tahun 2015 pegawai sering terlambat melakukan rekonsiliasi sehingga mendapat surat teguran dari KPPN (Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara).

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan. Misalnya kebersihan, musik dan lain-lain (Nitisemito, 2008). Menurut Sedarmayanti (2014) kondisi lingkungan kerja dikatakan baik atau sesuai apabila manusia dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman, dan nyaman. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dilakukan oleh Sofyan (2013) menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Namun ada penelitian yang ternyata hasilnya berbeda dengan penelitian tersebut, yaitu yang dilakukan Sidanti (2015) menunjukkan lingkungan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Pegawai KPU Kabupaten Siak dalam menjalankan aktivitas sehari-hari tidak mendapatkan lingkungan kerja yang persentatif karena, masih banyaknya fasilitas yang tidak mendukung sehingga pegawai bekerja apa adanya (Kasubbag Umum KPU Siak). Hal ini dapat dilihat dengan keterbatasan inventaris kantor yang ada, seperti meja yang digunakan oleh para pegawai tidak sesuai dengan standarnya. Kebanyakan pegawai yang bekerja menggunakan meja rapat, kursi yang digunakan tidak sesuai dengan standar, komputer yang ada pada masing-masing kasubbag tidak sesuai dengan jumlah pegawai yang ada pada kasubbag tersebut. Dengan lingkungan kerja yang tidak persentatif maka kinerja para pegawai tidak dapat berjalan dengan sesuai harapan organisasi.

Berdasarkan data yang ada dapat dilihat bahwa dari tahun 2013 dengan jumlah pegawai 32 orang dimana jumlah kursi, meja, dan PC, laptop, printer dan AC tidak menunjang kinerja pegawai untuk melakukan pekerjaannya. Begitu juga untuk tahun 2014 dan tahun 2015, tidak adanya kenaikan dalam fasilitas penunjang kinerja pegawai, dimana untuk tahun 2014 jumlah pegawai terjadi penurunan pegawai 1 (satu) orang, untuk tahun 2015 terjadinya pengurangan pegawai 3 (tiga) orang. Sedangkan tahun 2016 jumlah pegawai 34 orang, maka terjadinya penambahan meja sebanyak 5 (lima), sedangkan fasilitas yang lainnya masih tetap sama seperti ditahun 2013.

Secara spesifik budaya dalam organisasi akan ditentukan oleh kerja sama tim, kepemimpinan, karakteristik organisasi dan merupakan kebiasaan-kebiasaan yang terjadi dalam hirarki organisasi yang mewakili norma-norma perilaku yang diikuti oleh anggota organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Prawitasari (2012), menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

Budaya yang produktif adalah budaya yang dapat menjadikan organisasi menjadi kuat dan tujuan organisasi dapat terakomodasi (Sinungan, 2009:48). Pegawai KPU Kabupaten Siak memiliki budaya organisasi yang tidak bagus dimana para pegawainya masuk kantor tidak sesuai dengan jam kerja (Kasubbag Program). Berdasarkan Surat Edaran KPU RI No. 1999/KPU/XII/2014 tentang Penetapan hari kerja dan Jam kerja.

Dari data yang ada dapat dilihat bahwa tingkat kehadiran pegawai KPU Siak tidak mencapai 100%. Ini dapat dilihat dari bulan Januari sampai dengan Juni, dimana tingkat kehadiran pegawai yang paling tinggi terdapat pada bulan April yaitu sebesar 86,67 %, dan izin sebesar 6,67 % dan dinas luar sebesar 6,67 %. Sedangkan untuk jumlah pegawai tanpa keterangan sebesar 23,33 % yang terdapat pada bulan Februari.

Menurut Robbins (2012:163) menyatakan kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk mencapai tujuan. Penelitian yang dilakukan oleh Rani Mariam (2009), menunjukkan bahwa kepemimpinan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Menurut hasil penelitian Lina Nurhidayati, dkk (2010), menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Dengan melihat fenomena yang ada, dan penelitian terdahulu maka idealnya lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan yang sesuai maka dapat meningkatkan kinerja pegawai. Hal tersebut menimbulkan ketertarikan bagi peneliti untuk mengangkat permasalahan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja terutama dari sisi lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan yang dihadapi oleh Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak, maka penelitian ini dilakukan dengan mengambil judul :

“Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, Dan Kepemimpinan Terhadap Motivasi Yang Berimplikasi Terhadap Kinerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi dan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak ?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak ?
3. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak ?
4. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak ?
5. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak ?
6. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak ?
7. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak.
2. Untuk menganalisa pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.
3. Untuk menganalisa pengaruh Budaya Organisasi terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak.
4. Untuk menganalisa pengaruhbudaya organisasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.
5. Untuk menganalisa pengaruh kepemimpinan terhadap motivasi pegawai KPU Kabupaten Siak.
6. Untuk menganalisa pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.
7. Untuk menganalisa pengaruh Motivasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian di atas maka, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis kepada berbagai pihak yaitu :

1. Bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan dapat menjadi acuan referensi bahan sumber serta bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji tentang pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan terhadap kinerja Pegawai KPU Kabupaten Siak.
2. Bagi Organisasi Publik atau Pemerintahan, sebagai informasi atau masukan bagi organisasi publik/pemerintahan khususnya KPU yang berkenaan dengan pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan terhadap kinerja Pegawai KPU Kabupaten Siak.
3. Bagi Peneliti, akan memperoleh wawasan yang nyata dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dengan fenomena yang ada.

Hipotesa Penelitian

Dalam penelitian ini indikator Lingkungan Kerja yang digunakan adalah penerangan atau cahaya, suhu udara, suara bising, dekorasi atau tata ruang, hubungan karyawan. Indikator Budaya

Organisasi yang digunakan adalah Inisiatif individual, Toleransi terhadap tindakan berisiko, *Direction* (arah), Integrasi, Dukungan dari manajemen, Kontrol, Identitas, Sistem imbalan, Toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka, Pola-pola komunikasi. Indikator Motivasi yang digunakan adalah motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Indikator Kepemimpinan yang digunakan adalah hubungan pemimpin anggota, tingkat kepatuhan, kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pemimpin, struktur tugas, kekuatan posisi. Sedangkan indikator kinerja pegawai yang digunakan adalah kuantitas pekerjaan, kualitas pekerjaan, serta sikap kerja.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesa untuk penelitian ini adalah :

- H1 : Lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi.
- H2 : Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja.
- H3 : Budaya Organisasi berpengaruh terhadap motivasi.
- H4 : Budaya Organisasi berpengaruh terhadap kinerja.
- H5 : Kepemimpinan berpengaruh terhadap motivasi.
- H6 : Kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kab. Siak.
- H7 : Motivasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kab. Siak.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) "Data kuantitatif merupakan suatu karakteristik dari suatu variabel yang nilai-nilainya dinyatakan dalam bentuk numerical." dengan menggunakan teknik analisis SEM-PLS (*Partial Least Squares-Structural Equation Model*). Penelitian menurut tingkat penjelasan adalah penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti, serta hubungan antar suatu variabel dengan variabel yang lain. Selain itu penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesa.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak. Pemilihan lokasi ini dikarenakan kemudahan peneliti dalam pengambilan data. Penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai bulan Agustus 2016

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah objek atau subjek yang diteliti yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai negeri yang ada di lingkungan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak.

Sehubungan populasi dalam penelitian ini sedikit, maka seluruh populasi dalam penelitian ini akan dijadikan sampel. Menurut Sugiyono (2012), total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 34 orang pegawai.

Teknik Pengukuran Variabel

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket dengan memberikan pernyataan kepada responden. Responden diminta untuk memberikan tanggapan dengan memberikan jawaban pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan. Jawaban yang bersifat kualitatif selanjutnya di kuantitatifkan. Setiap jawaban diberi skor numerik untuk mencerminkan derajat kesesuaian responden yang diukur dengan skala Likert. (Mudrajat, 2008).

Pengumpulan Data

Jenis Data

Menurut Sugiyono (2012) ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian, yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung dan dianalisis yang meliputi data-data tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarkan.

2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil olahan pihak lain seperti dokumen yang ada di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Siak dan instansi terkait lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu sebagai berikut: (Supriyanto, 2009)

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)
Merupakan cara untuk memperoleh data sekunder secara langsung yang diperoleh dengan cara mengumpulkan, membaca dan mempelajari text book, jurnal, search engine, laporan relevan mengenai objek yang diteliti, dan buku-buku referensi lainnya (Supriyanto, 2009).
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)
Untuk dapat menghasilkan data primer, penelitian ini dilakukan secara langsung kepada objek yang dituju, yaitu seluruh pegawai sekretariat KPU Kabupaten Siak.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan komponen atau *Variance Based Structural Equation Modeling*, dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square (Smart-PLS)*. PLS adalah model alternatif dari *covariance based SEM*. PLS dimaksudkan untuk *Causal-Perdictive Analysis* dalam situasi kompleksitas yang tinggi dan dukungan teori yang rendah (Ghozali, 2014).

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang suatu data, seperti rata-rata (*mean*), jumlah (*sum*), simpangan baku (*standard deviation*), varians (*variance*), rentang (*range*), nilai minimum dan maximum, dan sebagainya. Dalam analisis deskriptif dapat digunakan SEM-PLS (*Partial Least Square- Stuctur Equation Model*).

Metode Statistik Inferensial

Untuk menguji hipotesis yang menghasilkan suatu model yang layak (*fit*), penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (SEM-PLS)*. Dimana model stuktural yang akan dianalisis memenuhi model rekursif dan variabel laten memiliki indikator yang bersifat formatif atau reflektif.

Dalam PLS model struktural antar variabel laten disebut dengan Inner Model, sedangkan model pengukuran (bersifat reflektif atau formatif) disebut Outer Model. Dikarenakan PLS berbasis pada varian maka jumlah sampel yang digunakan tidak perlu besar. Sampel yang digunakan dapat berkisar antara 30-100 orang. Untuk jumlah konstruk dan indikator yang digunakan PLS dapat mengakomodir hingga 100 konstruk dan 1000 indikator. (Ananda Sabil Hussein, 2015).

Ada tiga tahap dalam analisis SEM-PLS adalah sebagai berikut :

Analisa Outer Model/Model Pengukuran (*Measurement Variabel*)

Analisa Outer Model adalah menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan indikatornya. Uji yang dilakukan pada outor model adalah :

- a. Convergent Validity
Nilai convergent validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan >0.7 .
- b. Discriminant Validity
Nilai ini merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

c. Composite Reability

Data yang memiliki composite reability >0.7, mempunyai reabilitas yang tinggi

$$\rho^c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var}(\varepsilon_i)}$$

d. Average Variance Extracted (AVE)

Digunakan untuk mengevaluasi konvergent validity. Nilai AVE harus >0.5.

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\varepsilon_i)}$$

e. Cronbach Alpha

Uji reabilitas diperkuat dengan cronbach alpha. Nilai diharapkan >0.6 untuk semua konstruk.

Analisa Inner Model/Model Struktural (*Structural Model*)

Yang menjelaskan pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Uji yang dilakukan pada inner model adalah:

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar variasi variabel laten dependen dijelaskan oleh variabel laten independen.

b. Predictive Relevance (Q^2)

Penggunaan Q-Square Predictive Relevance untuk model variabel yang mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q-Square >0 menunjukkan model memiliki predictive relevance. Sebaliknya jika nilai Q-Square <0, menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance. Perhitungan Q-Square dilakukan dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

$R1^2, R2^2 \dots Rp^2$ merupakan R-square variabel eksogen dalam model persamaan. Dengan asumsi data terdistribusi bebas (distribution free), model struktural pendekatan prediktif *Partial LeastSquare* (PLS) dievaluasi dengan R-Square untuk variabel dependen, sebaliknya Q-Square Test untuk relevansi prediktif.

Pengujian Hipotesa

Secara umum metode explanatory research adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian Hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1.96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t-statistik > 1,96. Untuk menolak atau menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $p < 0,05$. (Ananda Sabil Hussein, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Interprestasi Hasil Penelitian

5.4.1. Evaluasi Model Pengukuran/Outer Model (*Measurement Model*)

Outer model (*measurement model*) merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya yang menjelaskan karakteristik variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya.

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Weight Estimate* (Formatif).

A. Convergent Validity

Convergent Validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score* atau *component score* yang diestimasi dengan *Software PLS*. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan variabel yang diukur. Namun menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2008) untuk penelitian tahap awal skala pengukuran nilai *loading* 0.50 sampai 0.60 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0.50.

A.1. Loading Factor

Hasil pengolahan dengan menggunakan PLS dapat dilihat pada tabel V.9 Nilai *outer model* atau korelasi antara variabel dengan variabel telah memenuhi *convergent validity* karena seluruh memiliki nilai *loading factor* di atas 0.50.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel lingkungan kerja yang dipengaruhi oleh indikator kursi dan meja (X1.1), temperatur (X1.2), kelembapan (X1.3), sirkulasi udara (X1.4), pencahayaan (X1.5), bau tidak sedap (X1.6), hubungan dengan rekan kerja (X1.7), dan hubungan dengan bawahan (X1.9) memiliki nilai *Outer Loadings* lebih besar dari 0,5. Indikator hubungan dengan atasan (X1.8) merupakan ukuran terkuat dari variabel lingkungan kerja karena memiliki nilai *outer loading* paling besar (0.93). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke sembilan indikator lingkungan kerja merupakan indikator yang valid sebagai pengukur variabel kinerja.

Untuk variabel budaya organisasi menunjukkan bahwa indikator inisiatif individual (X2.1), toleransi terhadap tindakan berisiko (X2.2), *direction* (arah) (X2.3), integrasi (X2.4), dukungan dari manajemen (X2.5), kontrol (X2.6), identitas (X2.7), sistem imbalan (X2.8), dan pola-pola komunikasi (X2.10) memiliki nilai *Outer Loadings* lebih besar dari 0,5. Indikator toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka (X2.9) merupakan ukuran terkuat dari variabel budaya organisasi karena memiliki nilai *outer loading* paling besar (0.87). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke sepuluh indikator budaya organisasi merupakan indikator yang valid sebagai pengukur variabel kinerja.

Sedangkan untuk variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa indikator hubungan pemimpin dengan anggota (X3.1), tingkat kepatuhan (X3.2), struktur tugas (X3.4) dan kekuatan posisi (X3.5) memiliki nilai *Outer Loadings* lebih besar dari 0,5. Indikator kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pemimpin (X3.3), merupakan ukuran terkuat dari variabel kepemimpinan karena memiliki nilai *outer loading* paling besar (0.84). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke lima indikator kepemimpinan merupakan indikator yang valid sebagai pengukur variabel kinerja.

A.2. Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) adalah rata-rata nilai varians keseluruhan indikator yang diekstraksi dari variabel laten. Sebuah indikator dinyatakan memiliki *convergent validity* apabila nilai $AVE \geq 0.50$. Artinya bahwa rata-rata keseluruhan indikator yang dijelaskan oleh variabel latennya minimal 50%.

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Lingkungan Kerja	0.63
Budaya Organisasi	0.54
Kepemimpinan	0.55
Motivasi	0.49
Kinerja	0.55

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi dan kinerja memiliki $AVE > 0.50$. Dengan demikian indikator yang mengukur variabel tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur variabel laten yang bersesuaian.

A.3. Communalilty

Communalilty adalah ukuran kualitas model pengukuran pada tiap variabel laten. Sebuah indikator dinyatakan memiliki convergent validity apabila nilai communality ≥ 0.50 . Artinya bahwa kualitas model pengukuran pada tiap variabel laten minimal 50%.

Communalilty

Variabel	Communalilty
Lingkungan Kerja	0.63
Budaya Organisasi	0.54
Kepemimpinan	0.55
Motivasi	0.49
Kinerja	0.55

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi dan kinerja memiliki nilai communality > 0.50 . Dengan demikian indikator yang mengukur variabel tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur variabel latennya.

B. Discriminant Validity

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model dikatakan mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai cross loading indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai loading yang lebih besar dibanding nilai loading jika dikorelasikan dengan variabel laten lainnya.

B.1. Cross Loading

Sebuah indikator dinyatakan memiliki diskriminan validity apabila *loading factor* tiap indikator yang mengukur variabel latennya lebih besar dari nilai *cross loading* (korelasi indikator dengan variabel laten lainnya).

Cross Loading

Indikator	Lingkungan Kerja (X1)	Budaya Organisasi (X2)	Kepemimpinan (X3)	Motivasi (Y1)	Kinerja (Y2)
X1-1	0.7121 92	0.0869 60	0.2427 67	0.00 3146	0.00 8944
X1-2	0.7022 83	0.0475 77	0.2225 73	0.03 7812	0.00 7997
X1-3	0.7567 11	0.1368 73	0.1339 89	0.02 0807	0.11 5987
X1-4	0.6630 85	0.1504 96	0.0795 97	0.11 0811	0.14 9897
X1-5	0.8214 13	0.0040 30	0.2394 81	0.00 8213	0.26 4285
X1-6	0.8117 81	0.0877 60	0.2054 01	0.00 6033	0.12 5704
X1-7	0.8792 59	0.2140 16	0.2513 25	0.09 9728	0.26 6590
X1-8	0.9294 59	0.1823 35	0.2388 08	0.11 0121	0.18 6148
X1-9	0.8162 77	0.1177 86	0.2708 02	0.00 8932	0.12 4784

X2-1	0.3679 58	0.6175 29	0.2261 15	0.39 0583	0.44 4476
X2-2	0.2920 91	0.6313 98	0.1345 77	0.41 2080	0.22 5383
X2-3	0.1537 90	0.5876 36	0.0295 02	0.34 1794	0.16 2599
X2-4	0.0370 04	0.7566 59	0.0887 37	0.74 4051	0.03 8419
X2-5	0.1018 02	0.7022 80	0.1713 19	0.68 0016	0.27 3929
X2-6	0.2385 61	0.8098 69	0.2596 11	0.63 7075	0.03 3442
X2-7	0.1010 56	0.7702 93	0.1978 00	0.62 6062	0.02 3954
X2-8	0.0392 34	0.7499 13	0.0125 67	0.78 3328	0.03 7168
X2-9	0.0335 20	0.8687 57	0.1665 29	0.87 1208	0.23 9920
X2-10	0.1490 64	0.8089 17	0.0024 35	0.82 1241	0.15 7884

X3-1	0.2686 34	0.1750 49	0.8009 86	0.22 1033	0.56 6528
X3-2	0.2223 22	0.0804 59	0.7431 15	- 7969	0.51 5292
X3-3	0.1053 30	0.2169 55	0.8410 04	0.18 2344	0.63 7451
X3-4	0.1882 87	0.0243 42	0.7229 80	- 8599	0.48 6252
X3-5	0.2020 37	0.3651 99	0.5640 25	0.27 6702	0.19 1875

Y1-1	0.1724 91	0.2851 86	0.0078 43	0.54 7042	0.06 1208
Y1-2	0.0392 34	0.7499 13	0.0125 67	0.78 3328	0.03 7168
Y1-3	0.0335 20	0.8687 57	0.1665 29	0.87 1208	0.23 9920
Y1-4	0.1490 64	0.8089 17	0.0024 35	0.82 1241	0.15 7884
Y1-5	0.2303 62	0.5930 72	0.1566 22	0.70 4977	0.17 7848
Y1-6	0.0674 13	0.5639 97	0.0424 56	0.68 0567	0.03 3031
Y1-7	0.0123 63	0.3869 71	0.0682 49	0.55 4421	0.04 4476
Y1-8	0.0194 97	0.4171 75	0.0205 67	0.55 9296	0.15 1396
Y1-9	0.0370 04	0.7566 59	0.0887 37	0.74 4051	0.03 8419
Y1-10	0.0873	0.5464	0.2498	0.63	0.12

10	59	55	63	9298	6347
Y2-1	0.0577 77	0.1456 96	0.2460 45	0.08 8981	0.66 7733
Y2-2	0.1498 44	0.0760 48	0.4096 49	0.05 2593	0.63 5193
Y2-3	0.2931 75	0.1553 78	0.6611 30	0.43 6829	0.82 2618
Y2-4	0.2743 16	0.2529 50	0.3597 03	0.17 8295	0.56 0460
Y2-5	0.0960 83	0.3564 23	0.4991 95	0.32 3611	0.79 9994
Y2-6	0.1525 49	0.3193 37	0.5833 37	0.74 7793	0.79 0869
Y2-7	0.2770 13	0.0366 76	0.5848 10	0.66 3310	0.85 4630
Y2-8	0.1323 59	0.1453 64	0.6430 73	0.34 8102	0.78 9485
Y2-9	0.1764 74	0.1143 75	0.4507 04	0.01 1393	0.74 6742
Y2-10	0.1534 71	0.1566 54	0.4515 31	0.12 3571	0.73 0978

Dari table ini terlihat bahwa setiap korelasi variable dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi variable dengan indikator yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variable laten yaitu lingkungan kerja, budaya organisasi dan kepemimpinan memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator blok lainnya. Misalnya pada blok variabel lingkungan kerja, nilai indikator pada blok ini lebih tinggi dibandingkan dengan variabel indikator yang lain yaitu pada indikator hubungan dengan atasan (X1.8) sebesar 0.93.

C. Reliability Konstruk

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan menggunakan ukuran reliabilitas konstruk (*Composite Reliability*) dan/atau *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengujian apabila nilai *Composite Reliability* lebih besar sama dengan 0.70 dan/atau nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar sama dengan 0.60 maka dapat dinyatakan konstruk telah reliability.

Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Lingkungan Kerja	0.94
Budaya Organisasi	0.92
Kepemimpinan	0.86
Motivasi	0.90
Kinerja	0.92

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai composite reability kelima variabel yaitu lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi dan kinerja >0,70. Dengan demikian indikator yang mengukur variabel motivasi dan kinerja dinyatakan **reliable**.

5.4.2. Evaluasi Model Struktural/Inner Model (Measurement Model)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

A. Goodness of Fit Model

Digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variable eksogen untuk menjelaskan keragaman variable endogen. Atau untuk mengetahui besarnya kontribusi variable eksogen terhadap variable endogen. Dalam analisis PLS goodness of Fit model dilakukan dengan menggunakan Q-Square predictive relevance (Q^2). Berikut tabelnya:

R Square

Variabel	R Square
Lingkungan Kerja	
Budaya Organisasi	
Kepemimpinan	
Motivasi	0.48
Kinerja	0.52

R^2 variabel motivasi sebesar 0,48 atau 48%. Menunjukkan keragaman variable motivasi mampu menjelaskan variable x_1 , x_2 , dan x_3 sebesar 48%. Sedangkan sisanya sebesar 52% merupakan kontribusi variable lain yang tidak disertakan dalam model ini.

Kemudian R^2 variabel kinerja sebesar 52% menunjukkan bahwa keragaman variable kinerja mampu dijelaskan oleh variable x_1 , x_2 , x_3 , dan y_1 sebesar 52%. Dengan kata lain besarnya kontribusi variable x_1 , x_2 , x_3 , dan y_1 terhadap variable kinerja sebesar 52%. Sisanya sebesar 48% merupakan kontribusi variable lain yang tidak disertakan dalam model ini.

Selain dengan menggunakan *R-square*, *goodness of fit model* juga diukur dengan menggunakan *Q-Square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Nilai *Q-square* > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya jika nilai *Q-Square* = 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Perhitungan *Q-Square* dilakukan dengan rumus:

Q^2 dihitung secara manual:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - \{ (1 - 0,479) * (1 - 0,524) \} = 0,52$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa *Q-Square predictive relevance* (Q^2) bernilai 0.52 atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman variable kinerja mampu dijelaskan oleh keempat variable lainnya secara keseluruhan sebesar 52%. Sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari variable lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

B. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai T-Statistic lebih besar dari nilai kritis (t-tabel (1.96)) atau maka dinyatakan ada pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dapat diketahui melalui T-Statistic :

B.1. Hipotesis 1 Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap Motivasi

Pada hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi adalah 2.034. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lingkungan kerja (X_1) berpengaruh terhadap motivasi (Y_1) dapat diterima, hasil ini menunjukan bahwa semakin baik kondisi lingkungan kerja (X_1) yang diterapkan maka semakin tinggi motivasi (Y_1) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi.**

B.2. Hipotesis 2 Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja adalah 2.375. Hasil pengujian tersebut

menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lingkungan kerja (X1) berpengaruh terhadap kinerja (Y2) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi lingkungan kerja (X1) yang diterapkan maka semakin tinggi kinerja (Y2) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja**.

B.3. Hipotesis 3 Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Motivasi

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi adalah 17.811. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa budaya organisasi (X2) berpengaruh terhadap motivasi (Y1) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik budaya organisasi (X2) yang diterapkan maka semakin tinggi motivasi (Y1) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **budaya organisasi berpengaruh terhadap motivasi**.

B.4. Hipotesis 4 Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja adalah 2.923. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa budaya organisasi (X2) berpengaruh terhadap kinerja (Y2) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik budaya organisasi (X2) yang diterapkan maka semakin tinggi kinerja (Y2) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja**.

B.5. Hipotesis 5 Kepemimpinan berpengaruh terhadap Motivasi

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh kepemimpinan terhadap motivasi adalah 3.755. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kepemimpinan (X3) berpengaruh terhadap motivasi (Y1) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kepemimpinan (X3) yang diterapkan maka semakin tinggi motivasi (Y1) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **kepemimpinan berpengaruh terhadap motivasi**.

B.6. Hipotesis 6 Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja adalah 14.270. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kepemimpinan (X3) berpengaruh terhadap kinerja (Y2) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kepemimpinan (X3) yang diterapkan maka semakin tinggi kinerja (Y2) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja**.

B.7. Hipotesis 7 Motivasi berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil pengujian hipotes yang tertera pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai T-Statistic pengaruh motivasi terhadap kinerja adalah 15.923. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistic > 1.96 . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa motivasi (Y1) berpengaruh terhadap kinerja (Y2) dapat diterima, hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi (Y1) yang dimiliki pegawai maka semakin tinggi kinerja (Y2) pegawai dalam bekerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja**.

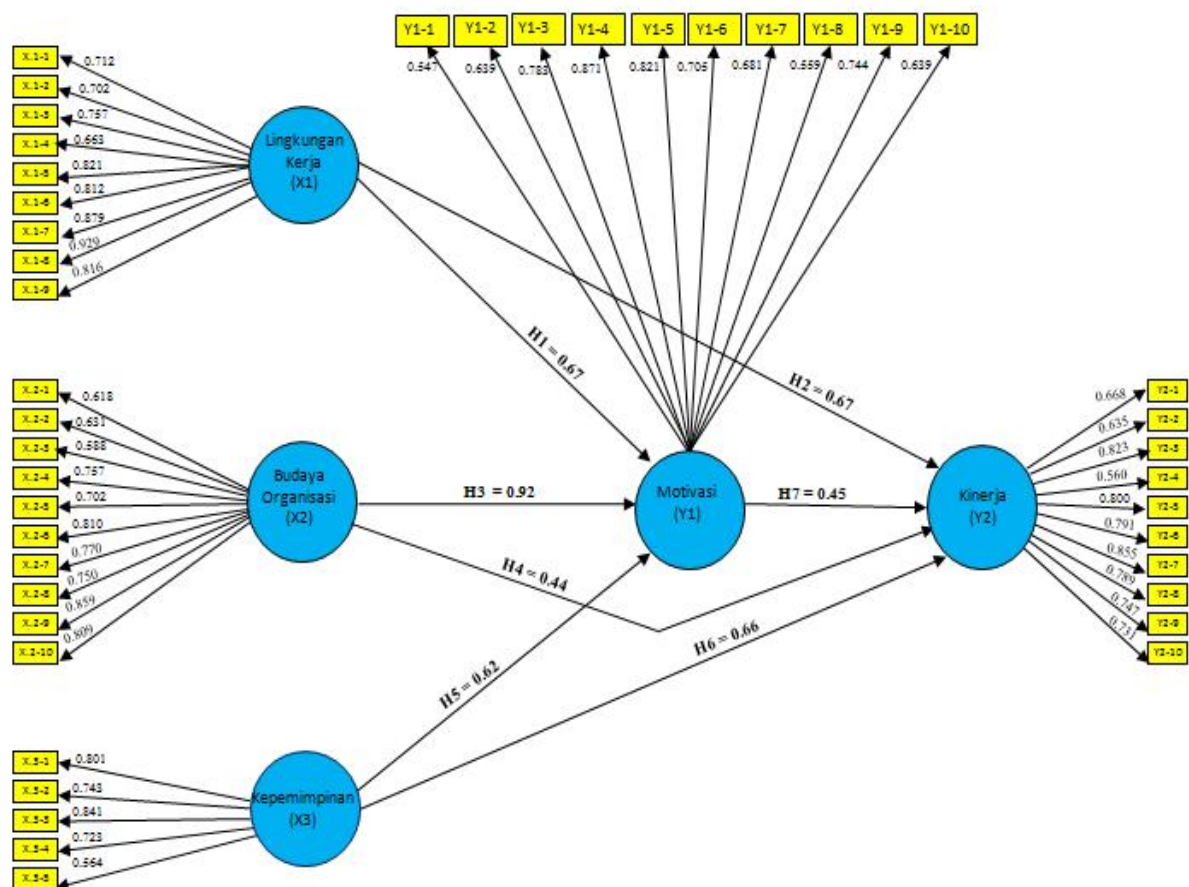
C. Konfersi Diagram Jalur dalam Model Struktural Berdasarkan Data Empirik.

Konversi diagram jalur kedalam model struktural dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi.

Direct

	Effect		
	Direct	Indirect	Total
Lingkungan Kerja terhadap Motivasi	0.67	-	0.67
Lingkungan Kerja terhadap Kinerja	0.67	-	0.67
Budaya Organisasi terhadap Motivasi	0.92	-	0.92
Budaya Organisasi terhadap Kinerja	0.44	-	0.44
Kepemimpinan terhadap Motivasi	0.62	-	0.62
Kepemimpinan terhadap Kinerja	0.66	-	0.66
Motivas terhadap Kinerja	0.45	-	0.45

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh dominan terhadap masing-masing variabel secara langsung adalah pada variabel budaya organisasi terhadap motivasi yaitu sebesar 0.92.



5.5. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, maka pada bagian ini akan dibahas hasil perhitungan yang telah dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan dan motivasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak. Pengujian ditunjukkan melalui hipotesis yang ada sehingga dapat mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel yang lainnya.

5.5.1. Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap Motivasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi. Ini artinya lingkungan kerja yang diukur melalui sembilan indikator, yaitu kursi dan meja (X1.1), temperatur (X1.2), kelembapan (X1.3), sirkulasi udara (X1.4), pencahayaan (X1.5), bau tidak sedap (X1.6), hubungan dengan rekan kerja (X1.7), hubungan dengan atasan (X1.8), dan hubungan dengan bawahan (X1.9) berpengaruh terhadap motivasi. Hal ini memberikan petunjuk bahwa hipotesis diterima. Dengan adanya lingkungan kerja yang baik di KPU Kabupaten Siak maka akan meningkatkan motivasi pegawai dalam bekerja.

Hasil ini dibuktikan pada hasil analisis deskriptif, dimana lingkungan kerja memiliki nilai 0,67 atau 67%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa lingkungan kerja merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar terciptanya motivasi kerja yang tinggi bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

Menurut (Sedarmayanti, 2014), lingkungan kerja dapat diukur melalui sepuluh indikator yaitu kursi dan meja (X1.1), temperatur (X1.2), kelembapan (X1.3), sirkulasi udara (X1.4), pencahayaan (X1.5), bau tidak sedap (X1.6), hubungan dengan rekan kerja (X1.7), hubungan dengan atasan (X1.8), dan hubungan dengan bawahan (X1.9).

Dapat dijelaskan pengaruh kelima indikator lingkungan kerja terhadap motivasi kerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut:

A. Kursi dan meja

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator kursi dan meja. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,71 atau 71%. Artinya hubungan ketersediaan kursi dan meja bagi pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

B. Temperatur

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator temperatur. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai suhu ataupun temperatur diruangan kerja saya mendukung dalam menyelesaikan tugas sehingga membuat saya nyaman dalam melaksanakan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,70 atau 70%. Artinya hubungan ketersediaan temperatur udara dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

C. Kelembapan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator kelembapan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat kerja saya memiliki kelembapan yang cukup sehingga terasa nyaman dalam pengerjaan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,75 atau 75%. Artinya faktor kelembapan dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

D. Sirkulasi Udara

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator sirkulasi udara. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat kerja saya memiliki sirkulasi udara yang baik dengan tersedianya jendela maupun tanaman yang menyejukan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,66 atau 66%. Artinya faktor sirkulasi udara dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

E. Pencahayaan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator pencahayaan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada

pernyataan mengenai ruangan ditempat saya bekerja terdapat penerangan yang cukup sehingga memudahkan dalam menyelesaikan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,82 atau 82%. Artinya faktor kelembapan dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

F. Bau tidak sedap

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator bau tidak sedap. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat saya bekerja tercium bau-bau yang tidak sedap yang dapat mengganggu kenyamanan dalam bekerja.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya faktor bau tidak sedap sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

G. Hubungan dengan rekan kerja

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan rekan kerja. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai dalam bekerja menyelesaikan tugas, saya merasa dapat bekerja sama dengan teman kerja dengan baik.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,88 atau 88%. Artinya faktor hubungan dengan rekan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

H. Hubungan dengan atasan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan atasan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai dalam bekerja saya merasa atasan memperhatikan dan membantu saya dalam penyelesaian tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,93 atau 93%. Artinya faktor hubungan dengan atasan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

I. Hubungan dengan bawahan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan bawahan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya merasa hubungan kerja antar atasan dan bawahan baik dan tidak kaku.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,82 atau 82%. Artinya faktor hubungan dengan bawahan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

5.5.2. Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil analisis data menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja. Ini artinya lingkungan kerja yang diukur melalui sembilan indikator, yaitu kursi dan meja (X1.1), temperatur (X1.2), kelembapan (X1.3), sirkulasi udara (X1.4), pencahayaan (X1.5), bau tidak sedap (X1.6), hubungan dengan rekan kerja (X1.7), hubungan dengan atasan (X1.8), dan hubungan dengan bawahan (X1.9) berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini memberikan petunjuk bahwa hipotesis diterima.

Dapat dijelaskan pengaruh kelima indikator lingkungan kerja terhadap kinerja kerja pegawai KPU Kab. Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut :

A. Kursi dan meja

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator kursi dan meja. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,71 atau 71%. Artinya hubungan ketersediaan kursi dan meja bagi pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

B. Temperatur

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator temperatur. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai suhu ataupun temperatur diruangan kerja saya mendukung dalam menyelesaikan tugas sehingga membuat saya nyaman dalam melaksanakan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,70 atau 70%. Artinya hubungan ketersediaan temperatur udara dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

C. Kelembapan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator kelembapan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat kerja saya memiliki kelembapan yang cukup sehingga terasa nyaman dalam pengerjaan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,75 atau 75%. Artinya faktor kelembapan dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

D. Sirkulasi Udara

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator sirkulasi udara. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat kerja saya memiliki sirkulasi udara yang baik dengan tersedianya jendela maupun tanaman yang menyejukkan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,66 atau 66%. Artinya faktor sirkulasi udara dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

E. Pencahayaan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator pencahayaan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat saya bekerja terdapat penerangan yang cukup sehingga memudahkan dalam menyelesaikan tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,82 atau 82%. Artinya faktor kelembapan dalam tiap ruangan kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

F. Bau tidak sedap

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator bau tidak sedap. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai ruangan ditempat saya bekerja tercium bau-bau yang tidak sedap yang dapat mengganggu kenyamanan dalam bekerja. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya faktor bau tidak sedap sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

G. Hubungan dengan rekan kerja

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan rekan kerja. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai dalam bekerja menyelesaikan tugas, saya merasa dapat bekerja sama dengan teman kerja dengan baik.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,88 atau 88%. Artinya faktor hubungan dengan rekan kerja berpengaruh terhadap kinerja kerja pegawai.

H. Hubungan dengan atasan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan atasan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai dalam bekerja saya merasa atasan memperhatikan dan membantu saya dalam penyelesaian tugas.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,93 atau 93%. Artinya faktor hubungan dengan atasan berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

I. Hubungan dengan bawahan

Lingkungan kerja dipengaruhi oleh indikator hubungan dengan bawahan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai lingkungan kerja, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya merasa hubungan kerja antar atasan dan bawahan baik dan tidak kaku. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,82 atau 82%. Artinya faktor hubungan dengan bawahan berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

5.5.3. Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Motivasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap motivasi. Ini artinya budaya organisasi yang diukur melalui sepuluh indikator, yaitu inisiatif individual (X2.1),

toleransi terhadap tindakan berisiko (X2.2), *direction* (arah) (X2.3), integrasi (X2.4), dukungan dari manajemen (X2.5), kontrol (X2.6), identitas (X2.7), sistem imbalan (X2.8), toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka (X2.9), dan pola-pola komunikasi (X2.10) berpengaruh terhadap motivasi. Hasil ini dibuktikan pada hasil analisis deskriptif, dimana budaya organisasi memiliki nilai 0,92 atau 92%. Hal ini mengidentifikasi bahwa budaya organisasi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar terciptanya motivasi kerja yang baik bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

Dapat dijelaskan pengaruh kesepuluh indikator budaya organisasi terhadap motivasi kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil di lapangan adalah sebagai berikut:

A. Inisiatif individual

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya inisiatif individual dari setiap pegawai. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya diberikan kesempatan berinisiatif sendiri untuk menyelesaikan pekerjaan organisasi.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,62 atau 62%. Artinya tingkat inisiatif individu pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

B. Toleransi terhadap tindakan berisiko

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya toleransi terhadap tindakan berisiko dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya diberikan kesempatan melakukan inovasi dalam pekerjaan yang berisiko.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,63 atau 63%. Artinya tindakan berisiko dalam melaksanakan tugas bagi pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

C. Arah (*direction*)

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator arah (*direction*) dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai pimpinan mengarahkan kinerja saya agar sesuai dengan aturan organisasi.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,59 atau 59%. Artinya indikator arah (*direction*) dalam melaksanakan tugas bagi pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

D. Integrasi

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator integritas yang dimiliki pegawai KPU Kabupaten Siak dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai berapa besar integritas pegawai KPU Kabupaten Siak dalam mendorong terciptanya kesatuan persepsi untuk mencapai visi dan misi KPU Kabupaten Siak.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,76 atau 76%. Artinya indikator integritas pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

E. Dukungan dari manajemen

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya dukungan dari manajemen KPU Kabupaten Siak terhadap pegawai dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai berapa besar dukungan dari manajemen terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak dalam menciptakan komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,70 atau 70%. Artinya indikator dukungan dari manajemen terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

F. Control

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya kontrol atau pengawasan berdasarkan peraturan kepegawaian dalam melaksanakan tugas. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya indikator kontrol terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

G. Identitas

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator identitas pegawai. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai sejauhmana pegawai dapat melakukan identifikasi dirinya sendiri, kelompok sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,77 atau 77%. Artinya indikator identitas terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

H. Sistem imbalan

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator sistem imbalan yang diterima oleh pegawai. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai pimpinan selalu memberikan reward kepada pegawai yang berprestasi dalam menyelesaikan tugasnya.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,75 atau 75%. Artinya adanya sistem imbalan yang diterima oleh setiap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

I. Toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka

Budaya organisasi dipengaruhi oleh toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,86 atau 86%. Artinya indikator toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

J. Pola-pola komunikasi

Budaya organisasi dipengaruhi oleh pola-pola komunikasi antara pimpinan dengan bawahan. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya indikator pola-pola komunikasi terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

5.5.4. Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil analisis data menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja. Ini artinya budaya organisasi yang diukur melalui sepuluh indikator, yaitu inisiatif individual (X2.1), toleransi terhadap tindakan berisiko (X2.2), *direction* (arah) (X2.3), integrasi (X2.4), dukungan dari manajemen (X2.5), kontrol (X2.6), identitas (X2.7), sistem imbalan (X2.8), toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka (X2.9), dan pola-pola komunikasi (X2.10) berpengaruh terhadap kinerja.

Hasil ini dibuktikan pada hasil analisis deskriptif, dimana budaya organisasi memiliki nilai 0,44 atau 44%. Hal ini mengidentifikasi bahwa budaya organisasi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar terciptanya kinerja yang baik bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

Dapat dijelaskan pengaruh sepuluh indikator budaya organisasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut:

A. Inisiatif individual

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya inisiatif individual dari setiap pegawai. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya diberikan kesempatan berinisiatif sendiri untuk menyelesaikan pekerjaan organisasi.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,62 atau 62%. Artinya tingkat inisiatif individu pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

B. Toleransi terhadap tindakan berisiko

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya toleransi terhadap tindakan berisiko dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai saya diberikan kesempatan melakukan inovasi dalam pekerjaan yang berisiko.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,63 atau 63%. Artinya tindakan berisiko dalam melaksanakan tugas bagi pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

C. Arah (*direction*)

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator arah (*direction*) dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan

setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai pimpinan mengarahkan kinerja saya agar sesuai dengan aturan organisasi.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,59 atau 59%. Artinya indikator arah (*direction*) dalam melaksanakan tugas bagi pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

D. Integrasi

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator integritas yang dimiliki pegawai KPU Kabupaten Siak dalam melaksanakan tugas. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,76 atau 76%. Artinya indikator integritas pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

E. Dukungan dari manajemen

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya dukungan dari manajemen KPU Kabupaten Siak terhadap pegawai dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai berapa besar dukungan dari manajemen terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak dalam menciptakan komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,70 atau 70%. Artinya indikator dukungan dari manajemen terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

F. Control

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator adanya kontrol atau pengawasan berdasarkan peraturan kepegawaian dalam melaksanakan tugas. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai pimpinan mengawasi perilaku saya dalam bekerja.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya indikator kontrol terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

G. Identitas

Budaya organisasi dipengaruhi oleh indikator identitas pegawai. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai sejauhmana pegawai dapat melakukan identifikasi dirinya sendiri, kelompok sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,77 atau 77%. Artinya indikator identitas terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

H. Sistem imbalan

Pegawai yang ada di KPU Kabupaten Siak memperoleh gaji yang bersumber dari APBN. Dimana besaran gaji yang diterima berdasarkan pangkat, golongan dan masa kerja setiap pegawai yang masing-masing pasti berbeda. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2015 tentang Peraturan Gaji Pegawai Negeri Sipil. Dalam hal ini permasalahan pengajian PNS sudah diatur oleh negara, sehingga mau tidak mau setiap pegawai negeri sipil wajib menerimanya.

Disamping gaji yang diterima setiap bulannya terdapat tambahan penghasilan yang diterima oleh setiap pegawai KPU Kabupaten Siak yang disebut dengan tunjangan kinerja (*remonerasi*) yang besarannya sesuai dengan grade pekerjaan. Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,75 atau 75%. Artinya adanya sistem imbalan yang diterima oleh setiap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

I. Toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka

Budaya organisasi dipengaruhi oleh toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai jika terjadi hambatan ketika melakukan pekerjaan yang tingkat kesulitannya lebih tinggi, pimpinan selalu memberikan bantuan kepada saya.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,86 atau 86%. Artinya indikator toleransi terhadap konflik dan kritik secara terbuka terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

J. Pola-pola komunikasi

Budaya organisasi dipengaruhi oleh pola-pola komunikasi antara pimpinan dengan bawahan. Dari hasil jawaban kuesioner para responden mengenai budaya organisasi, jawaban sangat setuju dan setuju banyak dipilih pada pernyataan mengenai pimpinan melakukan komunikasi yang baik kepada saya dalam mendelegasikan pekerjaan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,81 atau 81%. Artinya indikator pola-pola komunikasi terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

5.5.5. Kepemimpinan berpengaruh terhadap Motivasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap motivasi. Ini artinya kepemimpinan yang diukur melalui lima indikator, yaitu hubungan pemimpin dengan anggota (X3.1), tingkat kepatuhan (X3.2), kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pemimpin (X3.3), struktur tugas (X3.4) dan kekuatan posisi (X3.5). Dengan adanya pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan terhadap pegawainya dalam bekerja, maka pegawai termotivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik. Hasil ini dibuktikan pada hasil analisis deskriptif, dimana kepemimpinan memiliki nilai 0,62 atau 62%. Hal ini mengidentifikasi bahwa kepemimpinan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar terciptanya kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak yang baik. Dengan mewujudkan kepemimpinan yang memperhatikan pegawainya maka akan terciptanya motivasi kerja yang tinggi.

Dapat dijelaskan pengaruh kelima indikator kepemimpinan terhadap motivasi kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut:

A. Hubungan pemimpin dengan anggota

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,80 atau 80%. Artinya hubungan pemimpin dengan anggota/ pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

B. Tingkat kepatuhan

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,74 atau 74%. Artinya tingkat kepatuhan pegawai KPU Kabupaten Siak terhadap pimpinan sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

C. Kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pemimpin

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,84 atau 84%. Artinya tingkat kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pimpinan pegawai KPU Kabupaten Siak terhadap pimpinan sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

D. Struktur tugas

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,72 atau 72%. Artinya struktur tugas setiap pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

E. Kekuatan posisi

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,56 atau 56%. Artinya kekuatan posisi setiap pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

5.5.6. Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kinerja

Hasil ini dibuktikan pada hasil analisis deskriptif, dimana kepemimpinan memiliki nilai 0,66 atau 66%. Hal ini mengidentifikasi bahwa kepemimpinan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar terciptanya kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak yang baik. Dengan mewujudkan kepemimpinan yang memperhatikan pegawainya maka akan terciptanya suatu tim kerja yang solid.

Dapat dijelaskan pengaruh kelima indikator kepemimpinan terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut:

A. Hubungan pemimpin dengan anggota

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarannya adalah 0,80 atau 80%. Artinya hubungan pemimpin dengan anggota/ pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

B. Tingkat kepatuhan

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,74 atau 74%. Artinya tingkat kepatuhan pegawai KPU Kabupaten Siak terhadap pimpinan sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

C. Kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pemimpin

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,84 atau 84%. Artinya tingkat kepercayaan dan rasa hormat anggota terhadap pimpinan pegawai KPU Kabupaten Siak terhadap pimpinan sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

D. Struktur tugas

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,72 atau 72%. Artinya struktur tugas setiap pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

E. Kekuatan posisi

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,56 atau 56%. Artinya kekuatan posisi setiap pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

5.5.7. Motivasi berpengaruh terhadap Kinerja

Menurut (Frederick Herzberg dalam Gitosudarmo dan Suditoi, 2008), motivasi dapat diukur melalui sepuluh indikator yaitu Kesesuaian gaji dengan pekerjaan (Y1.1), dukungan sesama rekan kerja (Y1.2), Kesesuaian jaminan sosial (Y1.3), ruang kerja yang nyaman (Y1.4), fasilitas yang memadai (Y1.5), prestasi (Y1.6), penghargaan (Y1.7), tanggung jawab (Y1.8), promosi jabatan (Y1.9), dan kesesuaian pekerjaan (Y1.10).

Dapat dijelaskan pengaruh kesepuluh indikator Motivasi terhadap kinerja pegawai KPU Kabupaten Siak dengan praktek riil dilapangan adalah sebagai berikut:

A. Kesesuaian Gaji dengan pekerjaan.

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,55 atau 55%. Artinya kesesuaian gaji dengan pekerjaan memang berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

B. Dukungan Sesama Rekan Kerja

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,64 atau 64%. Artinya dukungan sesama rekan kerja memang sangat dibutuhkan untuk menciptakan motivasi kerja pegawai KPU Kabupaten Siak.

C. Kesesuaian jaminan sosial

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,78 atau 78%. Artinya kesesuaian jaminan sosial untuk pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

D. Ruang Kerja Yang Nyaman

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,87 atau 87%. Artinya ruangan kerja yang nyaman bagi pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

E. Fasilitas yang memadai

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,82 atau 82%. Artinya fasilitas yang memadai bagi pegawai KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

F. Prestasi

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,70 atau 70%. Artinya prestasi yang diperoleh KPU Kabupaten Siak sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai.

G. Penghargaan

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,68 atau 68%. Artinya penghargaan sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

H. Tanggung jawab

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,55 atau 5%. Artinya rasa tanggungjawab berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

I. Promosi jabatan

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,74 atau 74%. Artinya promosi jabatan yang diberikan kepada pegawai akan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

J. Kesesuaian pekerjaan

Jika dilihat dari diagram jalur dalam penelitian ini besarnya adalah 0,64 atau 64%. Artinya kesesuaian pekerjaan yang diperoleh pegawai berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai bagi pegawai KPU Kabupaten Siak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data serta pembahasannya yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja, artinya adalah dengan adanya lingkungan kerja yang baik maka akan dapat meningkatkan motivasi kerja para pegawai, dalam hal ini adalah lingkungan kerja pada sekretariat KPU Kabupaten Siak.
2. Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik lingkungan kerja pada suatu instansi/lembaga, maka semakin tinggi capaian kinerja pegawai, dalam hal ini adalah kinerja para pegawai dilingkungan sekretariat KPU Kabupaten Siak.
3. Budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai. Artinya budaya organisasi yang diciptakan mampu memberikan motivasi yang tinggi didalam meningkatkan kinerja pegawai pada sekretariat KPU Kabupaten Siak.
4. Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik budaya organisasi yang diciptakan akan dapat berpengaruh terhadap kinerja pegawai tersebut.
5. Kepemimpinan berpengaruh terhadap motivasi kerja, artinya jika seorang pemimpin mampu mengambil suatu kebijakan dan dapat mengaplikasikan sesuai dengan aturan serta menjalin hubungan antara atasan dengan bawahan, maka akan terciptanya motivasi kerja yang tinggi terhadap pegawai KPU Kabupaten Siak.
6. Kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja, artinya tingginya hasil kerja yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya menunjukkan adanya pembagian tugas yang jelas dari seorang pemimpin.
7. Motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Dengan kata lain tingginya kinerja yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan motivasi kerja yang dimiliki, akan menunjukkan kinerja yang baik.

Saran

Sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat diberikan beberapa saran, untuk meningkatkan kinerja pegawai, yaitu :

1. Bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan menjadi acuan atau tambahan referensi perkuliahan khususnya dalam pembahasan mengenai pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, dan kepemimpinan terhadap motivasi yang berimplikasi terhadap kinerja pegawai pada suatu instansi/organisasi.
2. Bagi organisasi publik atau pemerintahan, diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi atau masukan bagi organisasi publik/pemerintahan didalam membuat suatu kebijakan, berkenaan dengan pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai.
3. Bagi peneliti, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan maupun rujukan terhadap pengaruh lingkungan kerja, budaya organisasi, motivasi dan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai sesuai dengan fenomena-fenomena yang berhubungan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafarudin. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisikedua. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Anggara dan Suhendi. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, S. 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bernardin, H. John dan Joyce E.A., Rusel. 1995. *Human Resources Management*. Singapore. McGraw Hill Inc.
- Buhler, Patricia, 2004, *Alpa Teach Yourself Management Skill*, Edisi Pertama. Diterjemahkan oleh Sugeng Haryanto, Sukono Mukidi, M. Rudi Atmoko. Jakarta.
- Cecilia Engko (2008) Tentang Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual Dengan *Self Esteem* Dan *Self Efficacy* Sebagai Variabel *Intervening* Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 10, No. 1, April 2008, 1 - 12
- Dessler, G., 2007. *Manajemen SDM*, Terjemahan Eli Tanya, Edisi IX. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Dewi, Eva. 2009. Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja dan motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Karyawan Outsourcing PT. Semeru Karya Buana Semarang). Tesis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hersey, Paul and Kenneth Blanchard. 1994. *Manajemen Perilaku Organisasi Pendayagunaan Sumber Daya Manusia*. Terjemahan Agus Dharma. Jakarta. Erlangga.
- John M Ivancevich, 2006, *Human Resource Management*, Eight Edition, (New York : McGraw Hill : LP3ES).
- J. Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan. Organisasi Non Profit*. Grasindo. Jakarta
- Ketut Gunawan (2008) Pengaruh Budaya Organisasi, kepuasan Kerja dan Motivasi kerja terhadap Gaya Kepemimpinan dan Kinerja Organisasi (Studi pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Bali. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Singaraja Bali
- Nastiti Mintje (2013) Pengaruh TQM, Sistem Penghargaan Dan Sistem Pengukuran.

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS)BERKAH DANA FADHLILLAH DI KABUPATEN KAMPAR PROVINSI RIAU

Yusriadi, Helwen Heri
Magister Manajemen Universitas Lancang Kuning

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* yang variabelnya meliputi *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan berapa persen ketiga variabel tersebut menjelaskan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Dengan menggunakan alat analisa regresi berganda, di peroleh hasil variable *financial benefit* berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $8,763 > t$ Tabel $1,9796$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel *social benefit* hasilnya berpengaruh secara negatif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $2,234 > t$ Tabel $1,9796$, nilai t hitung negatif, dan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$. Variabel *structural benefit* hasilnya berpengaruh secara negatif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $2,332 > t$ Tabel $1,9796$, nilai t hitung negatif, dan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$. Untuk nilai F sebesar $29,105 > F$ Tabel sebesar $2,68$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai determinasi nya yang di sesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar $0,403$ atau sebesar $40,3 \%$. Dari analisis data, secara parsial hasilnya *financial benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. *Social benefit* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. *Social benefit* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara simultan *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Financial Benefit, Social Benefit, Structural Benefit* dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study was to determine the effect of relationship marketing that includes the benefits of the financial variables, social benefits variable and benefits of structural variables customer loyalty simultaneously, and to analyze the relationship marketing that include financial gain variables, social benefits variables and structural variables benefits for customer loyalty in partial, as well as to analyze the variables that dominate loyalty. The customer data analysis results prove that the benefits of relationship marketing that includes a financial variable, the variable social benefits, and the benefits of structural variables simultaneously affect customer loyalty. the benefits of relationship marketing that includes a financial variable, the variable social benefits, and the benefits of structural variables affect customer loyalty partially. By using multiple regression analysis, the results obtained financial benefit variable effect on customer loyalty with a t value of $5,005 > t$ table 1.9775 and the significant value of $0.000 < 0.05$. Similarly for the structural variables affect the outcome benefits of customer loyalty with a t value $3.907 > t$ table 1.9775 and the significant value of $0.000 < 0.05$. While social benefits have no effect on customer loyalty with the t value of $- 329 < t$ table 1.9775 and a significance value of $0.743 > 0.05$.

Keywords : *Financial Benefit, Social Benefit, Structural Benefit dan Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang implementasinya sudah di mulai pada tahun 2016, tentunya menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas dan daya saing nya. Pasar tunggal (MEA) mengharuskan entitas bisnis di Indonesia untuk merubah, menyesuaikan visi, misi, *corporate/ business strategic*, dan *operational strategic* dengan kondisi baru agar dapat berkembang dan memenangi persaingan. Perusahaan akan survive jika mampu melakukan strategi bisnis yang tepat, cepat, efisien dan efektif dalam menghadapi berbagai perubahan yang terus terjadi.

Kotler dan Keller (2009) menyebutkan bahwa satu diantara sejumlah faktor utama yang sangat berperan dalam keunggulan bersaing pada situasi yang penuh kompetisi adalah meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi merupakan keunggulan bersaing yang berjangka panjang dan berkelanjutan. Oleh karena itu upaya yang paling tepat bagi

perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sebab untuk mendapatkan pelanggan baru ditinjau dari segi biaya lebih mahal dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Memenangkan dan menjagaloalitas pelanggan bukanlah perkara yang mudah, perusahaan harus memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dimasa sekarang dan di masa yang akan datang. Dalam hal ini pelanggan diasumsikan telah memiliki pengetahuan dan informasi yang berkaitan dengan keputusan pembeliannya, pengetahuan dan informasi yang didapat bisa melalui citra iklan perusahaan atau informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) antar sesama pelanggan. Melalui informasi yang dimiliki, pelanggan akan membandingkan antara produk satu dengan produk lainnya. Terdapatnya banyak pilihan produk dan jasa yang memungkinkan pelanggan untuk memilih yang terbaik, diantaranya dari sisi harga, kualitas maupun pelayanan ikut berpengaruh terhadap loyaltitas pelanggan.

Terdapat keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal (Griffin 2009), diantaranya biaya pemasaran menjadi berkurang dimana biaya pengambilalihan pelanggan lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan. Biaya transaksi menjadi lebih rendah, seperti negosiasi kontrak dan pemrosesan order. Biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi berkurang (lebih sedikit pelanggan hilang yang harus digantikan). Keberhasilan *crossselling* menjadi meningkat, menyebabkan pangsa pelanggan yang lebih besar. Pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas. Biaya kegagalan menjadi menurun pengurangan pengerjaan ulang, klaim garansi, dan sebagainya

Salah satu strategi yang di terapkan perusahaan dalam menjaga loyaltitas pelanggan adalah dengan melakukan *relationship marketing*. Implementasi dari *relationship marketing* di sebut oleh Kotler dan Armstrong (2009) adalah sebagai proses menciptakan, menjaga, dan meningkatkan hubungan yang kuat bernilai tinggi dengan pelanggan. Dengan kata lain *relationship marketing* merupakan suatu upaya yang terintegrasi untuk mengidentifikasi, mempertahankan, dan membangun jaringan kerja dengan pelanggan. Jaringan tersebut harus di perkuat agar memberikan manfaat bagi kedua belah pihak melalui kontak interaktif, bersifat individual dan memberikan nilai tambah untuk jangka panjang.

Relationship marketing merupakan kesadaran bahwa perusahaan perlu membina hubungan jangka panjang, *relationship marketing* bukan sekedar hubungan formal dengan pelanggan tetapi juga pertukaran emosi antara perusahaan dan pelanggan. Melalui *relationship marketing* diharapkan tercipta perilaku bisnis berulang atau *repetitive business behavior* antara perusahaan dengan pelanggan. Maka dengan demikian manfaat dari penerapan *relationship marketing* bagi perusahaan dalam konteks pelanggan (*customer*) maka customer perusahaan akan menjadi puas (*satisfied*), loyal (*loyalty*), bertahan (*retain*) dan menunjukan perilaku membeli ulang (*repeat purchase behavior*) terhadap produk perusahaan. Dalam konteks *financial* maka perusahaan akan bisa menurunkan biaya (*decrease cost*) dan meningkatkan *profitabilitas*. Dalam konteks organisasi dan bisnis maka perusahaan akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dan mampu untuk mengembangkan bisnisnya (*business growth*).

Padmakusumah (2015) menguraikan aktifitas *relationship marketing* pada perusahaan akan mampu menciptakan, menjaga dan meningkatkan hubungan dengan lingkungan *mikro stakeholder* perusahaan khususnya pelanggan. Dengan *relationship marketing* diharapkan manfaat dan kontribusi *stakeholder* khususnya pelanggan terhadap perusahaan dapat selalu dimaksimalkan, begitu juga sebaliknya. Manfaat dan kontribusi tersebut bersifat jangka panjang serta bersifat *finansial* maupun *nonfinansial*.

Kotler dan Armstrong (2009) mengungkapkan dimensi dari *strategi relationship marketing* adalah *financial benefit* sebagai pendekatan pertama menekankan bahwa perusahaan dapat membangun nilai dan kepuasan dalam bentuk sistem *ganjaran (reward system)* atas pembelian dan loyaltitas yang telah diberikan pelanggan. *Social benefit* adalah pendekatan kedua yang dilakukan guna menjalin hubungan sosial yang lebih akrab dengan pelanggan, di mana komunikasi dua arah dilaksanakan untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Structural benefit* merupakan pendekatan terakhir dalam upaya mengembangkan hubungan secara lebih mendalam dengan pelanggan, di mana pelanggan mendapatkan informasi yang bermanfaat dari perusahaan melalui sistem informasi yang dimiliki perusahaan.

Pelanggan yang puas dengan pelayanan perusahaan akan meningkatkan pembelian tidak hanya pembelian produk tetapi juga meningkatkan hubungan dengan perusahaan. Proses relationship marketing yang mencakup financial benefit, *social benefit* dan *structural benefit* akan mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan pendapatan, pertumbuhan, dan memperbaiki efisiensi pemasaran.

Chan dalam Apriliani, Kumadji dan Kusumawati (2014) mendefinisikan *relationship marketing* sebagai suatu pengenalan setiap pelanggan secara lebih dekat melalui penciptaan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan. Definisi tersebut menekankan pada komunikasi dua arah antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini berbeda dengan *direct marketing* yang menekankan pada aspek komunikasi satu arah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa fokus tujuan dari relationship marketing adalah membangun hubungan jangka panjang, memperbaiki tingkat kepuasan, meningkatkan loyalitas, dan mewujudkan harapan-harapan pelanggan serta memperlakukan pelanggan dengan lebih baik.

Dalam bisnis perbankan persaingan juga terus terjadi baik di Indonesia pada umumnya, di Provinsi Riau pada khususnya dan terlebih khusus lagi di kabupaten/kota se Provinsi Riau terus mengalami peningkatan. Bank-bank baru baik dari dalam dan dari luar negeri terus bermunculan merambah pasar perekonomian. Peningkatan ini jelas memaksa bank-bank yang telah ada sebelumnya untuk berupaya lebih maksimal lagi dalam merebut dan mempertahankan pelanggan yang ada, perusahaan perbankan dituntut untuk merancang suatu strategi *relationship marketing* yang baik untuk dapat merebut dan mempertahankan pelanggan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

Banyaknya pilihan perbankan mengakibatkan konsumen dapat bebas memilih jasa bank mana yang akan mereka pilih untuk digunakan, pesaing yang muncul dengan segala keunggulan produk yang dimiliki menyebabkan perusahaan kesulitan untuk merebut pasar baru, ditambah dengan adanya kemungkinan konsumen akan berpindah ke perusahaan lain karena keunggulan produk tadi.

Menyikapi kondisi di atas, maka banyak perusahaan berupaya untuk mencari alternatif strategi yang tepat dalam lapangan persaingan baru. Perusahaan pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya karena pelanggan yang loyal merupakan aset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan sesuai dengan definisi yang dipaparkan Griffin dalam Abdul Musowir (2010) yang mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai berikut "*loyalty is defined as non random purchase expressed overtime by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Melihat kondisi tersebut, maka upaya yang dilakukan oleh suatu bank untuk mempertahankan nasabahnya dimaksudkan agar nasabah mau kembali dan membeli produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Mempertahankan pelanggan adalah salah satu faktor dari peningkatan keuntungan, hal ini didasarkan pada hasil penelitian Winer bahwasanya jika perusahaan berhasil mendorong *retensi* (tingkat belanja ulang) 1% saja dari jumlah pelanggan lama, perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan keuntungan sebesar 5%, Housny dalam Abdul Musowir (2011).

Dalam penulisan tesis ini, penulis melakukan penelitian tentang pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar.

Berikut ini data jumlah nasabah produk pembiayaan, tabungan dan total nilai rekening di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar.

**Tabel Jumlah Nasabah Pembiayaan
PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar -
Tahun 2012-2016**

NO	NAMA REKENING	JUMLAH NASABAH				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	MURABAHAH	968	842	819	494	396
2	MUDHARABAH	-	1	1	-	-
3	MULTI JASA	-	2	6	6	4
4	QARD	12	28	29	16	6
TOTAL		980	873	855	516	406

Sumber : PT.BPRS Berkah Dana Fadhlillah

Dari tabel di atas tergambar jelas bahwa jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar mengalami penurunan secara terus menerus selama kurun waktu Lima tahun sehingga ini menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dilakukan penelitian tentang pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah.

Berikut ini adalah beberapa tabel dari penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* sebagai dimensi *relationship marketing*.

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	
			Uji t	Sig
1	Nur Asnawi dan Abdul Musowir (2010)	Relationship Marketing dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BRI Syariah Malang)	Financial Benefit 1,947 < 1,989 Social Benefit 4,241 > 1,989 Structural Benefit 3,651 > 1,989	Financial Benefit 0,055 > 0,05 Social Benefit 0,00 < 0,05 Structural Benefit 0,00 < 0,05
INTERPRESTASI		<i>Financial benefit</i> tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>social benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>structural benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah		
SUMBER		Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol.14 No.2, Mei 2010 : 319-328		

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	
			Uji t	Sig
2	Citrawisari dan Fivi Rahmatus Sofiyah (2013)	Pengaruh Implementasi Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan BNI Biro Rektor Usu Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Ekonomi Universitas Sumatera Utara)	Financial Benefit 1,548 < 1,989 Social Benefit 1,857 > 1,989 Structural Benefit -1,546 < 1,989	Financial Benefit 0,125 > 0,05 Social Benefit 0,067 > 0,05 Structural Benefit 0,260 > 0,05
INTERPRESTASI		<i>Financial benefit</i> tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>social benefit</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>structural benefit</i> tidak berpengaruh dengan arah negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah		
SUMBER		www.jurnal.usu.ac.id		

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	
			Uji t	Sig
3	Franky Susanto dan Hatane Samuel (2013)	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Mitra 10 Surabaya	Financial Benefit 2,184 > 1,989 Social Benefit 2,73 > 1,989 Structural Benefit 4,519 > 1,989	Financial Benefit 0,031 < 0,05 Social Benefit 0,007 < 0,05 Structural Benefit 0,00 < 0,05
INTERPRESTASI		<i>Financial benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>social benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>structural benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah		
SUMBER		JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 1, (2013) 1-15		

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	
			Koefisien Regresi	Sig
4	Lia Rachmawati (2015)	Pengaruh Pemasaran Hubungan (<i>Relationship Marketing</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) Yang Dimoderasi Oleh Jenis Kelamin (<i>Gender</i>) (Studi pada konsumen Excelso Cafe di Kota Malang)	Financial Benefit 0,406 Social Benefit -0,099 Structural Benefit 0,556	Financial Benefit 0,00 < 0,05 Social Benefit 0,123 > 0,05 Structural Benefit 0,00 < 0,05
INTERPRESTASI		<i>Financial benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>social benefit</i> tidak berpengaruh dengan arah negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>structural benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah		
SUMBER		Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, jimfeb.ub.ac.id		

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL	
			Koefisien Regresi	Sig
5	Andhy Prasetyo Wibowo, Srikandi Kumadji dan Wasis A. Latief (2015),	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Savana Hotel dan Convention Malang)	Financial Benefit 0,337 Social Benefit 0,419 Structural Benefit 0,348	Financial Benefit 0,00 < 0,05 Social Benefit 0,00 < 0,05 Structural Benefit 0,00 < 0,05
INTERPRESTASI		<i>Financial benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>social benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, <i>structural benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah		
SUMBER		Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 2 Mei 2015 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id		

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas, terdapat *reserch gap* pada dimensi *relationship marketing* pada variabel *financial benefit*, *social benefit*, dan *structural benefit* dimana antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lain mendapatkan hasil yang berbeda-beda, sehingga ini menjadi salah satu dasar bagi penulis melakukan penelitian tentang pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar”.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar.

TINJAUAN PUSTAKA

Kotler dan Amstrong dalam Susanto dan Samuel (2013) meyebutkan bahwa *relationship marketing* adalah alat pemasaran yang dapat di pakai untuk mengikat pelanggan secara lebih kuat melalui pendekatan *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit*. Berikut ini penjelasan dari

masing-masing dimensi *relationship marketing* yang sesuai dengan variabel penulisan tesis ini yakni *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit*.

Financial Benefit

Boone dan Kurtz dalam Asnawi dan Musowir, (2010) menyatakan bahwa *relationship marketing* dapat dikembangkan melalui tiga tahapapan yakni *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit*. *Financial benefit* adalah pendekatan pertama untuk membangun suatu hubungan, pelanggan mendapatkan manfaat keuangan. Manfaat keuangan yang dimaksud yaitu perusahaan memberikan insentif harga kepada pelanggan sehingga memberikan keuntungan bagi pelanggan. Hal ini dilakukan dengan memberikan *reward* dalam bentuk harga khusus, diskon, atau pemberian *voucher* yang dimaksudkan agar pelanggan mendapatkan penghematan biaya. Pada tingkatan pertama ini dapat memotivasi pelanggan untuk mengadakan hubungan dengan perusahaan tetapi kemungkinan untuk menciptakan hubungan dalam jangka panjang ialah rendah karena kelemahan pada tingkatan pertama ini adalah dapat ditiru oleh para pesaing.

Financial benefit merupakan penghematan biaya yang dikeluarkan oleh seorang pelanggan pada saat mereka membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan. *Financial benefit* yang diterima oleh konsumen dapat meningkatkan hubungan dengan penyedia layanan, dan penyedia layanan berpendapat bahwa ikatan *financial* merupakan motivasi dasar dalam membangun hubungan dengan penyedia layanan tersebut. Strategi ikatan keuangan dilaksanakan dengan menawarkan potongan atau pengurangan biaya kepada pelanggan.

Dimensi yang digunakan untuk mengukur pendekatan *financial benefit* perusahaan disebutkan (Farida 2008), yakni pemberian hadiah langsung kepada pelanggan sebagai wujud harapan perusahaan untuk menjalin hubungan baik kepada pelanggan. Tindakan ini dilakukan untuk menyenangkan hati pelanggan. Hadiah yang diberikan dapat berupa bingkisan atau *gift*. Pemberian poin kumulatif diberikan sebagai salah satu usaha perusahaan untuk menarik minat pelanggan dengan adanya hadiah tiap perolehan kumulatif tertentu, di sisi lain juga agar pelanggan selalu menggunakan jasa perusahaan di periode berikutnya. Pemberian hadiah secara undian diadakan tiap periode tertentu agar menarik minat pelanggan. Pada dasarnya pelanggan menyukai hadiah yang diberikan secara gratis.

Menurut Peterson dalam Susanto dan Samuel (2013) menyatakan bahwa penghematan atas uang yang dikeluarkan merupakan alasan dasar dalam mengadakan hubungan antara pelanggan dengan penyedia layanan. *Financial benefits* merupakan *relational benefit* tingkat pertama di mana penyedia layanan menggunakan insentif harga untuk mendorong pelanggan melakukan bisnis terus-menerus dengan penyedia layanan. *Financial benefits* dapat disebut juga *economic benefits*.

Social Benefit

Kotler dan Armstrong dalam Susanto dan Samuel (2013) menguraikan bahwa *social benefit* atau manfaat sosial merupakan cara perusahaan meningkatkan hubungan dengan mempelajari kebutuhan dan keinginan pelanggan, bahkan memberikan sesuatu yang sifatnya pribadi atau perindividu. Mengetahui secara lebih detail apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh para pelanggan tersebut. *Relationship marketing* pada dimensi *social benefit* adalah perusahaan tidak hanya menggunakan insentif harga, tetapi mencari suatu usaha untuk membangun ikatan sosial antara perusahaan dengan pelanggan. Interaksi yang dilakukan antara pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lainnya, dan persahabatan yang di bina sebaik interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan akan menghasilkan manfaat sosial, seperti mengingat nama pelanggan, berinteraksi dengan pelanggan, dan sikap karyawan terhadap pelanggan.

Pemberian manfaat sosial lebih menyentuh kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih personal. Di tingkat ini, hubungan dengan pelanggan tidak hanya tercipta karena insentif harga yang diberikan oleh pihak perusahaan, namun ada ikatan sosial bahkan persahabatan baik antar perusahaan dengan pelanggan, maupun antar pelanggan satu dengan pelanggan yang lainnya. Ikatan sosial digambarkan sejauh mana hubungan tertentu yang menghubungkan dan mempertahankan rasa emosional pembeli dan penjual.

Ikatan ini terdiri dari banyak aspek seperti keakraban, persahabatan, dukungan sosial dan interaksi antar personal. Dimensi yang digunakan untuk mengukur pendekatan sosial perusahaan disebutkan (Farida 2008), yakni perusahaan memberikan perhatian sebagai wujud untuk memelihara hubungan baik dengan pelanggan. Sekecil apapun perhatian yang diberikan, akan berpengaruh besar terhadap minat pelanggan. Pemeliharaan hubungan perusahaan terhadap pelanggan dalam wujud

pelayanan yang dilakukan oleh karyawan, misalnya karyawan membantu pelanggan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Interaksi dilakukan antara perusahaan terhadap pelanggan maupun sebaliknya. Tindakan ini dapat berupa pemberian saran maupun complaint oleh pelanggan, kemudian perusahaan merespon saran ataupun complaint yang telah diberikan oleh pelanggan dengan baik.

Social benefit mencakup perasaan kekeluargaan, pengakuan secara individual, dan dukungan sosial. Menurut Peterson dalam Susanto dan Semuel (2013) Ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar manfaat sosial yang diperoleh pelanggan adalah *Friendship* adalah hubungan yang erat antara penyedia layanan dengan pelanggan, dimana penyedia layanan mengenal pelanggan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa persahabatan sering terjadi dalam hubungan antara penyedia layanan dengan pelanggan dalam badan usaha jasa, yang merupakan bonus yang tidak nampak (*intangible*) sebagai layanan tambahan dari layanan inti, seperti mengingat nama konsumen. *Fraternization*, adalah perasaan kekeluargaan yang erat sebagai bagian dari hubungan yang di bangun dalam jangka panjang, seperti keramahan pegawai kepada konsumen. *Personal recognition*, adalah menerima apa adanya semua pola perilaku, emosi, dan motive yang unik dari pelanggan, seperti keluhan-keluhan pelanggan.

Menurut Lacey dan Morgan dalam Sumarwan (2012), *social content* dapat terbentuk dari adanya komunikasi dan kekeluargaan. Komunikasi dapat didefinisikan secara luas sebagai berbagai informasi bermakna dan tepat waktu antara perusahaan dengan pelanggan, baik secara formal maupun informal yang dapat mempercepat kepercayaan dengan membantu penyelesaian perselisihan serta menyamakan persepsi dan harapan pelanggan perusahaan. Ketika komunikasi terhambat, kemungkinan hubungan akan memburuk. Demikian juga yang terjadi dalam hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan sering kali mengacu pada keberadaan komunikasi sebagai bukti dari adanya sebuah hubungan.

Sumarwan (2012) mengungkapkan bahwa dalam penelitian Barnes tahun 1997 tentang *relationship marketing* menyimpulkan bahwa kepuasan yang di rasakan pelanggan ketika berhubungan dengan para pelaku bisnis sangat di pengaruhi oleh sentuhan emosi dari hubungan tersebut. Hal itu mengacu kepada frekuensi, pelanggan di buat merasakan emosi-emosi positif atau negatif ketika berhubungan dengan pelaku bisnis. Seseorang akan memahami hubungan dengan pelanggan apabila orang tersebut tahu taraf apa pelanggan itu bisa merasa santai, merasa di terima, senang, nyaman, dan menyukai kejutan atau bahkan kecewa, bingung, terabaikan dan merasa tidak penting.

Structural Benefit

Pendekatan ketiga untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan adalah melalui *structural benefit*. Dalam *structural benefit* perusahaan berusaha untuk membantu pelanggan dan selalu memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang diperlukan, sehingga pelanggan yang dibantu dan diperhatikan akan merasa sangat dihargai dan muncul rasa kepercayaannya kepada perusahaan.

Membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan *structural benefit* sehingga mempermudah pelanggan untuk bertransaksi dengan perusahaan. *Structural benefit* memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pelanggan. Dimensi yang digunakan untuk mengukur pendekatan *structural benefit* perusahaan disebutkan (Farida 2008), yakni pelayanan secara kelembagaan dilakukan perusahaan terhadap pelanggan berupa pelayanan terhadap nasabah nonperorangan, misalnya lembaga dan organisasi. Adanya organisasi penjamin simpanan masyarakat merupakan salah satu upaya perusahaan dalam meyakinkan pelanggan. Dengan adanya lembaga penjamin simpanan, pelanggan akan lebih yakin dan percaya untuk menyimpan harta di perusahaan tersebut. Teknologi informasi yang memadai merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mempermudah transaksi. Upaya ini berwujud adanya fasilitas internet. Segala kegiatan *relationship marketing* baik ikatan keuangan, sosial, maupun struktural bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Loyalitas Pelanggan

Sunyoto (2014) mengemukakan dari seluruh kegiatan yang di lakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya bermuara pada nilai yang akan di berikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang di rasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk yang di terima dan yang di harapkan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas

pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang di akibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis. Oliver dalam Hurriyati (2010) mengemukakan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku

Dharmmesta dalam Martini (2013) menyebutkan Loyalitas adalah respon perilaku/ pembelian yang bersifat bisa dan terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku beli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan didalamnya.

Griffin (2009) berpendapat bahwa seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal terhadap perusahaan apabila pelanggan tersebut menunjukkan indikator melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu sikap yang dimiliki oleh seorang pelanggan yang berwujud kepada kesetiaan terhadap perusahaan dengan bersedia melakukan pembelian secara berulang dimana volume pembeliannya semakin membesar serta mampu bertahan dari kegiatan pemasaran pesaing.

Menurut Nigel Hill dalam Sugiyono (2010) tingkat loyalitas pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Suspect*, meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan.
2. *Prospect*, adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*Word of Mouth*).
3. *Customer*, pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.
4. *Clients*, meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama dan mereka telah memiliki sifat retention.
5. *Advocates*, pada tahap ini, clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut.
6. *Partners*, pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dengan pelanggan, dan pada tahap ini pula pelanggan berani menolak barang/jasa dari perusahaan lain.

HIPOTESIS

Hipotesis 1

Financial Benefit berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis 2

Social Benefit berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis 3

Structural Benefit berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010) data kuantitatif merupakan suatu karakteristik dari suatu variabel yang nilai-nilainya di nyatakan dalam bentuk *numerical* dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dana Berkah Fadhlillah yang respondennya berasal dari nasabah Kantor Pusat Air Tiris dan di Tiga Kantor Kas yakni Pekanbaru Panam, Danau Binkuang Tambang dan Kota Bangkinang.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden berupa data opini dan kuesioner yang disebar. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan relationship marketing dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber PT. Bank Dana Berkah Fadhilah Kabupaten Kampar.

Populasi dan Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2010) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menurut Green (1991) untuk mengetahui jumlah sampel untuk penelitian regresi, dapat menggunakan rumus $(50+8n)$ dimana n adalah jumlah variabel. Maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut.

Jumlah sampel = $50+8n = 50+8(4) = 82$. Jumlah sampel minimal 82 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 140 responden.

Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jenis dan sumber data

1. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, metode yang digunakan adalah:

1. Studi kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan (Library Research), yaitu yang dilakukan dengan membaca majalah, buku-buku, artikel-artikel serta jurnal-jurnal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan (Field Research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden yang merupakan konsumen PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dana Berkah Fadhilah.

Dalam pengukuran aspek pengaruh relationship marketing dan loyalitas nasabah digunakan Skala Likert dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju.
- 2) Skor 4 untuk jawaban Setuju.
- 3) Skor 3 Ragu-Ragu.
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju.
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju.

INSTRUMEN PENELITIAN

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda, adapun tahap-tahapnya adalah sebagai berikut :

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang di kumpulkan dari penggunaan instrumen kuesioner di lakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi Spearman Rank. Sebuah item di katakan valid bila r hitung $> r$ table (Sugiyono, 2010). Untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21.

Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item keesoner di nyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk menguji sejauh mana pengukuran tetap konsisten, apabila di lakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama nantinya. Uji realibilitas di lakukan dengan uji statistik *Crobach'a Alpha*. Suatu kontruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Crobach'a Alpha* $\geq 0,5$ (Sugiyono, 2010)

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variable dan independent variable keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas perlu dilakukan karena data yang berdistribusi normal merupaksan syarat di lakukan *para metric test*.

Data yang normal bisa dianggap dapat mewakili populasi. (Santoso, 2014).

Menurut (Ghozali, 2011) pengujian normalitas dengan multivariat dengan melihat nilai kritis z-scor kemencengan (*skeweness-kurtosis*) sebaran data setiap variabel. Bila rasion *skeweness-kurtosis* berada diantara -2 s.d + 2 maka data dapat dikatakan normal (Bila rasio *skeweness-kurtosis* belum berada diantara -2 s.d + 2 maka terjadi *outlieri* dan data yang *outlier* harus di keluarkan. Untuk melihat terjadinya outlier dapat di ketahui melalui *casewase diagnitics* atau *chart observed value-unstandarized residual*.

Pengambilan keputusan yang lainnya di lihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada:

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

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi di lakukan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi antar variabel dengan melihat nilai Durbin Watson pada *output* uji yang dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 0,05 jumlah data penelitian serta variabel independen, dengan ketentuan (Ghozali, 2011) :

1. $dL < dW_{hitung} < d_u$: Tidak dapat di simpulkan
2. $dW_{hitung} < d_u$: Ada autokorelasi positif
3. $d_u < dW_{hitung} < 4 - d_u$ Tidak ada autokorelasi
4. $dW_{hitung} > 4 - d_u$ Ada autokorelasi negatif
5. $4 - dL < dW_{hitung} > 4 - d_u$ Tidak dapat disimpulkan

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan menganalisa matrik korelasi variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance Value}}$$

Dimana :

Batas *tolerance value* adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10, jika :

- *Tolerance value* $< 0,1$ atau VIF > 10 : Terjadi multikolineraritas
- *Tolerance value* $\geq 0,1$ atau VIF < 10 : Tidak terjadi multikolineraritas

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji Glejser (Ghozali,2010) dan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, dasar untuk menganalisisnya adalah :

- a. Heteroskedastisitas terjadi Jika hasil regresi residual variabel dependen terhadap variabel independen signifikan atau $< 0,05$, dan apabila ada pola tertentu bergelombang, melebar kemudian menyempit.

- b. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika hasil regresi residual variabel dependen terhadap variabel independen tidak signifikan atau $> 0,05$, dan tidak ada pola tertentu bergelombang, melebar kemudian menyempit.

Analisis Regresi Berganda

Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Variabel loyalitas pelanggan

a : Konstanta

X_1 : *Financial Benefits*

X_2 : *Social Benefits*

X_3 : *Structural Benefits*

b : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

Pengujian Hipotesis

Uji parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai T_{tabel} dengan nilai T_{hitung} .

Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel independen, sebaliknya jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_1 . $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan menolak H_1 . Uji T juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dengan melihat histogram dari residualnya. Bila rasio *skeweness-kurtosis* berada diantara -2 s.d +2 maka data dapat dikatakan normal. Bila rasio *skeweness-kurtosis* berada diantara -2 s.d +2 maka terjadi *outlier* dan data *outlier* dapat diketahui melalui *casewasediagnostic* atau *chat observaedvalue-unstandarized residual*.

Tabel 1
Data Outlier Tahap 1

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	Unstandardized Residual-1	Predicted Value	Residual
3	-2.011	-5.35368	.0000000	-5.35367762
4	-2.010	-5.35112	.0000000	-5.35111710
39	2.315	6.16313	.0000000	6.16313216
40	-2.148	-5.71931	.0000000	-5.71930868
44	-2.030	-5.40516	.0000000	-5.40515746
49	-2.111	-5.61970	.0000000	-5.61970174
88	-2.430	-6.47121	.0000000	-6.47120614
91	-2.011	-5.35535	.0000000	-5.35535399
124	-2.349	-6.25489	.0000000	-6.25489354

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-1

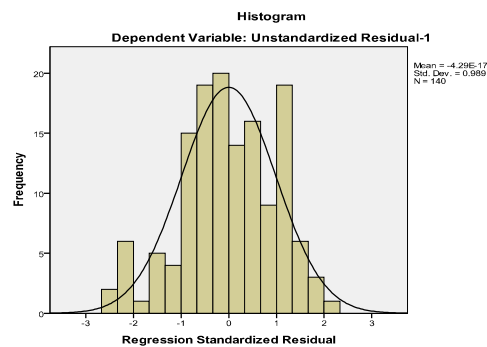
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Tabel 2
Uji NormalitasStandart Residual Tahap-1

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000	140
Std. Predicted Value	.000	.000	.000	.000	140
Standard Error of Predicted Value	.231	.816	.432	.126	140
Adjusted Predicted Value	-.3800291	.4652093	.0009508	.10306119	140
Residual	-6.47120619	6.16313219	.0000000	2.63363202	140
Std. Residual	-2.430	2.315	.000	.989	140
Stud. Residual	-2.503	2.355	.000	1.005	140
Deleted Residual	-6.86381388	6.37818718	-.00095084	2.72097405	140
Stud. Deleted Residual	-2.553	2.395	-.001	1.012	140
Mahal. Distance	.056	12.068	2.979	2.439	140
Cook's Distance	.000	.095	.008	.015	140
Centered Leverage Value	.000	.087	.021	.018	140

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-1

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)



Gambar 1
Standar Residual Tahap 1
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Dari tabel 1 diatas terlihat terjadinya *outlier* pada item nomor 3, 4, 39, 40, 44, 49, 88, 91, 124. Untuk tabel 5.29 terlihat bahwa nilai standar residual nya belum berada diantara -2 s.d +2 yakni nilainya adalah -2.430 s.d 2,315 yang diperjelas oleh gambar 1. Untuk indikator yang terkena *outlier* harus di keluarkan sehingga $N(140) - 9 = 131$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data ini belum memiliki normalitas sehingga perlu dilakukan *casewasediagnostic* tahap Dua.

Tabel 3
Data Outlier Tahap 2

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	Unstandardized Residual-2	Predicted Value	Residual
1	2.028	4.59437	.0000000	4.59437291
17	-2.028	-4.59413	.0000000	-4.59413343
99	-2.289	-5.18511	.0000000	-5.18510619

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-2

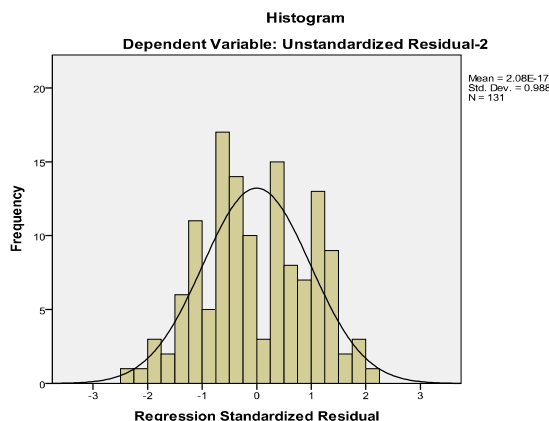
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Tabel 4
Uji NormalitasStandart Residual Tahap-2

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000	131
Std. Predicted Value	.000	.000	.000	.000	131
Standard Error of Predicted Value	.204	.714	.380	.112	131
Adjusted Predicted Value	-.3507640	.3091187	-.0010746	.09180811	131
Residual	-5.18510628	4.59437275	.0000000	2.23922457	131
Std. Residual	-2.289	2.028	.000	.988	131
Stud. Residual	-2.323	2.104	.000	1.005	131
Deleted Residual	-5.34239388	4.94513702	.00107462	2.31695217	131
Stud. Deleted Residual	-2.365	2.133	.000	1.010	131
Mahal. Distance	.059	11.930	2.977	2.443	131
Cook's Distance	.000	.084	.009	.014	131
Centered Leverage Value	.000	.092	.023	.019	131

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-2

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)



Gambar 2
Standar Residual Tahap 2
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Dari tabel 3 diatas terlihat terjadinya *outlier* pada item nomor 1, 17, 99 dan harus di keluarkan sehingga $N(131) - 3 = 129$. Untuk tabel 5.31 terlihat nilai standar residual nya belum berada di antara -2 s.d +2 yakni -2,289 s.d 2,028 dan diperjelas oleh gambar 2 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data ini belum memiliki normal sehingga perlu dilakukan *casewasediagnostic* tahap Tiga.

Tabel 5
Data Outlier Tahap 3

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	Unstandardized Residual-3	Predicted Value	Residual
10	-2.021	-4.37250	.0000000	-4.37249858

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-3

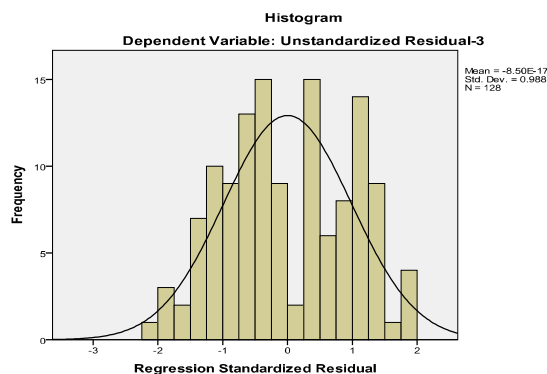
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Tabel 5.33
Uji NormalitasStandart Residual Tahap-3

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000	128
Std. Predicted Value	.000	.000	.000	.000	128
Standard Error of Predicted Value	.197	.690	.367	.109	128
Adjusted Predicted Value	-.3449552	.3173265	-.0005033	.08653939	128
Residual	-4.37249851	4.24395514	.00000000	2.13803449	128
Std. Residual	-2.021	1.961	.000	.988	128
Stud. Residual	-2.049	1.975	.000	1.005	128
Deleted Residual	-4.49500322	4.30248117	.00050325	2.21053920	128
Stud. Deleted Residual	-2.076	1.999	.000	1.009	128
Mahal. Distance	.063	11.921	2.977	2.466	128
Cook's Distance	.000	.075	.009	.012	128
Centered Leverage Value	.000	.094	.023	.019	128

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-3

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)



Gambar 3
Standar Residual Tahap 3
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Dari tabel 5 diatas terlihat terjadinya *outlier* pada item nomor 10 dan harus di dikeluarkan sehingga $N (129) - 1 = 128$. Untuk tabel 5.33 terlihat nilai standar residual nya belum berada di antara $-2 \text{ s.d } +2$ yakni $-2,2021 \text{ s.d } 1,961$ dan diperjelas oleh gambar 3. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data ini belum memiliki normal sehingga perlu dilakukan *casewasediagnostic* tahap Empat

Tabel 6
Data Outlier Tahap 4

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	Unstandardized Residual-4	Predicted Value	Residual
47	-2.011	-4.31485	.0000000	-4.31485385

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-4

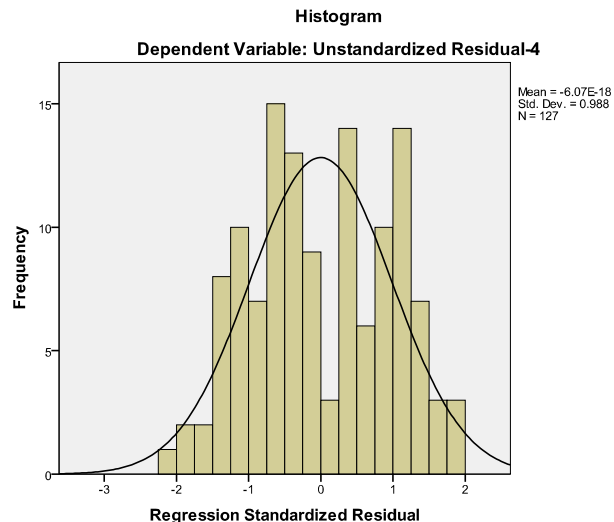
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Tabel 7
Uji NormalitasStandart Residual Tahap-4

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0000000	.0000000	.0000000	.00000000	127
Std. Predicted Value	.000	.000	.000	.000	127
Standard Error of Predicted Value	.197	.685	.365	.109	127
Adjusted Predicted Value	-.3193357	.3337692	-.0001674	.08677595	127
Residual	-4.31485367	4.13987637	.00000000	2.12021830	127
Std. Residual	-2.011	1.929	.000	.988	127
Stud. Residual	-2.087	1.943	.000	1.005	127
Deleted Residual	-4.64862299	4.19743872	.00016742	2.19303814	127
Stud. Deleted Residual	-2.116	1.965	.000	1.009	127
Mahal. Distance	.070	11.842	2.976	2.463	127
Cook's Distance	.000	.084	.009	.012	127
Centered Leverage Value	.001	.094	.024	.020	127

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-4

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)



Gambar 4
Standar Residual Tahap 3
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Dari tabel 6 diatas terlihat terjadinya *outlier* pada item nomor 47 dan harus di keluarkan sehingga $N(128) - 1 = 127$. Untuk tabel 5.33 terlihat nilai standar residual nya belum berada di antara -2 s.d +2 yakni -2,011 s.d 1,929 dan diperjelas oleh gambar 4. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data ini belum memiliki normal sehingga perlu dilakukan *casewasediagnostic* tahap Lima.

Tabel 8
Uji NormalitasStandart Residual Tahap-5

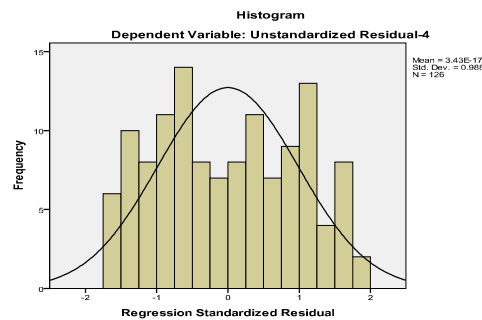
Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0000000	.0000000	.0000000	.00000000	126
Std. Predicted Value	.000	.000	.000	.000	126
Standard Error of Predicted Value	.188	.733	.351	.107	126
Adjusted Predicted Value	-.2752126	.1964838	-.0011225	.07277010	126
Residual	-3.58436036	3.77386832	.00000000	2.03306576	126
Std. Residual	-1.742	1.834	.000	.988	126
Stud. Residual	-1.777	1.854	.000	1.003	126
Deleted Residual	-3.73209453	3.85823512	.00112250	2.09542530	126
Stud. Deleted Residual	-1.793	1.873	.001	1.006	126
Mahal. Distance	.047	14.847	2.976	2.582	126
Cook's Distance	.000	.059	.008	.009	126
Centered Leverage Value	.000	.119	.024	.021	126

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual-4

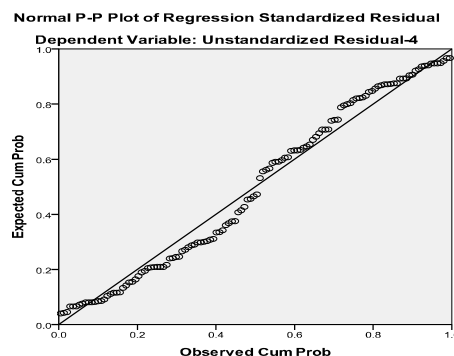
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Dari tabel 8 terlihat bahwa telah memenuhi uji normalitas yaitu nilai standar residuaya adalah terletak di antara - 2 s.d +2, yaitu -1,742 s.d 1,834. Sehingga dapat di sebut data ini sudah normal. Uji normalitas dengan normal probability plot mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah gambar dari probability plot.



Gambar 5
Standar Residual Tahap 5
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)



Gambar 6
Standar Residual Tahap 5
(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Berdasarkan gambar 5 dan 6 di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat normal probability plot sehingga model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas (berdistribusi normal). Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Maka dengan demikian normalitas dari data ini pada angka 126 responden.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel pengganggu dalam masing-masing variabel bebas. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi dengan observasi lainnya. Dalam penelitian ini uji autokorelasi menggunakan tes *Durbin Watson* dengan ketentuan sebagai berikut :

1. $dL < dW_{hitung} < d_u$: Tidak dapat disimpulkan
2. $dW_{hitung} < d_u$: Ada autokorelasi positif
3. $d_u < dW_{hitung} < 4 - d_u$: Tidak ada autokorelasi
4. $dW_{hitung} > 4 - d_u$: Ada autokorelasi negatif
5. $4 - dL < dW_{hitung} > 4 - d_u$: Tidak dapat disimpulkan

Dengan jumlah sampel $n = 126$, $\alpha = 0,05$ dan banyaknya variabel independent $k = 3$, maka di dapat nilai kritis $dL = 1,6608$ dan $dU = 1,7582$. Adapun nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,884 sehingga nilai DW berada diantara dU ($1,6608 < DW$ ($1,884 < 4 - dU$ ($4 - 1,7582 = 2,2148$)). Maka hasilnya $1,6608 < 1,884 < 2,2148$, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Artinya variabel independent dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruhi oleh variabel pengganggu.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat) dalam suatu model regresi. Uji multikolinieritas

dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan menggunakan SPSS 21 diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 9
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Financial_Benefit	1.000	1.000
	Social_Benefit	.996	1.004
	Structural_Benefit	.995	1.005

a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa semua variabel independen (*financial benefit, social benefit dan structural benefit*) memiliki nilai tolerance lebih besar dari 10% (0,10) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji Glejser (Ghozali,2010) dan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, dasar untuk menganalisisnya adalah heteroskedastisitas terjadi Jika hasil regresi residual variabel dependen terhadap variabel independen signifikan atau $< 0,05$, dan apabila ada pola tertentu bergelombang, melebar kemudian menyempit. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika hasil regresi residual variabel dependen terhadap variabel independen tidak signifikan atau $> 0,05$, dan tidak ada pola tertentu bergelombang, melebar kemudian menyempit serta menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Pengujian ini menggunakan SPSS21 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 10
Uji Heteroskedastisitas

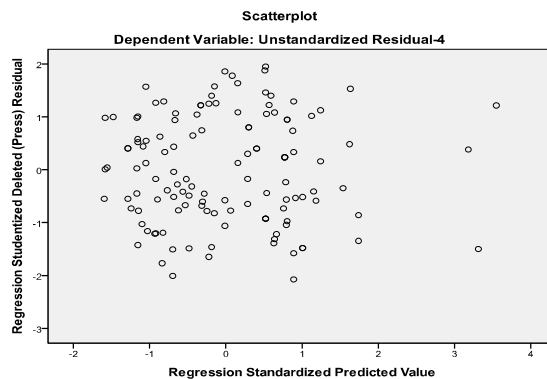
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.316	1.426		-.222	.825
	T.X1	.091	.043	.189	2.126	.104
	T.X2	.010	.046	.020	.225	.823
	T.X3	.017	.041	.036	.407	.685

a. Dependent Variable: ABS_Res4

(Sumber : Olahan Data Primer, 2016)

Berdasarkan tabel 5.39 diatas terlihat bahwa nilai signifikan hasil regresi residual variabel dependen terhadap variabel independen tidak signifikan atau $> 0,05$, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 7
Uji Heteroskedastisitas
(Sumber : Data Primer diolah, 2016)

Berdasarkan gambar7 di atas dapat dilihat bahwa tidak ada pola serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka demikian dari gambar tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh *Financial Benefit* (X_1), *Social Benefit* (X_2) dan *Structural Benefit* (X_3) terhadap *Loyalitas Nasabah* (Y) dapat dilihat dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Variabel loyalitas pelanggan

a : Konstanta

X_1 : *Financial Benefits*

X_2 : *Social Benefits*

X_3 : *Structural Benefits*

b : Koefisien regresi

e : error

Hasil pengolahan analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS 21 adalah sebagai berikut :

Tabel 11
Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.118	2.988		8.407	.000
	Financial_Benefit	.786	.090	.606	8.763	.000
	Social_Benefit	-.217	.097	-.155	-2.234	.027
	Structural_Benefit	-.203	.087	-.162	-2.332	.021

a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

(Sumber : Data Primer diolah, 2016)

Persamaan regresi linear berganda dapat diperoleh melalui tabel 5.39 dengan hasil sebagai berikut :

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

$$Y = 25,118 + 0,786 - 0,217 - 0,203 + e$$

Dimana

Y= Loyalitas Nasabah

X₁= *Financial Benefits* sebesar 0,786

X₂= *Social Benefits* sebesar - 0,217

X₃= *Structural Benefits* - 0,203

Interpretasi model :

1. Konstanta (a) = 25,118, menunjukkan harga konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka nilai variabel loyalitas nasabah (Y) akan sebesar 25,118.
2. Nilai koefisien variabel *financial benefit* sebesar 0,786 hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel *financial benefit* (X₁) satu satuan maka variabel loyalitas nasabah (Y) akan naik sebesar 0,786 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien variabel *social benefit* sebesar 0,217 dan bertanda negatif, ini menunjukkan bahwa *social benefit* mempunyai hubungan yang berlawanan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *social benefit* satu satuan maka variabel loyalitas nasabah (Y) akan turun sebesar 0,217 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Nilai koefisien variabel *structural benefit* sebesar 0,203 dan bertanda negative, ini menunjukkan bahwa *structural benefit* mempunyai hubungan yang berlawanan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *structural benefit* satu satuan maka variabel loyalitas nasabah (Y) akan turun sebesar 0,23 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial dilakukan pengujian koefisien regresi dengan menggunakan statistik Uji t. Penentuan hasil pengujian (penerimaan/ penolakan H₀) dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Adapun nilai t tabel dari penelitian ini adalah dengan tingkat signifikansi 5%, adalah nilai df sebesar (n - k), dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel, maka hasilnya (126 - 4 = 122). Dalam t tabel angka 126 dengan tingkat signifikansi 0.05 adalah sebesar 1,9796. Berikut hasil tabel uji t berdasarkan pengolahan data SPSS 21.

Pengaruh *Financial Benefit* terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel 11 terlihat pada kolom *Coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai 0,000 < 0,05, maka H₁ diterima dan H₀ ditolak. Variabel X₁ mempunyai t_{hitung} 8,763 sedangkan t_{tabel} 1,9796. Jadi t_{hitung} > t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X₁ mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *financial benefit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh *Social Benefit* terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel 11 terlihat pada kolom *Coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0,027. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai 0,027 < 0,05, maka H₂ diterima dan H₀ ditolak. Variabel X₂ mempunyai t_{hitung} 2,234 dengan t_{tabel} 1,9796. Jadi t_{hitung} > t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel X₂ memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X₂ mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *social benefit* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh *Structural Benefit* terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel 11 terlihat pada kolom *Coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0,021. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai 0,021 < 0,05, maka H₃ diterima dan H₀ ditolak. Variabel X₃ mempunyai t_{hitung} 2,332 dengan t_{tabel} 1,9796. Jadi t_{hitung} > t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel X₃ memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X₃ mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *structural benefit* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) dalam *output* SPSS terletak pada tabel *Model Summary*^b dan tertulis *R.square* berkisar Nol (0) sampai Satu (1) (Nugroho, 2005) Berdasarkan bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,403 atau 40,3%, artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 40,3%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 40,3\%) = 39,7\%$ di jelaskan oleh faktor lainnya di luar dari variabel *financialbenefit*, *socialbenefit* dan *structural benefit*

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh *Financial Benefit Terhadap Loyalitas Nasabah*

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *financial benefits* terhadap variabel loyalitas nasabah menunjukkan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,000 < 0,05$, sedangkan t_{hitung} sebesar 8,763 dengan $t_{tabel} = 1,9796$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan demikian variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y.

Financial benefit dengan indikator pembagian hasil yang menguntungkan. Pemberian hadiah kepada nasabah. Memberikan undian berhadiah kepada nasabah. Pembebasan biaya administrasi bulanan. Kelima indikator ini memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar.

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Boone dan Kurtz dalam Asnawi dan Musowir, (2010) dimana dia menyebutkan *financial benefit* adalah pendekatan pertama untuk membangun suatu hubungan, pelanggan mendapatkan manfaat keuangan. Manfaat keuangan yang dimaksud yaitu perusahaan memberikan intensif harga kepada pelanggan sehingga memberikan keuntungan bagi pelanggan. Hal ini dilakukan dengan memberikan *reward* dalam bentuk harga khusus, diskon, atau pemberian *voucher* yang dimaksudkan agar pelanggan mendapatkan penghematan biaya. Pada tingkatan pertama ini dapat memotivasi pelanggan untuk mengadakan hubungan dengan perusahaan.

Begitu juga yang di ungkapkan oleh Menurut Peterson dalam Susanto dan Samuel (2013), dia menyatakan bahwa penghematan atas uang yang di dikeluarkan merupakan alasan dasar dalam mengadakan hubungan antara pelanggan dengan penyedia layanan. *Financial benefits* merupakan *relational benefit* tingkat pertama di mana penyedia layanan menggunakan insentif harga untuk mendorong pelanggan melakukan bisnis terus-menerus dengan penyedia layanan.

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Sumarwan (2012), dia menyatakan bahwa faktor penting yang diperlukan untuk mengembangkan komitmen dan kepercayaan dalam *relationship marketing* adalah *economics content*. Pihak-pihak yang terlibat dalam *relationship* bersedia menjalin hubungan karena memperoleh manfaat ekonomi superior. Manfaat ekonomi ini merupakan *economics content*.

Pengaruh *Social Benefit Terhadap Loyalitas Nasabah*

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *social benefits* terhadap variabel loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung sebesar $2,234 > t_{Tabel} 1,9797$. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X_2 mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan Y. Nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, artinya *social benefit* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini *social benefit* di ukur dari Lima indikator yakni melayani nasabah dengan baik. Menunjukkan sikap yang ramah. Tersenyum dan menyebutkan nama nasabah ketika melayani nasabah. Hubungan sosial antara karyawan dengan nasabah menyenangkan. Menindaklanjuti dengan baik apa yang menjadi keluhan nasabah. Memiliki ruang tunggu yang nyaman untuk nasabah.

Terjadinya pengaruh negatif antara *social benefit* terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *social benefit* yang dilakukan PT.BPRS Berkah Dana Fadhlillah dengan Lima indikator yang di uraikan diatas tidak searah dengan loyalitas nasabah. Nasabah menganggap hal tersebut merupakan sesuatu yang seharusnya di lakukan oleh sebuah bank, sehingga jika pihak bank ingin mendapatkan loyalitas nasabah dengan pendekatan *social benefit* melalui Lima indikator yang di uraikan diatas, pelaksanaannya harus lebih maksimal dan volumenya harus lebih di tingkatkan. Dalam kondisi seperti ini, pihak bank harus mencari terobosan baru yang

lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan *social benefit* kepada nasabahnya agar dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Perusahaan yang menerapkan *social benefit* dengan baik akan mendapatkan loyalitas dari pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Kotler dan Armstrong dalam Susanto dan Samuel (2013), dia menguraikan bahwa *social benefit* atau manfaat sosial merupakan cara perusahaan meningkatkan hubungan dengan mempelajari kebutuhan dan keinginan pelanggan, bahkan memberikan sesuatu yang sifatnya pribadi atau perindividu. Mengetahui secara lebih detail apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh para pelanggan tersebut.

Pemberian *social benefit* lebih menyentuh kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih personal. Di tingkat ini, hubungan dengan pelanggan tidak hanya tercipta karena insentif harga yang diberikan oleh pihak perusahaan, namun ada *ikatan sosial* bahkan persahabatan baik antar perusahaan dengan pelanggan, maupun antar pelanggan satu dengan pelanggan yang lainnya. *Social benefit* digambarkan sejauh mana hubungan tertentu yang menghubungkan dan mempertahankan rasa emosional pembeli dan penjual.

Begitu juga yang diungkapkan oleh Farida (2008) dia menyebutkan *social benefit* mencakup perasaan kekeluargaan, pengakuan secara individual, dan dukungan sosial yang dapat berdampak terhadap terbangunnya loyalitas pelanggan. Wilson dan Mummalaneni dalam Sumarwan (2012) menyatakan bahwa *social content* sebagai proses yang menjelaskan bagaimana tumbuhnya *relationship* antara dua pihak. *Social content* mempercepat partisipasi antar individu dalam pertukaran karena meningkatkan komunikasi dan aliran informasi yang pada akhirnya akan meningkatkan *relationship* secara menyeluruh dan menghasilkan perasaan suka, persahabatan, *social interactivity* dan sebagainya.

Fakta yang ada menunjukkan bahwa apabila terdapat *social content* yang kuat, pelanggan akan lebih komit untuk mempertahankan *relationship*. Hal ini terjadi karena pengaruh hubungan sosial terjadi pada saat kontak terjadi. Dari sudut pelanggan, *personal relationship* dengan penyedia jasa dapat mendorong pemahaman yang benar sehingga karyawan lebih muda untuk memahami kebutuhan pelanggan.

Pengaruh *Structural Benefit* Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *structural benefit* terhadap variabel loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,332 > t Tabel 1,9797. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X_3 mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan Y. Nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$, artinya *structural benefit* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini *structural benefit* diukur dari Lima indikator yakni, nasabah mendapatkan pelayanan informasi yang baik. Memberikan layanan *customer service* melalui telepon, sms maupun media lainnya. Pelayanan informasi yang di diberikan membuat nasabah merasa dihargai. Memberikan jaminan keamanan atas tabungan nasabah. Menepati janji sesuai kontrak/perjanjian baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis.

Terjadinya pengaruh negatif antara *structural benefit* terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *structural benefit* yang dilakukan PT.BPRS Berkah Dana Fadhlillah dengan Lima indikator yang di uraikan diatas tidak searah dengan loyalitas nasabah. Nasabah menganggap hal tersebut merupakan sesuatu yang seharusnya di lakukan oleh sebuah bank, sehingga jika pihak bank ingin mendapatkan loyalitas nasabah dengan pendekatan *structural benefit* melalui Lima indikator yang di uraikan diatas, pelaksanaannya harus lebih maksimal dan volumenya harus lebih di tingkatkan. Dalam kondisi seperti ini, pihak bank harus mencari terobosan baru yang lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan *social benefit* kepada nasabahnya agar dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Dalam *structural benefit* perusahaan berusaha untuk membantu pelanggan dan selalu memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang diperlukan, sehingga pelanggan yang dibantu dan diperhatikan akan merasa sangat dihargai dan muncul rasa kepercayaannya kepada perusahaan. Hal sesuai dengan yang di kemukakan oleh Menurut Kotler dan Armstrong dalam Susanto dan Samuel (2013), dia menjelaskan *structural benefit* adalah perasaan aman atau perasaan nyaman pelanggan terhadap perusahaan. Jika pelanggan merasa tidak nyaman dalam berhubungan dengan perusahaan, maka pelanggan bisa meninggalkan perusahaan, dan akan beralih ke pesaing. Semakin

aman atau nyaman seorang pelanggan berinteraksi dengan penyedia layanan, maka pelanggan tersebut semakin loyal kepada perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1 *Financial benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar dengan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau $0,000 < 0,05$, untuk nilai t_{hitung} sebesar 8,763 sedangkan Nilai t_{tabel} 1,9796. Nilai $t_{hitung} >$ Nilai t_{tabel} . Nilai t menunjukkan angka positif, artinya penerapan *financial benefit* yang dilakukan searah dengan peningkatan loyalitas nasabah.
- 2 *Social benefit* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar dengan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau 0,027 $< 0,05$ untuk nilai t_{hitung} sebesar 2,234 sedangkan Nilai t_{tabel} 1,9796. Nilai $t_{hitung} >$ Nilai t_{tabel} . Nilai t menunjukkan angka negatif, artinya penerapan *social benefit* yang dilakukan tidak searah dengan peningkatan loyalitas nasabah.
- 3 *Structural benefit* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar dengan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau 0,021 $< 0,05$ untuk nilai t_{hitung} sebesar 2,332 sedangkan Nilai t_{tabel} 1,9796. Nilai $t_{hitung} >$ Nilai t_{tabel} . Nilai t menunjukkan angka negatif, artinya penerapan *structural benefit* yang dilakukan tidak searah dengan peningkatan loyalitas nasabah.
- 4 Berdasarkan hasil uji nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah sebesar) sebesar 0,403 atau sebesar 40,3%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* sebesar 40,3% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 40,3\%) = 59,7\%$ dijelaskan oleh faktor lainnya di luar dari variabel *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *financial benefit* terhadap loyalitas nasabah sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan implementasi *relationship marketing* pada dimensi *financial benefit* yang sudah diterapkan PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar. Peningkatan implementasi *financial benefit* dapat berupa :
 - a. Menerapkan sistem bagi hasil yang lebih menguntungkan.
 - b. Meningkatkan nilai hadiah bagi para nasabah baru.
 - c. Melaksanakan undian berhadiah yang dapat menstimulasi nasabah dalam meningkatkan nilai tabungan atau depositonya.
 - d. Tetap memberikan bebas biaya administrasi bulanan kepada para nasabah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social benefit* berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah. Dari profil responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, sebagian besar berusia muda dimana yang berusia 17 s.d 30 tahun sebanyak 52% dan yang berusia 31 s.d 40 tahun sebanyak 24%. Sedangkan yang berpendidikan SMU sebanyak 49% serta yang Sarjana sebanyak 34%. Maka PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah harus melakukan terobosan-terobosan baru dalam upaya menjaga loyalitas nasabahnya diluar cara-cara konvensional dengan menyesuaikan karakter nasabah baik dari sisi aspek demografi, aspek geografi maupun aspek psikografi.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *structural benefit* berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah sehingga perusahaan harus mampu meningkatkan dan mencari inovasi dalam menerapkan *relationship marketing* pada dimensi *structural benefit* pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar. Peningkatan implementasi *structural benefit* dapat berupa :
 - a. Meningkatkan pelayanan informasi kepada para nasabah dengan menggunakan berbagai media yang mudah diakses oleh para nasabah.
 - b. Memastikan bahwa tabungan dan deposito nasabah dalam keadaan terjamin dan aman.
 - c. Mampu menjaga kepercayaan nasabah dengan menepati janji baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis kepada para nasabah.

4. Berdasarkan hasil uji nilai koefisien determinasi yang di sesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah sebesar sebesar 0,403 atau sebesar 40,3%. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 40,3 % saja yang bisa di jelaskan pengaruh *financial benefit*, *social benefit* dan *structural benefit* terhadap loyalitasnasabah, dengan demikian PT. BPRS Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar harus dapat menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah, karena masih ada 59,7 % lagi yang tidak terungkap dalam penelitian ini.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi dalam upaya memperluas ilmu pengetahuan, terkhusus pada pengetahuan tentang menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G. 2003. *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Terjemahan Andreas Winardi. Yogyakarta: Andi.
- Citrawisari dan Fivi Rahmatus Sofiyah. 2013. Pengaruh Implementasi Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan BNI Biro Rektor Usu Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Ekonomi Universitas Sumatera Utara) <http://jurnal.usu.ac.id/> volume 1-2
- Farida, Naili.2008. "Ikatan Finansial, Sosial, Struktural terhadap Loyalitas Nasabah BNI". Volume 40. No.1. Semarang: UNDIP
- Ghozali, Imam. dan Fuad. (2005), "Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 2009. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Edisi Revisi dan Terbaru, Erlangga, Jakarta
- Harniza Harun. 2011. Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Pada PT BankMuamalat Cabang Jambi). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*.Vol 6 : 59-75.
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kasmir.2010. *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2014). *Marketing Management*. 14th Edition.Pearson Education, Inc.Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2 Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Nugroho Setiadi.2003.*Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian*
- Nur Asnawi dan Abdul Musowir. 2010. *Relationship Marketing dan Loyalitas Nasabah : Studi pada Nasabah BRI Syariah Malang*.*Jurnal Keuangan dan Perbankan* Vol. 14 : 319-328
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Zeithaml dan Bitner, 2003. *Service Marketing*. Jakarta:Penerbit Erlangga.

OPTIMALISASI PENDAPATAN RETRIBUSI PELAYANAN PASAR PADA SEWA LOS (STUDI EMPIRIS DI PASAR RAKYAT KOTA SURAKARTA)

Achmad Choerudin

Senior Lecturer, Akademi Teknologi dan STIE AUB Surakarta, Jawa Tengah

E-mail: achmadchoerudin77@yahoo.co.id

Abstrak

Potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta adalah berdasarkan los pasar rakyat yang terisi adalah 7.974 unit (89,96%) dan los yang masih kosong atau tidak operasional adalah 894 unit (10,04%), sedangkan total keseluruhan los pasar yang terdata adalah 8.897 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa: (1) pemanfaatan dan fungsi los pasar belum optimal, (2) kemampuan atau potensi sewa los pasar belum optimal berdasarkan kontribusi pendapatan dan realisasi yang diharapkan dan (3) faktor-faktor lain yang menyebabkan los-los pasar rakyat masih kosong dan belum optimal. Potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta untuk los pasar kelas I dikategorikan prima sehingga sudah cukup dengan strategi pengembangan yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta, sedangkan untuk los pasar kelas II dan III adalah dikategorikan berkembang yaitu dengan upaya penggalan sumber secara lebih intensif sehingga pertumbuhan terus dilanjutkan dan memberikan kontribusi yang cukup besar. Potensi penerimaan sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta sudah optimal dan pertumbuhannya sudah cukup baik, namun perlu diperhatikan dalam menentukan target penerimaan sewa los pasar perlu memperhatikan kemampuan rasio pengumpulan pendapatan yang masih cenderung rendah terutama di los pasar kelas II dan kelas III, sedangkan di los pasar kelas I kecenderungan stabil, walaupun potensi los kosong maupun belum operasional masih sekitar 10,04% sehingga perhatian terhadap penerimaan sewa los harus diperhatikan dan faktor-faktor lain.

Kata Kunci: pasar rakyat, sewa los, retribusi pelayanan pasar

PENDAHULUAN

Salah satu ciri dari daerah otonom adalah kemampuan dalam mengelola keuangan, termasuk di dalamnya adalah kemampuan daerah dalam menggali sumber-sumber keuangan dengan baik dan menggunakannya secara tepat dan benar. Daerah harus mempunyai sumber-sumber keuangan yang memadai untuk membiayai penyelenggaraan otonomi. Sumber-sumber pendapatan tersebut diantaranya adalah sewa los pasar rakyat yang termasuk dalam retribusi pelayanan pasar. Pasar rakyat adalah tempat berjualan secara tradisional, tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang-barang yang diperjualbelikan tergantung kepada permintaan pembeli, harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar-menawar, pedagang menawarkan harga sedikit di atas harga standar. Pada umumnya pasar rakyat merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok. Biasanya pasar rakyat beraktivitas dalam batas-batas waktu tertentu.

Perkembangan pasar rakyat di Kota Surakarta, sudah berkembang dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan pengelolaan 43 pasar rakyat di Kota Surakarta. Pasar-pasar tersebut terklasifikasi menjadi Kelas IA sebanyak 6 pasar, Kelas IB sebanyak 4 pasar, Kelas IIA sebanyak 12 pasar, Kelas IIB sebanyak 9 pasar, Kelas IIIA sebanyak 7 pasar dan Kelas IIIB sebanyak 5 pasar. Untuk memajukan perkembangan tersebut Pemerintah Kota Surakarta telah melakukan berbagai macam kebijakan pengelolaan pasar yaitu berupaya memperbaiki penampilan pasar rakyat yang selama ini dicitrakan kumuh dan tidak nyaman. Upaya renovasi pasar rakyat menjadi salah satu program Pemerintah Kota untuk merevitalisasi pasar-pasar rakyat yang sudah rusak, tidak layak, kurang nyaman dan tidak menarik pembeli.

Pemerintah Kota telah melakukan revitalisasi terhadap sejumlah pasar rakyat dan sudah diperbaiki secara berkelanjutan. Pembangunan infrastruktur hampir dilakukan setiap tahun pada semua pasar tradisional. Hal ini diharapkan dengan terciptanya sarana dan prasarana pasar akan meningkatkan pelayanan dalam jual beli atau kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan pasar. Seiring meningkatnya transaksi dalam pasar rakyat juga diharapkan meningkatkan jumlah Pendapatan Asli Daerah melalui Retribusi Pelayanan Pasar. Retribusi Pelayanan Pasar adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin pelayanan pasar yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau Badan (Perda No. 9/2011).

Pelayanan pasar ini meliputi pelayanan penyediaan fasilitas pasar berupa pelataran, los, kios yang dikelola Pemerintah Daerah dan khusus disediakan untuk Pedagang (Perwali No. 1-C Tahun 2012).

Berdasarkan pengamatan dan data di Dinas Pengelolaan Pasar (2014), target terhadap penerimaan pendapatan dari retribusi pasar ini secara makro belum bisa terealisasi, hal ini dibuktikan terdapat gap cukup tinggi antara realisasi dan target rata-rata. Hal ini cukup memberikan perhatian terhadap kinerja keuangan Dinas Pengelolaan Pasar. Permasalahan tersebut diatas, menimbulkan pengaruh yang negatif pada salah satu sumber potensi penerimaan sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta, yaitu akibat tidak ditempatinya los-los tersebut maka menurunnya realisasi pendapatan pada retribusi pasar. Jumlah potensi los di seluruh pasar tradisional Kota Surakarta pada tahun 2013 sebanyak 9.073 los, potensi los yang terisi sebanyak 7.886 los sedangkan jumlah potensi yang kosong sebesar 1.187 los, ditambah dengan 1 (satu) pasar baru di bekas pangkalan taksi dan travel yaitu Pasar Ngudi Rejeki di Gilingan. Secara presentase adalah los yang terisi adalah 87 % ditahun 2013 dan los yang kosong adalah 13 % dari total jumlah los yang ada di seluruh pasar rakyat di Kota Surakarta.

Hal ini berdasarkan data di Dinas Pengelolaan Pasar bahwa banyaknya los yang kosong terjadi dikelas pasar IA dan IB disusul kelas pasar yang lain. Dengan menurunnya penerimaan pendapatan ini maka berakibat tidak terpenuhinya target dan perlu menggali potensi kemampuan pasar rakyat sehingga fungsi perekonomian dan pelayanan di sektor pasar tradisional akan bisa terwujud. Pemerintah Kota Surakarta dalam menghadapi berbagai permasalahan terkait dengan target penerimaan yang terlalu tinggi, permasalahan realisasi pendapatan, faktor psikologi pedagang dalam menyikapi pembangunan pasar dan berbagai kebijakan dan permasalahan yang ada selayaknya melakukan evaluasi terhadap permasalahan target dan realisasi penerimaan retribusi pelayanan pasar di sewa los pasar rakyat yang masih banyak kendala. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diteliti tentang potensi pendapatan retribusi pelayanan pasar pada sewa los pasar rakyat terhadap penerimaan dan pendapatan pada retribusi pelayanan pasar rakyat Kota Surakarta, untuk dijadikan evaluasi dan kebijakan terkait dengan target dan realisasi pendapatan di retribusi pelayanan pasar tradisional ini. Selain itu, evaluasi ini bisa digunakan untuk kebijakan-kebijakan dalam pengambilan keputusan dalam target dan realisasi kemampuan pasar rakyat ke arah yang lebih baik dengan pertimbangan yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan berpedoman pada basis kinerja.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana potensi potensi pendapatan retribusi pelayanan pasar pada sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta selama ini?
2. Bagaimana realisasi dan target dalam potensi pendapatan retribusi pelayanan pasar pada sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta?
3. Bagaimana proyeksi potensi pendapatan retribusi pelayanan pasar pada sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta 3 tahun kedepan?

METODE

Untuk mengetahui potensi los pasar rakyat yang dilaksanakan oleh Dinas Pengelolaan Pasar dan Tim Potensi Sewa Los Pasar, maka jenis penelitian diklasifikasikan pada jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah yang memaparkan dan bertujuan memberikan gambaran serta penjelasan dari variabel yang diteliti, dengan dilakukan survey. Miles dan Huberman (2007) menyatakan bahwa analisis interaktif terdiri dari beberapa komponen, yaitu: Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan. Dalam penelitian yang menjadi fokus penelitian adalah potensi sewa los pasar yang termasuk komponen retribusi pelayanan pasar rakyat. Untuk mengukur dapat dikaji berdasarkan beberapa indikator seperti :

1. Jumlah los pasar, baik yang ditempati maupun yang masih kosong.
2. Potensi pendapatan retribusi pelayanan pasar pada sewa los pasar rakyat (penerimaan realita yang ada)
3. Kontribusi penerimaan sewa los pasar rakyat terhadap pendapatan Retribusi Pelayanan Pasar di Kota Surakarta.
4. Proyeksi penerimaan sewa los pasar rakyat tahun selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah los yang terisi dan kosong menurut banyaknya los pasar rakyat di Kota Surakarta adalah los terisi sebanyak **7.974** unit dan los kosong atau tidak operasional sebanyak **894** unit, sedangkan total keseluruhan unit adalah **8.897** unit. Secara presentase, jumlah yang kosong adalah sebanyak **10,04 %** dari total jumlah keseluruhan, hal ini berarti bahwa kemampuan mengisi los pasar rakyat seluruhnya oleh pedagang pasar rakyat adalah **89,96 %**. Berdasarkan analisis AER (*Administration Effective Ratio*) untuk subyek pungutan menggambarkan persentase jumlah obyek los yang terisi (intensifikasi) dan tidak terisi (ekstensifikasi) yaitu:

$$\text{AER}_{\text{terisi}} = 7974/8897 \times 100\% = \mathbf{89,96\%}$$

$$\text{AER}_{\text{tidak terisi}} = 894/8897 \times 100\% = \mathbf{10,04\%}$$

Semakin besar angka indeks AER yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat efisiensinya. Indeks AER ini menunjukkan kemampuan untuk menjaring pungutan dan mengukur pungutan dari jumlah obyek pungutan. Sehingga kemampuan pungutan terhadap sewa los pasar di Kota Surakarta bisa dikatakan sudah mendekati capaian pungutan yaitu 89,96% berdasarkan angka AER tersebut, sedangkan sisanya yaitu 10,04 % perlu mendapatkan perhatian untuk bisa mengoptimalkan pungutan dengan strategi monitoring, pengawasan dan penertiban terhadap pemilik los pasar agar bisa mendayagunakan kemampuan aktivitas kios sebagai komponen kehidupan pasar rakyat. Untuk itu pendekatan sosial kepada pedagang pemilik los diperlukan dengan pelaksanaan peraturan dan sosialisasi terhadap hak dan kewajiban pemilik los terhadap pembiayaan sewa los, bukan hanya itu kewajiban penempatan dan mengoperasikan los pasar merupakan keharusan bagi pemilik los. Karena bila los pasar banyak yang kosong dan tidak beroperasi, akan mempengaruhi keberadaan kehidupan pasar tersebut, baik transaksi ekonomi, kemampuan pendapatan maupun sosial masyarakat akan terkena dampak negatif sehingga mangkrak dan hilangnya tatanan komunal pasar tersebut. Untuk kemampuan obyek pungutan yang belum terdaftar atau yang masih kosong/belum operasional penuh pada los pasar adalah:

$$\text{AER}_{\text{objek}} = 7974/894 \times 100\% = \mathbf{8,92\%}$$

Berdasarkan nilai dari AER objek adalah **8,92 %** berarti kemampuan menjaring objek pungutan terutama untuk los yang belum optimal adalah **8,92 %**, sehingga sekitar **91,08 %** sudah tercapai berdasarkan efektivitas penjarangan obyek pungutan, sehingga target dan tujuan dari potensi sewa los pasar rakyat. Kategori tersebut berdasarkan kemampuan keseluruhan dalam menjaring obyek pungutan sudah cukup optimal. Pemerintah kota Surakarta merupakan lembaga yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola potensi daerah, termasuk mengatasi permasalahan dan hambatan yang terjadi di dalamnya. Dalam perencanaan anggaran pendapatan daerah dikenal adanya target, realisasi dan potensi. Target pendapatan adalah rencana pendapatan yang dianggarkan untuk dapat meraih sesuai dengan kemampuan insititusi penghasil pendapatan atau dikenal sebagai anggaran pendapatan. Target penerimaan los pasar dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan institusi penghasil pendapatan diduga akan terus meningkat akan tetapi perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang memungkinkan target tersebut akan menurun.

Tabel 1. Target, Realisasi dan Anggaran Los Pasar Rakyat 2011

Tahun	Los	Target/Bulan	Realisasi/Bulan	Anggaran
2011	Kelas 1	73.669.250	77.841.350	884.031.000
	Kelas 2	28.618.333	26.494.160	343.420.000
	Kelas 3	3.012.167	6.705.320	36.146.000
	Jumlah	105.299.750	111.040.830	

(Sumber: DPP, 2014)

Tabel 2. Target, Realisasi dan Anggaran Los Pasar Rakyat 2012

Tahun	Los	Target/Bulan	Realisasi/Bulan	Anggaran
2012	Kelas 1	73.669.250	106.636.170	884.031.000
	Kelas 2	28.618.333	27.549.265	343.420.000
	Kelas 3	3.012.167	5.548.170	36.146.000
	Jumlah	105.299.750	139.733.605	

(Sumber: DPP, 2014)

Tabel 3. Target, Realisasi dan Anggaran Los Pasar Rakyat 2013

Tahun	Los	Target/Bulan	Realisasi/Bulan	Anggaran
2013	Kelas 1	73.669.250	124.808.820	884.031.000
	Kelas 2	30.701.667	38.673.330	386.420.000
	Kelas 3	3.012.167	4.730.260	36.146.000
	Jumlah	107.383.084	168.212.410	

(Sumber: DPP, 2014)

Tabel 4. Target, Realisasi dan Anggaran Los Pasar Rakyat 2014

Tahun	Los	Target/Bulan	Realisasi/Bulan	Anggaran
2014	Kelas 1	102.067.917	102.393.905	1.224.815.000
	Kelas 2	26.535.917	31.743.525	318.431.000
	Kelas 3	3.656.917	3.496.910	43.883.000
	Jumlah	132.260.751	137.634.340	

(Sumber: DPP, 2014)

Tabel 5. Realisasi Los Pasar Rakyat 2011 - 2014

Los	2011	2012	2013	2014
Kelas 1	3.045.880.675	3.291.247.880	3.276.782.583	3.228.166.360
Kelas 2	403.076.050	483.894.800	498.853.410	433.606.690
Kelas 3	113.661.930	116.531.220	124.055.120	116.122.330
Jumlah	3.571.618.655	3.891.673.900	3.899.691.113	3.777.895.380

(Sumber: DPP, 2015)

Pada los pasar kelas I dari tahun 2011 sampai 2013 mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan pada los kelas I terus mengalami perkembangan, tahun 2014 mengalami penurunan di pasar Legi, Jongke dan Gede. Untuk los pasar kelas II mengalami peningkatan pada tahun 2011 sampai 2013 dan kecenderungan turun pada tahun 2014 yaitu dipasar Ayu Balapan, Tanggul, Ayam dan Mebel, sedangkan untuk los pasar kelas III juga mengalami peningkatan, dari tahun 2011 sampai 2013, sedangkan tahun 2014 mengalami penurunan pada pasar Sibela Mojosongo, Besi Tua dan Ngemplak. Beberapa faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya pendapatan realisasi sewa los adalah: (a) Los pasar kelas I, lebih cenderung meningkat karena untuk pasar-pasar besar lebih stabil dan potensi los banyak yang terisi oleh pedagang pasar, (b) Los pasar kelas II, lebih cenderung mengalami peningkatan karena banyaknya los-los pasar yang terisi, serta perbaikan infrastruktur atau pembangunan pasar yang perlu pembenahan manajemen pasar rakyat lebih lanjut, dan (c) Los pasar kelas III, cenderung mengalami peningkatan karena adanya perbaikan dan pembangunan pasar, serta pembenahan manajemen pasar rakyat.

Tabel 6. Rasio Pengumpulan (*Collection Ratio*) Tahun 2011-2014

Los	2011	2012	2013	2014
Kelas 1	1,05	1,45	1,69	1,00
Kelas 2	0,92	0,96	1,25	1,19
Kelas 3	2,22	1,85	1,57	0,96

(Sumber: Data diolah, 2015)

Realisasi merupakan kenyataan pendapatan yang mampu diraih berdasarkan target yang direncanakan. Dalam hal ini target adalah tumpuan untuk melakukan rencana tindakan peraihan pendapatan, kemampuan menghasilkan pendapatan atas target yang direncanakan. Realisasi ini menunjukkan adanya upaya cukup besar dan sungguh-sungguh dari Pemerintah Kota Surakarta dalam mengelola sumber-sumber yang ada. Realisasi ini dipengaruhi oleh perubahan perkembangan perekonomian lokal, pedagang keliling di perumahan, pertumbuhan ekonomi yang mengalami kelesuan tahun 2015, pertumbuhan infrastruktur kota, kebijakan Pemerintah Kota Surakarta dalam mempromosikan pasar-pasar rakyat,

pelayanan publik dan pengelolaan pasar, kemajuan zaman secara makro dan modern, pengembangan nilai-nilai budaya setempat dan pengaruh *life style* masyarakat terutama pergeseran jual beli konvensional ke jual beli modern yang sudah mempengaruhi masyarakat sekarang ini. Realisasi penerimaan los pasar dari tahun 2011 – 2013, terlihat untuk realisasi penerimaan los kelas I, los kelas II dan los kelas III mengalami kenaikan, dan di tahun 2014 mengalami penurunan. Realisasi ini dipengaruhi oleh keadaan pasar dan kemampuan bayar cenderung turun serta pembangunan pasar tradisional yang belum optimal. Rasio pengumpulan adalah perbandingan antara jumlah realisasi dan target pada pendapatan los pasar. Dalam hal ini, menunjukkan bahwa sejauhmana upaya institusi penghasil dalam mewujudkan rencana anggaran pendapatan yang ditargetkan. Rasio pengumpulan merupakan salah satu ukuran kinerja dari institusi dalam mengelola sumber pendapatan. Rasio pengumpulan bisa bernilai baik yaitu bila mencapai target namun belum sebenarnya dapat meraih potensi yang cukup memadai, hal seperti ini bisa saja terjadi.

Tabel 7. Pertumbuhan Realisasi dari Sewa Los Tahun 2011-2014 (%)

Los	2011	2012	2013	2014
Kelas 1	-	8,01	-0,44	-1,48
Kelas 2	-	20,05	3,09	-1,30
Kelas 3	-	2,52	6,45	-6,39

(Sumber: Data diolah, 2015)

Rasio pertumbuhan dalam hal ini mengukur perbandingan pertumbuhan sewa los pasar terhadap pertumbuhan total retribusi pelayanan pasar. Jika nilai perbandingan tersebut lebih besar dari 1 (satu) artinya sewa los pasar yang diukur tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan total pendapatan retribusi pasar. Sebaliknya jika nilai perbandingan tersebut lebih kecil dari 1 (satu) berarti sewa los pasar yang diukur tumbuh lebih lambat dibandingkan dengan total retribusi pasar dan jika nilai perbandingan tersebut sama dengan 1 (satu) berarti sewa los pasar yang diukur tumbuh sama dibandingkan dengan total retribusi pelayanan pasar. Rasio pertumbuhan dari tahun 2012 sampai dengan 2014 untuk los pasar kelas I adalah 8,01%, (-) 0,44% dan (-) 1,48% dari hasil ini pertumbuhan mengalami penurunan. Untuk los pasar kelas II dari tahun 2012 sampai tahun 2014 adalah 20,05%, 3,90% dan (-) 1,30%, mengalami menurun drastis. Untuk pertumbuhan los pasar kelas III tahun 2012 sampai dengan 2014 adalah 2,52, 6,45 dan (-) 6,39, nilai negatif dikarenakan jumlah realisasi pada tahun sesudah dan sebelumnya mengalami penurunan dan kenaikan pendapatan seiring dengan tidak optimalnya pendapatan los pasar.

Tabel 8. Kontribusi Sewa Los Tahun 2011-2014

Los	2011	2012	2013	2014	Keterangan
Kelas 1	0,8	0,8	0,8	0,8	Sangat Baik
Kelas 2	0,1	0,1	0,1	0,1	Kurang
Kelas 3	0,03	0,02	0,03	0,02	Kurang

(Sumber: Data diolah, 2015)

Untuk kontribusi pendapatan los pasar terhadap retribusi pelayanan pasar adalah cenderung stabil, dikarenakan los pasar yang terisi dari tahun ke tahun tetap dan kesadaran membayar serta pengelolaan keuangan institusi sudah berjalan dengan baik. Penetapan target pendapatan los pasar perlu disesuaikan dengan potensi yang ada, hal ini akan menjadi kendala dalam pemungutan sewa los pasar menjadi kurang sehingga belum mampu memberikan kontribusi yang lebih untuk peningkatan pendapatan. Salah satu sumber pendapatan yang potensial dari retribusi daerah, perlu dilakukan upaya-upaya yang maksimal dan berkesinambungan dari aparaturnya daerah dalam mengoptimalkan penerimaan sewa los pasar ini, baik secara intensifikasi maupun ekstensifikasi, karena Kota Surakarta memiliki pertumbuhan perdagangan yang baik khususnya di bidang jasa dan perdagangan, sehingga retribusi pasar pada masa yang akan datang diharapkan mempunyai prospek yang lebih baik.

Tingkat kontribusi adalah merupakan cara untuk mengukur seberapa besar sumbangan/manfaat pendapatan terhadap peningkatan retribusi daerah. Semakin tinggi tingkat kontribusi sewa los pasar tersebut maka semakin besar manfaat yang diberikan terhadap penerimaan retribusi daerah tersebut. Kontribusi dari hasil pendapatan sewa los pasar terhadap retribusi pelayanan

pasar yang ada tahun 2011 sampai tahun 2013 meliputi los pasar kelas I adalah sangat baik, untuk los kelas II adalah kurang dan untuk los kelas III adalah kurang, dikarenakan pelaksanaan pungutan retribusi pelayanan pasar sudah dan belum optimal. Selain itu juga karena sewa los pasar adalah salah satu komponen dari retribusi pelayanan pasar sehingga sudah memberikan sumbangsih yang cukup pada penerimaan retribusi daerah tersebut.

Sumbangsih yang diberikan dari penerimaan los pasar terhadap retribusi pasar adalah belum baik. Mengingat pelaksanaannya belum maksimal dengan demikian, maka dapat diartikan bahwa kontribusi yang berasal dari penerimaan sewa los pasar rakyat sudah memberikan sumbangan yang berarti terhadap jumlah realisasi retribusi pelayanan pasar tiap tahunnya bahkan semakin meningkat walaupun masih perlu ditingkatkan di los pasar kelas II dan kelas III. Hal ini disebabkan karena dalam penetapan target sudah sesuai terhadap perhitungan potensi pasar yang sebenarnya. Selain itu, akan tetapi perlu diperhatikan faktor lainnya yang dapat menyebabkan menurunnya penerimaan pendapatan yaitu perbandingan jumlah realisasi tiap tahunnya jauh lebih kecil dibandingkan dengan jumlah target tiap tahunnya, perbaikan infrastruktur dan bangunan pasar yang secara bertahap akan mempengaruhi pendapatan serta operasional pendapatan secara umum. Untuk kategori pendapatan los pasar secara keseluruhan dari tahun 2011 sampai dengan 2014 terhadap retribusi pelayanan pasar di Surakarta untuk los pasar kelas I sudah tergolong **sangat baik**, sedangkan untuk los pasar kelas II dan III masih tergolong **kurang**. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pendapatan sewa los pasar sudah berjalan dengan baik disebabkan karena sistem pengelolaan, pemungutan dan kerjasama antar pedagang berjalan normal dengan peningkatan yang sedikit tetapi kecenderungan naik akan terlihat di tahun-tahun kedepannya. Untuk los pasar kelas II dan III perlu peningkatan agar status kurang bisa terpenuhi melalui efektivitas pengisian los yang kosong, upaya promosi dan sosialisasi tentang pasar rakyat yang ada.

Tabel 9. Optimalisasi Sewa Los Pasar Rakyat Tahun 2011-2014

Los	2011	2012	2013	2014	Kategori
Kelas 1	0,8	0,8	0,8	0,8	Optimal
Kelas 2	0,1	0,1	0,1	0,1	Kurang Optimal
Kelas 3	0,03	0,02	0,03	0,02	Kurang Optimal

Untuk kategori optimalisasi pendapatan, bahwa bila dibawah nilainya 0.75 adalah kategori kurang optimal, nilai antara 0.75 sampai 0.99 adalah kategori cukup optimal dan nilainya lebih besar dari 1 masuk kategori optimal. Optimalisasi pendapatan digunakan untuk melihat besar target yang ditetapkan dicapai dalam tahun anggaran yang bersangkutan. Tingkat optimalisasi ini digunakan untuk menelusuri mengapa jenis penerimaan tertentu kontribusinya kecil sehingga tidak berpotensi untuk dikembangkan. Hasilnya terlihat untuk los pasar kelas I tergolong **optimal** sedangkan untuk los pasar kelas II dan III adalah **kurang optimal** hal ini disebabkan banyaknya los yang kosong di pasar kelas II misalnya Pasar Pucang Sawit, Pasar Penumping, Pasar dan permasalahan yang lain disebabkan oleh:

- Los banyak dikeluhkan dan kurang diminati oleh pedagang terkait desain pasar dan tata letak los.
- Minat berjualan di los kurang diminati oleh penerus pedagang, banyak yang beralih kepada kios pasar, hal ini mempengaruhi eksistensi los pasar.
- Pengaruh sosial masyarakat sekitar, misalnya relokasi masyarakat pindah ketempat lain, banyaknya pedagang sayuran keliling, dan anggapan sebagai aset investasi pedagang.
- Penataan barang di pasar rakyat kurang menarik terutama pemilihan jenis barang dagangan, bangunan dan infrastruktur yang dikeluhkan pedagang, fenomena perdagangan oprokan dan peletakan barang dagangan belum mencerminkan kekhasan daerah, hanya terdapat di beberapa pasar saja.
- Pembangunan karakter pedagang dalam kesadaran dan psikologi perdagangan masih rendah, kepemilikan los untuk investasi saja, los dibiarkan kosong dengan alasan pasar sepi pedagang. Untuk itu perlu sosialisasi dan peningkatan kesadaran dalam karakter pedagang yang bisa membangun pasar rakyat yang lebih baik lagi, sesuai dengan sosio

kultur masyarakat pasar rakyat. Secara sosiologis dan kultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual beli barang atau jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling interaksi sosial atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota (Wahyudi dan Ahmadi, 2003). Kebijakan-kebijakan yang terkait dengan pengelolaan pasar, seperti kebijakan perdagangan, tata ruang, dan perizinan lebih banyak berorientasi pada dimensi ekonomi dari konsep pasar.

- f. Faktor eksternal lainnya, yang diperlukan koordinasi dan komunikasi antara Pemerintah Daerah, Lurah Pasar dan Pedagang serta masyarakat. Dalam model pengelolaan pasar perlu melibatkan berbagai stakeholders yang terkait, agar kepentingan dari setiap pihak dapat terakomodasi dengan adil. Dengan demikian, materi muatan kebijakan pengelolaan pasar nantinya akan mengatur pula bagaimana potensi pasar tersebut dikembangkan, mulai dari jenis dan kualitas komoditi yang akan diperjualbelikan, mekanisme bongkar muat komoditi sehingga jalur distribusi produk menjadi lebih efisien dan efektif, serta model kemitraan yang perlu dikembangkan agar tidak ada pihak yang dirugikan akibat renovasi pasar rakyat.

Dilihat dari potensi los pasar rakyat di Kota Surakarta, dengan nilai pertumbuhan dibawah nilai 1 dan kontribusi pendapatan los pasar rakyat diatas nilai 1 maka dikategorikan bahwa potensi los pasar di kelas I dikategorikan **prima**, sedangkan untuk los kelas II dan III secara umum dikategorikan **berkembang**. Bila kategori **prima**, jenis penerimaan dalam posisi prima memiliki pertumbuhan dan kontribusi yang relatif tinggi. Alternatif **strategi pengembangan** melalui **upaya penggalan sumber dan peningkatan tarif cukup seperti sekarang**, sedangkan untuk kategori **berkembang** adalah memiliki pertumbuhan yang besar dan kontribusi yang relatif kecil, alternatif strategi untuk pengembangannya melalui upaya penggalan sumber secara lebih intensif sehingga pertumbuhan terus dilanjutkan dan memberikan kontribusi yang cukup besar . Beberapa strategi tersebut antara lain:

- a. **Mengevaluasi keberadaan sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta** terutama yang memiliki potensi los pasar yang kurang optimal misalnya Pasar Pucangsawit, Pasar-pasar yang sedang direnovasi dan Pasar Mebel.
- b. **Pemerintah Daerah meningkatkan efektivitas dan aktivitas pasar menjadi berfungsi kembali** dengan (1) mewujudkan pasar yang memiliki khas daerah misalnya **pasar souvenir/pasar kreatif** khas Surakarta, (2) mewujudkan pasar **khusus produk UKM** baik makanan, pangan maupun produk lainnya, (3) bekerjasama dengan Pihak Ketiga, (4) **pembangunan pasar rakyat perlu ditinjau** kembali bentuk, desain dan lebih partisipatif, (5) **peninjauan kembali aset-aset pasar** terkait dengan Hak Guna Bangunan/Sertifikasi Lahan dan (6) Sistem **zoning block** atau pengelompokkan pedagang berdasarkan jenis dagangannya terbukti cukup membantu mempermudah pengunjung pasar untuk mencari barang yang diinginkannya serta sistem ini mempermudah petugas retribusi pasar untuk melakukan klasifikasi jenis retribusi yang dikenakan, selain itu juga memudahkan petugas dalam memantau pedagang karena pedagang sudah ditempatkan pada tempatnya sesuai dengan jenis dan klasifikasi jenis barang dagangan sehingga pedagang tidak bisa berpindah-pindah tempat.
- c. Perlu adanya **perencanaan/masterplan pengembangan pasar rakyat** dengan jenis pasar, kekhasan daerah, bentuk dan tata desain, manajemen pasar rakyat secara lebih modern, sehingga akan lebih memudahkan pengelolaan dan pencitraan pasar akan bisa berjalan dengan baik, sebagai kekuatan ekonomi rakyat di Kota Surakarta. Beberapa perencanaan dan manajemen pasar rakyat yang perlu diperhatikan adalah:
 1. **Mempunyai visi dan misi**, pihak pengelola pasar harus memiliki visi dan misi yang jelas tentang arah dan bentuk pasar rakyat yang dikembangkan kedepan.
 2. **Tugas pokok pengelolaan pasar** adalah melakukan pembinaan terhadap pedagang, menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan layak untuk berusaha serta mengupayakan kelancaran distribusi barang sehingga tercipta kestabilan harga barang. Pengelola pasar

harus memahami tugas dan fungsinya sebagai pengelola. Orientasi pemerintah daerah masih lebih cenderung pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah dari pada peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

3. **Memahami SOP** (*Standard Operation Procedure*) berupa kinerjanya dapat diukur yang tertuang didalam SOP, namun saat ini SOP Pasar rakyat dan implementasinya di lapangan belum mencerminkan diterapkannya manajemen yang baik dan benar sehingga masih terjadi banyak salah kelola dan pelanggaran tanpa adanya sanksi yang tegas.
 4. **Memiliki manajemen keuangan** yang akuntabel dan transparan, namun kenyataannya masih belum sesuai karena pengelola pasar masih banyak tidak transparan dan secepatnya menyatakan rugi walaupun kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa potensial untuk mendapatkan keuntungan.
 5. **Pemeliharaan sarana fisik.** Di beberapa pasar rakyat ditemukan bahwa pemeliharaan dilakukan belum optimal dan umumnya dilakukan atas inisiatif pedagang tetapi dengan cara tambal sulam. Kondisi ini menyebabkan pasar rakyat semakin menjadi tidak indah dan bersih. Dampaknya sarana pasar yang seharusnya diperuntukkan untuk bisa bertahan lebih dari 25 tahun menjadi tidak terwujud. Dengan mudah pasar yang baru dibangun, kembali menjadi kumuh dalam waktu singkat.
 6. **Konsep pasar rakyat** adalah mengakomodasi tempat penjualan sektor informasi yang layak dan sesuai dengan yang diinginkan.
 7. **Pengawasan** terhadap barang yang dijual dan standarisasi ukuran serta timbangan. Pengelola pasar harus melakukan koordinasi dengan pihak yang berkompeten untuk melaksanakan pengawasan secara rutin demi melindungi kepentingan konsumen.
 8. **Fasilitas umum**, mushola, parkir, toilet yang bersih, pembuangan sampah dan limbah yang teratur juga merupakan hal penting bagi pengelola pasar untuk mengembangkan pasar tradisionanl (*not just natural but clean*).
 9. **Penataan pasar** yang memenuhi tata letak yang baik. Adanya kemampuan dan ketegasan oleh manajemen pasar dalam mengatur kios dan los secara baik dan rapi. Dalam hal ini pengelola pasar harus tegas mana yang memang peruntukannya mana yang tidak sehingga bagi yang melanggar dapat dikenakan sanksi.
 10. Adanya **sikap mental kewirausahaan** bagi pengelola pasar dan manajemen seperti pelatihan, pendidikan formal, seminar kewirausahaan, komitmen pribadi, lingkungan dan norma yang kondusif, diharapkan mampu menggali seluruh potensi pendapatan yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan kontribusi di masa mendatang.
- d. Adanya **forum Pemerintah Daerah dan forum Pedagang untuk lebih harmonis dan berkomunikasi** secara baik, untuk memajukan perekonomian dan kesejahteraan rakyat tanpa adanya unsur politik, semata-mata karena keuntungan akan tetapi untuk kebersamaan masyarakat. Adanya asosiasi pengelola pasar rakyat yaitu perhimpunan pasar diharapkan mampu memberikan solusi, alternatif jalan keluar serta kebersamaan dalam menentukan sikap dan arah agar pasar rakyat tetap eksis dan berkembang menjadi pasar rakyat modern yang kokoh dan berdaya saing global.

Untuk mengukur tingkat elastisitas pendapatan sewa los pasar rakyat menurut Bagus Santoso (1995) dalam pengukuran elastisitas penerimaan retribusi pasar (E_p) yaitu :

$$E_{p\ 2011} = 7.974 : 3.571.618.655 = \mathbf{0,0000022}$$

$$E_{p\ 2012} = 7.974 : 3.891.673.900 = \mathbf{0,0000020}$$

$$E_{p\ 2013} = 7.974 : 3.899.691.113 = \mathbf{0,0000020}$$

$$E_{p\ 2014} = 7.974 : 3.777.895.380 = \mathbf{0,0000021}$$

Tingkat elastisitas penerimaan sewa los yang terjadi dari tahun 2011 sampai tahun 2014 adalah termasuk dalam kategori *inelastis* ($E_p < 1$) yaitu $0,000002 < 1$, ini berarti bahwa apabila **suatu faktor retribusi pasar** berupa sewa los pasar tersebut **berubah 1%**, maka jumlah penerimaan retribusi pasar akan **berubah kurang dari 1%**.

Untuk proyeksi potensi los pasar rakyat 3 tahun kedepan berdasarkan *time series* atau *analysis regression* adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Proyeksi Realisasi Tahun 2015, 2016 dan 2017

Los	2015	2016	2017	Kategori
Kelas 1	3.389.574.678	3.559.053.412	3.737.006.083	Optimal
Kelas 2	455.287.025	478.051.377	501.953.945	Optimal
Kelas 3	121.928.446	128.024.868	134.426.111	Optimal
Jumlah	3.966.790.149	4.165.129.656	4.373.386.139	
Kenaikan	-	1,98	2,08	

Tabel 11. Proyeksi Pertumbuhan Realisasi Tahun 2015, 2016 dan 2017

Los	2015	2016	2017	Rerata
Kelas 1	0,95	0,95	0,95	0,95
Kelas 2	0,95	0,94	0,95	0,94
Kelas 3	0,94	0,95	0,94	0,94

Dari perhitungan proyeksi realisasi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta dengan pertumbuhan rata-rata di setiap los kelas pasar adalah:

- 1) Untuk los pasar kelas I adalah proyeksi pertumbuhan tahun 2015 sampai dengan 2017 adalah sekitar 1,98 sampai 2,08 dengan asumsi kenaikan proyeksi adalah stabil pada **95%** hal ini menunjukkan bahwa capaian penerimaan di los kelas I adalah **optimal** karena mendekati 100%, sedangkan sisanya sekitar **5 %** dipengaruhi oleh faktor lain.
- 2) Untuk los pasar kelas II adalah proyeksi pertumbuhan tahun 2015 sampai dengan 2017 adalah sekitar 1,98 sampai 2,08 % dengan asumsi kenaikan proyeksi **94%** hal ini menunjukkan bahwa capaian penerimaan di los kelas II adalah **akan optimal** pada tahun 2015 sampai tahun 2017 karena mendekati 100%, sedangkan sisanya sekitar **6 %** dipengaruhi oleh faktor lain.
- 3) Untuk los pasar kelas III adalah proyeksi pertumbuhan tahun 2015 sampai dengan 2017 adalah sekitar 1,98 sampai 2,08 dengan asumsi kenaikan proyeksi sebesar **94%** hal ini menunjukkan bahwa capaian penerimaan di los kelas III adalah akan menjadi **optimal** karena mendekati 100%, sedangkan sisanya sekitar **6 %** dipengaruhi oleh faktor lain.
- 4) Hal ini bisa menunjukkan bahwa pola potensi yang perlu dipertahankan adalah **los pasar kelas I**, sedangkan untuk **los pasar kelas II dan III** masih **perlu peningkatan untuk mengejar target dan realisasi** pencapaian sesuai dengan kemampuan daerah khususnya potensi sewa los pasar rakyat tersebut.

Untuk itu Pemerintah Kota Surakarta dalam menyusun strategi peningkatan dan pengaruh faktor lainnya di sektor ini mencakup antara lain: (1) **meningkatkan kemampuan perekonomian masyarakat daerah dari sewa los pasar terutama los yang masih kosong**, (2) **jaminan keamanan dan kenyamanan pasar**, (3) **efisiensi pelayanan publik**, (4) **stabilitas ekonomi dan politik baik daerah maupun nasional**, (5) **melakukan promosi daerah untuk mempromosikan pasar rakyat baik lokal, nasional maupun internasional**, (6) **kebijakan pasar dan pengembangan yang partisipatif terutama renovasi pasar-pasar yang bangunan sudah rusak, kebijakan regulasi, penataan pedagang dan penciptaan pasar yang sehat**, (7) **meningkatkan jumlah pendapatan secara lebih optimal meliputi pendapatan retribusi pasar**, serta (8) **meningkatkan kemampuan administrasi daerah yang akuntabel dan transparan** dalam pengelolaan Pemerintahan Kota Surakarta.

PENUTUP

1. Potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta adalah berdasarkan los pasar rakyat yang terisi adalah 7.974 unit (**89,96%**) dan los yang masih kosong atau tidak operasional adalah 894 unit (**10,04%**), sedangkan total keseluruhan los pasar yang terdata adalah 8.897 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa: (1) **pemanfaatan dan fungsi los pasar belum optimal**, (2) **kemampuan atau potensi sewa los pasar belum optimal**

berdasarkan kontribusi pendapatan dan realisasi yang diharapkan dan (3) *faktor-faktor lain* yang menyebabkan los-los pasar rakyat masih kosong dan belum optimal.

2. Realisasi dan target dalam potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta dari tahun 2011 sampai tahun 2014:

Tahun	Kelas Los	Score	Kategori
2011	I	0,8	Optimal
	II	0,1	Kurang Optimal
	III	0,03	Kurang Optimal
2012	I	0,8	Optimal
	II	0,1	Kurang Optimal
	III	0,02	Kurang Optimal
2013	I	0,8	Optimal
	II	0,1	Kurang Optimal
	III	0,03	Kurang Optimal
2014	I	0,8	Optimal
	II	0,1	Kurang Optimal
	III	0,02	Kurang Optimal

Potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta untuk los pasar kelas I dikategorikan **prima** sehingga sudah cukup dengan **strategi pengembangan** yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta, sedangkan untuk los pasar kelas II dan III adalah dikategorikan **berkembang** yaitu dengan upaya penggalan sumber secara lebih intensif sehingga pertumbuhan terus dilanjutkan dan memberikan kontribusi yang cukup besar.

3. Proyeksi potensi sewa los pasar rakyat di Kota Surakarta:

Uraian	Tahun Anggaran		
	2015	2016	2017
Los Pasar Kelas I	3.389.574.678	3.559.053.412	3.737.006.083
Los Pasar Kelas II	455.287.025	478.051.377	501.953.945
Los Pasar Kelas III	121.928.446	128.024.868	134.426.111
JUMLAH	3.966.790.149	4.165.129.656	4.373.386.139
Kenaikan	-	1,98	2,08

Bahwa potensi penerimaan sewa los pasar tradisional di Kota Surakarta sudah **optimal** dan pertumbuhannya sudah cukup baik, namun **perlu diperhatikan** dalam menentukan target penerimaan sewa los pasar perlu memperhatikan **kemampuan rasio pengumpulan** pendapatan yang masih **cenderung rendah** terutama di los pasar kelas II dan kelas III, sedangkan di los pasar kelas I kecenderungan stabil, walaupun potensi los kosong maupun **belum operasional** masih sekitar **10,04%** sehingga perhatian terhadap penerimaan sewa los harus diperhatikan dan faktor-faktor lain sebagaimana telah disebutkan di depan.

Saran

1. **Memperluas basis penerimaan los pasar**, yang dilakukan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah, yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial meliputi (a) memperbaiki data dan monitoring, (b) menghitung kapasitas penerimaan dari pendapatan sewa los pasar.
2. **Memperkuat pemungutan**, yang dilakukan untuk memperkuat proses pemungutan yaitu (a) memperhatikan kemampuan daerah, (b) kemampuan pedagang, (c) asas manfaat dan keadilan dalam pengelolaan los pasar, serta (d) untuk lebih optimal dilakukan evaluasi terhadap tarif pungutan sewa los yang disesuaikan dengan kemampuan daerah dan kemampuan pedagang dengan asas keadilan dan kesamaan.
3. **Meningkatkan pengawasan**, dapat ditingkatkan dengan melakukan (a) pemeriksaan dan memperbaiki proses pengawasan, (b) menerapkan sanksi terhadap penunggak sewa los

- pasar dan (c) meningkatkan pengawasan terhadap pembayaran dan pelayanan di Kota Surakarta.
4. **Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan** yaitu (a) memperbaiki prosedur administrasi meliputi regulasi dan SOP yang berhubungan dengan pengelolaan pasar rakyat, (b) meningkatkan efisiensi pemungutan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu Peraturan Daerah tentang Retribusi Daerah, serta (c) penyelenggaraan Peraturan Walikota sebagai pelaksana teknis penyelenggaraan retribusi daerah dan pengelolaan pasar rakyat tersebut.
 5. **Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik**, dilakukan dengan (a) meningkatkan koordinasi dan (b) komunikasi dengan instansi terkait dalam penyelenggaraan pasar rakyat di Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim. 2004. *Otonomi dan Manajemen keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Andrian, Sutedi. 2008. *Hukum Pajak dan Retribusi Daerah*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia
- Dinas Pengelolaan Pasar,
- Elmi, Bachrul. 2002. *Keuangan Pemerintah Daerah Otonom di Indonesia*. Jakarta: UI-Press
- Kesit, Bambang Prakosa. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Grasindo
- Kurniawan, Panca. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia*. Jakarta: Bayumedia
- Mardiasmo. 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi Offset
- Munawir. 2005. *Pokok-pokok Perpajakan*. Jakarta: Liberty
- Riduwan. 2004. *Metodologi dan Riset Data*. Bandung: Alumni
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo
- Surahkmad, winarno. 2004. *Pengantar Penelitian Dasar, Metode Teknis*. Bandung: Trasi
- Wahyudi, Pujo Sugeng dan Mukhlis Ahmadi. *Kasus Pasar Wonokromo, Surabaya: Cermin Buruknya Pengelolaan Pasar*. Artikel dalam Kompas, 24 Maret 2003.

PENGARUH SHARIAH GOVERNANCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PT. BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KOTA SURAKARTA

Siti Zulaikhah

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstract

The research aims to examine and obtain empirical study on the effect of shariah governance implementation on customer loyalty. The object of this research is PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah in Jl Veteran 120 Surakarta, while the number of samples used was 200 respondents using purposive sampling techniques. The analysis tool used is multiple regression with SPSS 16.0. Testing the quality of the data used in this research is a classic assumption test, while the hypothesis testing used the t test analysis method. The results of the research showed that transparency, fairness and shariah compliance has a positive significant effect on customer loyalty, while accountability, responsibility, and independency doesn't have positive significant effect on customer loyalty.

Key Words: Shariah Governance; Customer Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh studi empiris tentang pengaruh penerapan syariah governance terhadap loyalitas nasabah. Obyek dari penelitian ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah di Jl Veteran No 120 Surakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden dan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan SPSS 16.0. Pengujian kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *transparency*, *fairness* dan *shariah compliance* memiliki efek positif secara signifikan terhadap *customer loyalty*, sedangkan *accountability*, *responsibility* dan *independency* tidak memiliki efek positif secara signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: Shariah Governance; Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Penerapan GCG di bank syariah dan konvensional menggunakan prinsip-prinsip yang sama, yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency* dan *fairness*. Perbedaan implementasi *corporate governance* pada perbankan syariah dan perbankan konvensional terdapat pada *shariah compliance* yaitu kepatuhan pada syariah. Penerapan *shariah compliance* di perbankan syariah bertujuan untuk mengurangi praktik riba, *gharar*, dan semua transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, dengan adanya penerapan *shariah compliance* akan menuntut perbankan untuk menjalankan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal serta menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah dijalankan dengan baik seperti dalam hal pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh. Pada konteks perbankan syariah khususnya, *customer loyalty* dapat dijadikan indikator keberhasilan perkembangan bank syariah karena dengan adanya loyalitas akan membuat nasabah enggan untuk menggunakan jasa keuangan yang lain. Hal ini akan memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan kegiatan perbankan syariah yang diharapkan akan terus berkembang.

Istilah *shariah governance* dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari konsep *corporate governance* dan *shariah compliance*. Prinsip-prinsip *corporate governance* merupakan prinsip universal, sedangkan *shariah compliance* merupakan prinsip-prinsip operasional pada bank syariah. Menurut Umam (2011) *corporate governance* adalah sebuah peraturan dan sistem yang digunakan untuk menetapkan dan mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan. Menurut Junusi (2012) *shariah compliance* adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Sehingga *shariah governance* adalah suatu sistem, peraturan, dan proses yang digunakan untuk mewujudkan budaya kepatuhan dalam mengelola resiko perbankan islam serta memonitoring, mengatur, dan mendorong kinerjanya secara efisien agar menghasilkan nilai tambah yang berkesinambungan bagi *stakeholders* dalam jangka panjang yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Pelaksanaan *shariah governance* pada industri perbankan syariah harus berlandaskan kepada enam prinsip dasar. Pertama, transparansi (*transparency*), yaitu keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. Kedua,

akuntabilitas (*accountability*) yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban organisasi bank sehingga pengelolaannya berjalan secara efektif. Ketiga, pertanggungjawaban (*responsibility*) yaitu kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat. Keempat, kemandirian (*independency*) yaitu memiliki kompetensi, mampu bertindak objektif, dan bebas dari pengaruh/tekanan dari pihak manapun (*independen*) serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah. Kelima, kewajaran (*fairness*) yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholders berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan keenam, *shariah compliance* yaitu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku (Kotler dan Keller, 2007:175). Sedangkan menurut Griffin (2002:5), *customer loyalty* adalah suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Olson (dalam Trisno Mushanto, 2004:128) berpendapat bahwa *customer loyalty* merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang. Menurut Ratnasari (2012), *customer loyalty* adalah kesetiaan nasabah terhadap produk-produk perbankan yang ditandai dengan dilakukannya pemakaian suatu produk perbankan secara berulang tanpa terpengaruh situasi serta berbagai strategi pemasaran untuk berpindah ke produk atau jasa perbankan lain karena sudah memiliki keyakinan dan sikap positif secara subjektif maupun objektif atas produk atau jasa perbankan tersebut.

Kurniati (2008) menjelaskan bahwa *transparency* merupakan pengungkapan informasi penting bagi semua pihak berkepentingan agar mengetahui dengan pasti apa yang akan terjadi dan telah terjadi. *Customer loyalty* menurut Afifatuzzulfa (2013) didefinisikan sebagai respon yang berkaitan erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis. Nasabah membutuhkan transparansi dalam hal informasi sehingga bank harus mengungkapkan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, dan dapat dibandingkan serta mudah diakses oleh nasabah sesuai dengan haknya. Penelitian Jumaizi (2011) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Accountability menurut Nurohmah (2012) adalah kewajiban untuk menjawab atau menerangkan kinerja dan tindakan pimpinan organisasi kepada pihak yang memiliki hak dan atau kewenangan meminta keterangan. Perbankan harus menetapkan tanggungjawab yang jelas dari masing-masing bidang organisasi yang selaras dengan visi, misi, sasaran usaha, dan strategi perusahaan. Nasabah adalah *costumer* yang memerlukan pelayanan yang jelas dari perbankan sehingga apabila pelayanan suatu perbankan mampu memberikan informasi dan pelayanan produk serta jasa yang dibutuhkan nasabah serta perbankan syariah mampu melaksanakan tanggungjawab atas kewenangan yang diberikan oleh nasabah maka akan membuat nasabah loyal terhadap perbankan tersebut. Hal ini didukung dalam penelitian Jumaizi (2011) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Menurut Juliansyah (2014) dalam menjaga kelangsungan usahanya perbankan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku. Selain itu bank juga harus bertindak sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Apabila perbankan taat pada peraturan yang telah ditetapkan dan memiliki kekuatan hukum serta peduli terhadap lingkungan dan masyarakat maka akan meningkatkan kepercayaan nasabah, sehingga berdampak kepada loyalitas nasabah terhadap bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Umam (2011) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Salah satu prinsip dari *good corporate governance* yang dimaksud dari penelitian tersebut adalah *Responsibility*.

Wahananto (2010) menyatakan *Independency* adalah keadaan dimana pengelolaan suatu perusahaan dilakukan secara profesional tanpa benturan kepentingan serta pengaruh dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku serta menjalankan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Bank syariah yang dikelola secara profesional akan menjadi nilai tambah bagi bank syariah di mata nasabah. Bank syariah yang mampu melakukan

melakukan aktivitas usahanya dengan profesional, bebas dari segala tekanan dari pihak manapun, serta melindungi kepentingan nasabah akan membuat nasabah merasa aman dan terlindungi. Apabila perbankan bersikap melindungi kepentingan nasabah dan bersikap objektif maka nasabah akan merasa terlindungi dan akan bersikap lebih loyal. Umam (2011) menemukan bahwa *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan salah satu prinsip *good corporate governance* yaitu *Independency*.

Sedangkan menurut Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Kurniati, 2008) *Fairness* berkaitan dengan keadilan bagi semua kepentingan *shareholders* dan semua transaksi yang berhubungan dengan pihak yang berkepentingan. *Customer loyalty* akan terjadi apabila harapan mereka sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan bahkan melebihi apa yang diharapkan. Apabila perbankan mampu meneliti kriteria spesifik masing-masing produk dan jasa yang akan diberikan kepada nasabah serta memperlakukan nasabah secara adil dan sama dalam memenuhi hak-hak nasabah maka hal ini akan meningkatkan *customer loyalty* terhadap bank syariah. Penelitian Intan dan Emile (2015) menyatakan adanya pengaruh positif signifikan antara keadilan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan Umam (2011) menjelaskan bahwa *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. *Fairness* merupakan salah satu prinsip dari penerapan *good corporate governance* di perbankan.

Junusi (2012) mengutarakan bahwa *shariah compliance* merupakan ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah yang artinya bank dalam operasinya mengikuti ketentuan syariah islam, khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara islam. Umumnya nasabah yang menabung di perbankan syariah ingin menjalankan bisnis ataupun transaksi dengan cara yang halal karena selama ini praktik perbankan syariah kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Semakin baik pelaksanaan *shariah compliance* dalam praktik perbankan, maka akan membuat nasabah semakin yakin dan mantap bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat islam. Adanya *shariah compliance* akan membuat *customer loyalty* terhadap perbankan syariah meningkat. Wardayati (2011) melakukan penelitian dengan hasil bahwa *shariah compliance* merupakan indikator berpengaruh dalam implementasi *shariah governance*. Intan dan Emile (2015) menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan antara *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

PT. Bank Republik Indonesia Syariah merupakan salah satu dari tiga Bank Syariah terbesar di Indonesia. Dengan pertumbuhan asset yang cukup pesat serta jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga yang besar semakin mengukuhkan keberadaan BRI Syariah di Indonesia. Selain itu dengan berbagai penghargaan yang diterima, salah satunya adalah **Costumer Loyalty Award 2015** pada 25 Februari 2015 lalu. Berfokus pada segmen menengah kebawah, BRI Syariah menargetkan diri menjadi bank terkemuka dengan berbagai macam produk dan layanan optimal. PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Surakarta beralamat di Jl Veteran No 120 Gajahan, Pasar Kliwon Kota Surakarta Jawa Tengah 57115.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini bersifat analisis kuantitatif atas dasar persepsi nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah di Kota Surakarta. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Surakarta. Sampel penelitian ini adalah sebagian dari populasi, dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 200 orang nasabah dengan memperhitungkan representasi analisis data populasi dan kelayakan kemampuan peneliti. Adapun penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sample* yang ditujukan kepada masyarakat yang pernah/sedang menggunakan produk atau jasa PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah di kota Surakarta dengan mengambil latar belakang responden yang beragam dari sisi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin serta tingkat penghasilan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

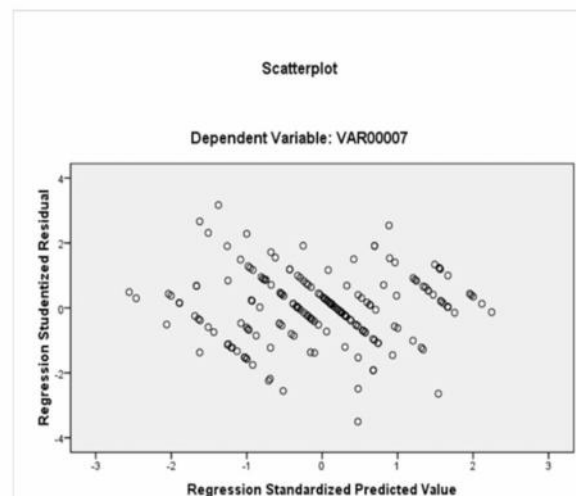
Hasil Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas instrumen ditemukan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,138) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua *item* pertanyaan memenuhi syarat atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan mampu mewakili variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha* dan membandingkan koefisiensi *alpha* dengan koefisien R yaitu 0,6 (Chamal, 2008). Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diketahui bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* sebesar 0,215 > 0,05 ditunjukkan perhitungan SPSS dibawah ini. Hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinieritas dengan melihat VIF dan *Tolerance*. Diketahui nilai *tolerance* semua variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* ($d-w$) didapatkan hasil 2,223. Berdasarkan uji tersebut diketahui nilai $d-w$ berada diantara interval -2 dan 2. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03083316
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.068
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		1.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.215
a. Test distribution is Normal.		



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.791	.784	1.047	2.233

a. Predictors: (Constant), X6, X3, X5, X2, X4, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Berdasarkan analisis data dengan regresi berganda ditemukan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,784 atau 78,4% yang berarti variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 78,4%, sedangkan sisanya sebesar 21,6% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.028	.705		-.039	.969		
X1	.310	.097	.230	3.189	.002	.208	4.815
X2	-.095	.078	-.072	-1.215	.226	.308	3.242
X3	.053	.063	.038	.838	.403	.525	1.904
X4	-.273	.088	-.179	-3.090	.002	.324	3.083
X5	.621	.074	.465	8.377	.000	.351	2.847
X6	.710	.088	.464	8.101	.000	.330	3.027

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Hipotesis**Uji Hipotesis 1**

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar 3,189 dengan koefisien regresi sebesar 0,310 dan taraf signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan variabel *transparency* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* BRI Syariah kota Surakarta. Kepercayaan akan adanya transparansi inilah yang membuat nasabah yakin mengamankan semua bentuk kegiatan usahanya kepada bank syariah terutama BRI Syariah. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini juga mendukung penelitian Jumaizi (2011) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan bahwa transparansi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar -1,215 dengan koefisien regresi sebesar -0,095 dan taraf signifikansi sebesar 0,226 lebih besar dari 0,05 dengan demikian hipotesis ditolak karena arah koefisiennya yang negatif. Menurut hasil analisa pengujian ini menyatakan bahwa *accountability* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap

customer loyalty BRI Syariah kota Surakarta. Hal ini diduga karena nasabah hanya memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh setiap unit kerja bank syariah. Selain itu diduga rendahnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya informasi terkait kebijakan yang diambil oleh bank syariah menjadi salah satu penyebab mengapa *accountability* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara akuntabilitas terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian Jumaizi (2011) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Uji Hipotesis 3

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar 0,838 dengan koefisien regresi sebesar 0,053 dan taraf signifikansi sebesar 0,403 lebih besar dari 0,05 dengan demikian hipotesis ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan variabel *responsibility* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* BRI Syariah kota Surakarta. Hal ini terjadi diduga karena kurangnya pengetahuan nasabah mengenai peraturan perundang-undangan tentang bank syariah. Selain itu diduga minimnya sosialisasi bank syariah kepada nasabah terkait dengan bentuk kepedulian bank syariah kepada masyarakat serta lingkungan membuat hal ini menjadi faktor mengapa *responsibility* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Tidak banyak nasabah yang mengetahui tentang bentuk kepedulian bank syariah kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara *responsibility* terhadap loyalitas nasabah. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Uji Hipotesis 4

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar -3,090 dengan koefisien regresi sebesar -0,273 dan taraf signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis ditolak karena arah koefisiennya yang negatif. Pengujian ini secara statistik membuktikan variabel *independency* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* BRI Syariah kota Surakarta. Hal ini diduga karena adanya tingkat kepercayaan yang lebih dari nasabah terhadap kinerja BRI syariah yang sudah mempunyai otoritas yang mengatur dan mengawasinya. Nasabah beranggapan bahwa setiap aktivitas usaha yang dilakukan oleh bank syariah sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan sehingga diduga nasabah tidak peduli terhadap independensi bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara kemandirian terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini berlawanan dengan pengujian yang dilakukan oleh Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Uji Hipotesis 5

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar 8,377 dengan koefisien regresi sebesar 0,621 dan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan variabel *Fairness* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* BRI Syariah kota Surakarta. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil pengujian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan adanya pengaruh positif signifikan antara keadilan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun hasil ini berlawanan dengan pengujian Junaedi (2012) yang menyatakan bahwa keadilan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Uji Hipotesis 6

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui uji *t* memiliki nilai sebesar 8,101 dengan koefisien regresi sebesar 0,710 dan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan variabel *shariah compliance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* BRI Syariah kota Surakarta. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Wardayati (2011) dan Junusi (2012) yang menyatakan bahwa *syariah compliance* berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas

nasabah. Serta selaras dengan penelitian Intan dan Emile (2015) yang menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan antara *syariah compliance* terhadap loyalitas nasabah.

KESIMPULAN

Dari hasil Pengujian Statistik dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Transparency* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah kota Surakarta.
2. *Accountability* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia kota Surakarta.
3. *Responsibility* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia kota Surakarta.
4. *Independency* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia kota Surakarta.
5. *Fairness* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia kota Surakarta.
6. *Shariah compliance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* PT. Bank Rakyat Indonesia kota Surakarta.
7. *Adjusted R square* sebesar 0,784 yang berarti variabel independen yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, *fairness*, dan *shariah compliance* dapat menjelaskan 7,84% sedangkan sisanya 21,6% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

Penelitian ini terdapat keterbatasan yakni penelitian ini hanya terbatas pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah di Kota Surakarta. Oleh karenanya penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan memasukkan semua sektor perbankan syariah yaitu bank umum syariah dan unit usaha syariah agar mendapatkan hasil yang komprehensif. Selain itu penelitian selanjutnya agar menambah variabel penelitian dan memperluas sample penelitian agar lebih dapat di generalisasikan.

Dalam rangka meningkatkan *customer loyalty* pada bank syariah pada umumnya dan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Surakarta pada khususnya maka perlu:

1. Meningkatkan *accountability* melalui kemudahan akses, penyampaian informasi yang jelas, tepat dan akurat sesuai kebutuhan nasabah serta kebijakan-kebijakan yang diambil mempertimbangkan kepentingan nasabah dan konsisten dengan Undang-undang yang berlaku. Hal tersebut dapat meningkatkan *customer loyalty* pada bank syariah;
2. Meningkatkan *responsibility* dengan meningkatkan pelayanan, respon terhadap nasabah dan lingkungan sehingga akan meningkatkan *responsibility* yang pada akhirnya akan meningkatkan *customer loyalty* pada bank syariah;
3. Meningkatkan *Independency* dan profesionalisme tanpa adanya pengaruh dan tekanan dari pihak manapun sehingga perbankan syariah harus melindungi semua kepentingan *stakeholder* agar dapat terpenuhi dengan semestinya. Selain itu perlunya sikap objektif yang diterapkan oleh perbankan syariah dalam setiap pengambilan keputusan, terutama terkait dengan kualitas pelayanan yang baik kepada para nasabah yang diharapkan akan meningkatkan *customer loyalty* terhadap bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifatuzzulfa, O. 2013. *Pengaruh Brand Image dan Persepsi Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Hasil Konversi Dari Bank Konvensional (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Semarang)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Ghozali, Imam 2011, *Aplikasi Analisis Multivariante dengan program SPSS*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it*, dialih bahasakan oleh Dwi Kartini Yahya. Lexington Books. Singapore
- Intan P., Emile S.D. 2015, *Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal Akuntansi dan Investasi ,16 (1), 12-24.

- Juliansyah. 2014. *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Sektor Perbankan (Studi Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2011)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Jumaizi. 2011. *Good Governance Badan Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan dan Loyalitas Muzaki*. Makalah Ilmiah Informatika, 2 (3), 38-49.
- Junusi, R. 2012. *Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah*. Paper di presentasikan di AICIS Surabaya.
- Junaedi, A. T. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau)*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10 (1), 22-35.
- KNKCG, *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. edisi.12, Jakarta: PT. Indeks
- Kurniati, Y. 2008. *Analisis Pengaruh Pelaksanaan Good Corporate Governance Terhadap Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit (Studi Kasus: PT. Bank Lampung, Lampung)*. Skripsi, Institut Pertanian Bogor.
- Nurohmah, A. 2012. *Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat Kendal*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Ratnasari, Y. 2011. *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Didalam Sustainability Report*. Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Umam, M. 2011. *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada BPRS Artha Mas Abadi Pati)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Wahananto, Edi. 2009. *Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) di Bank Syariah (Studi Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)*. Skripsi, Universitas Brawijaya.
- Wardayati, S. M. 2011. *Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*. Skripsi, Universitas Jember.

**PERAN CITRA DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
MENGUNAKAN KUALITAS LAYANAN TOKO RETAIL DI WILAYAH JAWA TENGAH**

**THE ROLE OF IMAGERY IN IMPROVING CONSUMER LOYALTY BY USING QUALITY
RETAIL STORE SERVICE IN CENTRAL JAVA REGION**

Siti Fatonah

STIE "AUB" Surakarta

siti.fatonah@stie-aub.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji dan menganalisis peran citra retail pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, citra sebagai variabel intervening toko Retail di Wilayah Jawa Tengah. Penelitian ini merupakan penelitian dengan sampling. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel sebanyak 112 (seratus dua belas) responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, analisa jalur, analisa regresi linier berganda, uji t, dengan menggabungkan hasil dari 5 mahasiswa diantaranya : dwi santoso, sri pristiwati, sulistyowati, agus sunarto, wiwik handayani. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *one shot methods* mendapatkan hasil yaitu seluruh item dinyatakan valid dan reliabel. Dari hasil uji linieritas 5 mahasiswa menunjukkan bahwa model yang benar adalah model linier. Hasil persamaan menunjukkan bahwa Untuk menciptakan Loyalitas Konsumen sebuah toko Retail perlu memperhatikan faktor – faktor kualitas pelayanan dan tidak memandang citra sebuah retail, antara lain : Fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang diberikan di toko retail di wilayah jawa tengah sudah sesuai standar, di toko retail di wilayah jawa tengah harus selalu memberikan keandalan dalam pelayanan., di toko retail di wilayah jawa tengah harus selalu tanggap atas keperluan konsumen, di toko retail di wilayah jawa tengah harus selalu memberikan jaminan (*assurance*) pelayanan terutama jaminan harga yang terbaik untuk konsumen, di toko retail di wilayah jawa tengah harus selalu memberikan empati (*emphaty*) atau perhatian kepada semua konsumen. Hasil pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen menunjukkan yang efektif daripada pengaruh tidak langsung Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen melalui citra retail. Artinya dalam menciptakan Loyalitas sebuah toko retail dengan memperhatikan kualitas pelayanan secara langsung dan tidak memandang citra sebuah toko retail.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Citra, Loyalitas Konsumen

Abstract

The purpose of this study is to know, test and analyze the role of retail image on the influence of service quality to consumer loyalty, image as intervening variables Retail store in Central Java Region. This research is a research with sampling. The data used are primary data by taking sample of 112 (one hundred and twelve) respondents. This research use analysis tools such as validity test, reliability test, linearity test, path analysis, multiple linear regression analysis, t test, combining result from 5 students such as: dwi santoso, sri pristiwati, sulistyowati, agus sunarto, wiwik handayani. Testing the validity and reliability is done by using the technique one shot methods to get the results of all items declared valid and reliable. From result of 5 student linieritas test indicate that correct model is linear model. The results of the equation show that To create Consumer Loyalty a Retail store needs to pay attention to service quality factors and do not look at the image of a retail, among others: Physical facilities, equipment, employees, and communication facilities provided in retail stores in the region of central Java is in accordance standard , in retail stores in central java region must always provide reliability in service, in retail stores in central java region must always respond to consumer needs, in retail stores in the region of central java should always provide assurance (*assurance*) services, especially the best price guarantee for consumers, in retail stores in the region of central Java should always provide empathy (*empathy*) or attention to all consumers. The result of direct influence of service quality to consumer loyalty shows effective rather than indirect influence Quality of service to consumer Loyalty through retail image. This means in creating Loyalty of a retail store with attention to the quality of service directly and do not look at the image of a retail store.

Keywords: Quality of service, Image, Consumer Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis semakin maju dan berkompeten didalam persaingan di perekonomian di Indonesia dan di luar negeri. Pasar Tradisional semakin terpojok bila tidak diperbaiki manajemen yang ada kalah dengan pasar modern yang semakin bermunculan banyaknya transaksi melalui online, hal ini terbukti banyaknya toko retail atau mini market yang berdiri di setiap kota kecamatan dan kelurahan maupun jalan raya yang ada, salah satu contoh Alfamart yang semakin banyak, sebagai embrio pasar modern. ini tidak dapat dipungkiri tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produknya agar mampu mempertahankan dari reputasi dan persaingan dan bisa mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk yang ditawarkan. Hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang *inovasi*, seseorang harus jelas terlebih dahulu *segmentasi* dan target mana yang akan disasar,

Selain tiap retail dituntut untuk lebih berinovasi, begitu retail dengan sistem perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan barang atau jasanya kepada calon konsumen, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. (Aryani, Febrina Rosinto 2010:114-116)

Tujuan pemasaran sendiri menurut seorang pakar teori manajemen terbuka Assauri (2009: 21), adalah mengetahui dan memahami pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. Produk yang dibutuhkan selanjutnya retail siap menyediakan produk itu. (Aryani, Febrina Rosinto 2010:114-116).

Fornell, (2006:7) menyatakan loyalitas sebagai kemauan pelanggan untuk terus mendukung sebuah perusahaan dalam jangka panjang membeli dan menggunakan produknya atas dasar rasa suka yang eksklusif dan secara sukarela merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Untuk membentuk loyalitas konsumen perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi, misalnya kualitas pelayanan dan kepuasan, serta citra retail

Hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan bisa memenuhi keinginan sangat baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan baik tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dalam memasarkan produknya, baik itu pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan keramahan wiraniaga, pelayanan satpam, pelayanan kasir, pelayanan pengaturan parkir, hingga pelayanan terhadap kondisi produk pasca pembelian. Pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang dari pihak perusahaan yang menawarkan produk. Dalam meningkatkan kredibilitas suatu produk diperlukan penyaluran dari masyarakat, maka perlu menciptakan citra image suatu perusahaan.

Kotler (Vinsent Gaspersz, 2007:109) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu studi tentang bagaimana bagian pemasaran dan operasional secara bersama melalui teknologi dan orang-orang mampu merencanakan, menciptakan dan menyerahkan suatu corporate yang bermanfaat bagi konsumen dan kaitannya dengan pelayanan mereka. Manajemen kualitas pelayanan dapat diterapkan dalam produk barang maupun jasa, karena yang ditekankan dalam penerapan manajemen kualitas pelayanan adalah perbaikan system kualitasnya.

Menurut Tjiptono (2009:65), citra retail merupakan bagian dari konsep perusahaan (*Corporate Image*) dimana *Corporate Image* merupakan bagian dari konsep kualitas total jasa. Sedangkan menurut Margaretha (2008:78) menganggap citra retail sebagai salah satu faktor terpenting dari karakteristik online perusahaan yang dapat membentuk kepercayaan konsumen terhadap merk.

Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, maka Untuk itulah kiranya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Peran Citra Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dengan Menggunakan Kualitas Layanan Toko Retail Di Wilayah Jawa Tengah”**.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan sampling. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel 112 (seratus dua belas) responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, analisa jalur, analisa regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi dengan menggabungkan hasil dari 5 mahasiswa diantaranya : dwi santoso (2015), sri pristiwati (2015), sulistyowati (2015), agus sunarto (2015), wiwik handayani (2015).

Analisis regresi jalur adalah, analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur dengan intervening citra toko. Pada penelitian ini variabel citra toko ditempatkan sebagai variabel intervening untuk variabel kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen sebuah toko retail di Wilayah Jawa Tengah.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut:.

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon \dots\dots\dots \text{(Persamaan I)}$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \dots\dots\dots \text{(Persamaan II)}$$

Ket :

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2/Y_1 = Citra Toko

Y_2 = Loyalitas

HASIL PENELITIAN

1. Dwi Santoso

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,690	2,061		1,305	,195
	Lokasi	,443	,071	,496	6,253	,000
	Kualitas Pelayanan	,410	,092	,353	4,445	,000

a. Dependent Variable: Citra

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,378	1,384		1,718	,089
	Lokasi	,156	,055	,185	2,816	,006
	Kualitas Pelayanan	-,201	,067	-,183	-3,005	,003
	Citra	,228	,064	,241	3,548	,001
	Kepuasan	,741	,064	,715	11,623	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

2. Sri Pristiwati

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,144	1,681		,681	,498
	Kecepatan Pelayanan	,382	,077	,376	4,983	,000
	Kualitas Pelayanan	,579	,081	,537	7,121	,000

a. Dependent Variable: Citra

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,036	,784		-3,871	,000
	Kecepatan Pelayanan	,203	,040	,191	5,034	,000
	Kualitas Pelayanan	,111	,048	,098	2,315	,023
	Citra	,017	,080	,016	,206	,837
	Kepuasan	,811	,074	,756	10,965	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

3. Sulistyowati

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,214	2,232		-,096	,924
	Kualitas Barang	,573	,105	,490	5,480	,000
	Strategi Harga	,278	,099	,225	2,803	,006
	Kualitas Pelayanan	,109	,109	,088	,999	,320

a. Dependent Variable: Citra

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,955	1,434		-1,363	,176
	Kualitas Barang	,303	,078	,295	3,907	,000
	Strategi Harga	,124	,065	,114	1,893	,061
	Kualitas Pelayanan	,145	,072	,132	2,006	,047
	Citra	,304	,060	,345	5,035	,000
	Kepuasan	,200	,072	,186	2,784	,006

a. Dependent Variable: Loyalitas

4. Agus Sunarto

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,629	2,015		3,291	,001
	Kualitas Pelayanan	,383	,092	,328	4,149	,000
	Penanganan Komplain	,280	,069	,322	4,075	,000

a. Dependent Variable: Citra

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,595	,932		6,005	,000
	Kualitas Pelayanan	,203	,042	,292	4,802	,000
	Penanganan Komplain	,129	,032	,248	4,007	,000
	Citra	,170	,038	,285	4,473	,000
	Kepuasan	,191	,057	,243	3,356	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas

5. Wiwik Handayani

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,155	,982		3,212	,002
	Kualitas Pelayanan	,573	,069	,608	8,324	,000
	Produk	,249	,067	,272	3,730	,000

a. Dependent Variable: Citra

Coefficients^a

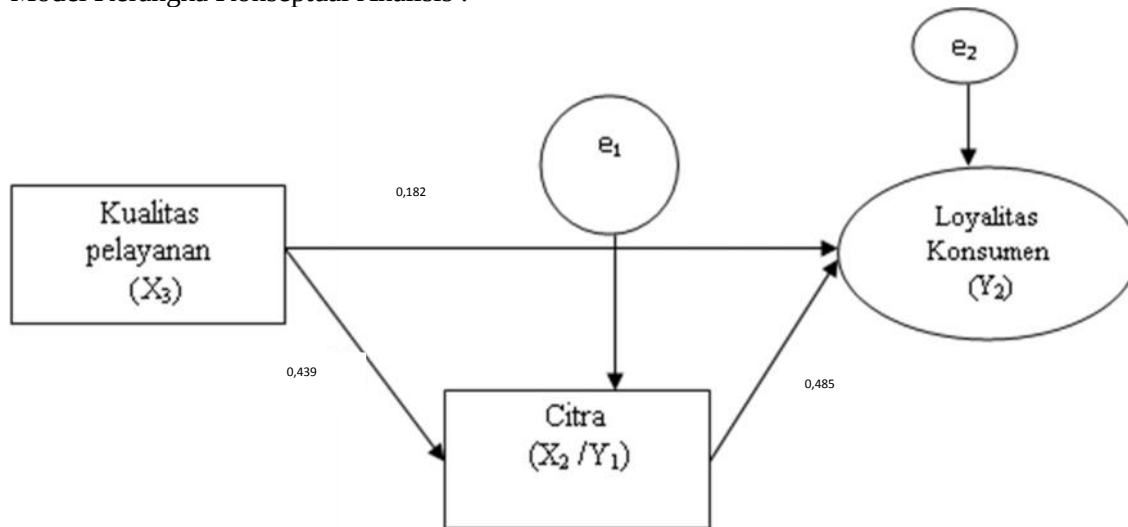
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,751	1,103		-3,400	,001
	Kualitas Pelayanan	,250	,107	,206	2,349	,020
	Produk	,289	,082	,245	3,542	,001
	Citra	-,019	,098	-,015	-,192	,848
	Kepuasan	,572	,081	,524	7,099	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan hasil analisa jalur dapat diperoleh hasil sbb:

$X_1 - Y_1$ Kualitas Pelayanan - Citra	$X_1 - Y_2$ Kualitas Pelayanan - Loyalitas	$X_2 - Y_2$ Citra - Loyalitas
0,353**	- 0,183**	0,241**
0,537**	0,098**	0,016
0,088	0,132**	0,345**
0,328**	0,292**	0,285**
0,608**	0,206**	- 0,015
$\Sigma = 1,914$	$\Sigma = 0,911$	$\Sigma = 0,902$
$\Delta = 0,383$	$\Delta = 0,182$	$\Delta = 0,180$

Model Kerangka Konseptual Analisis :



PEMBAHASAN

INDIKATOR

1). Kualitas pelayanan

No	Indikator	r hitung
a.	Kecekatan penjual dalam melayani pembeli	0,689
b.	Kondisi fisik	0,720
c.	Kelengkapan	0,405
d.	Ketanggapan Harga	0,762
e.	Kepercayaan	0,807

2). Citra Retail

No	Indikator	r hitung
a.	Kompetensi Toko Retail	0,685
b.	Kepercayaan konsumen terhadap Toko Retail	0,647
c.	Keunggulan Toko Retail dibandingkan dengan kompetitornya	0,527
d.	Kepercayaan konsumen terhadap Toko Retail	0,751
e.	Keunggulan Toko Retail dibandingkan dengan kompetitornya	0,746

3) Loyalitas Konsumen

No	Indikator	r hitung
a.	Kesediaan untuk tetap menggunakan jasa meskipun harga produk naik	0,751
b.	Konsumen akan merekomendasikan	0,632
c.	Konsumen berkunjung kembali	0,500
d.	Konsumen akan merekomendasikan kepada rekan atau keluarga pada Sebuah Toko Retail	0,522
e.	Mendorong atau mempengaruhi	0,820

HASIL

1. $Y_1 = 0,383 X_1 + e$
 $Y_2 = 0,182 X_1 + 0,180 Y_1 + e$
Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas sebesar = 0,182
Pengaruh tidak langsung yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui citra = $0,383 \times 0,180 = 0,069$
Hasil Persamaan langsung lebih besar dibandingkan dari persamaan tidak langsung ($0,182 > 0,069$) yang menunjukkan bahwa citra retail tidak efektif untuk memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen toko retail.
2. Untuk menciptakan Loyalitas Konsumen sebuah toko Retail perlu memperhatikan faktor – faktor kualitas pelayanan dan tidak memandang citra sebuah retail, antara lain
 - a. Toko Retail harus kredibel atau dapat dipercaya konsumen. (karena mempunyai r hitung paling tinggi nilainya)
 - b. Fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang diberikan Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah sudah sesuai standar
 - c. Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan keandalan dalam pelayanan.
 - d. Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu tanggap atas keperluan konsumen
 - e. Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan jaminan (*Assurance*) pelayanan yang terbaik untuk konsumen
 - f. Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan empati (*Emphaty*) atau perhatian kepada semua konsumen
3. Konsumen tidak begitu mempermasalahkan citra retail, tetapi lebih mementingkan kualitas pelayanan dalam kecekatan melayani konsumen

PENUTUP

Simpulan

1. Variabel Kualitas pelayanan mempengaruhi variable citra Toko Retail di Wilayah Jawa Tengah.
2. Variabel Kualitas pelayanan mempengaruhi variable Loyalitas konsumen Toko Retail di Wilayah Jawa Tengah.
3. Variabel Citra mempengaruhi variable Loyalitas konsumen Toko Retail di Wilayah Jawa Tengah.
4. Variabel Citra tidak efektif digunakan sebagai variabel intervening.

Saran

1. Dalam menciptakan Loyalitas Konsumen sebuah toko Retail perlu memperhatikan faktor – faktor kualitas pelayanan dan tidak memandang citra sebuah retail, antara lain:
 - a) Fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang diberikan Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah sudah sesuai standar
 - b) Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan keandalan dalam pelayanan.
 - c) Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu tanggap atas keperluan konsumen
 - d) Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan jaminan (*Assurance*) pelayanan yang terbaik untuk konsumen
 - e) Di Toko Retail di wilayah Jawa Tengah harus selalu memberikan empati (*Emphaty*) atau perhatian kepada semua konsumen
2. Toko Retail harus bisa menjaga kepercayaan masyarakat yang menjadi konsumen dalam segala hal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Krismanto, 2007, “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen*”, STIE AUB Surakarta.
- Aryani, Rosinto (2010), “Bisnis dan Birokrasi”, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol 17 No.2, hal.114-116, ISSN.0854-3844
- Agus Sunarto, 2015, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Citra Perusahaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Alfa Mart Tasikmadu Karanganyar*”, STIE AUB Surakarta.

- Anderson, E. and B. Weitz, 2008, "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channel", *Journal of Marketing research* 29 (1), p.18-34.
- Arikunto, Suharsini, 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi ketiga*.
- Bolton, Ruth N and James H. Drew, 2011, "A Multi Stage Model of Customers Assessment of Service Quality and Value", *Journal of Consumer Research*, Januari, 1-9.
- Bontis, Nick and Lorne D. Booker (2007), "The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in perusahaaning industry", *Journal Management Decion*, Vol.45, No.9 p.1426-1445.
- Brown, Stephen W., 2011, "A Multi Stage Model of Customers Assesment of Service Quality and Value", *Journal of Marketing*, April, pp. 92-98
- Cronin J. Joseph Jr and Steven A. Taylor (2007), "Measuring Service Quality : A reexamination and extension", *Journal of Marketing* Vol. 56 (July) p.55 – 68
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu, 2011: *Statistik Induktif, Edisi: 4*, Yogyakarta: BPFE.
- Dwi Santoso, 2015, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Citra Dan Kepuasan Konsumen Di Alfamart Jaten Karanganyar", STIE AUB Surakarta.
- Fornell, Claes; Johnson, Michael D ; Anderson, Eugene W ; Cha, Jaesun; Bryant, Barbara Everitt (2006), "The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings". *Journal of Marketing*, 60 (10). (7 – 18).
- Ghozali, Imam, 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 2006. *Analisis Regresi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gujarati, Damodar. 2005. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden, (2008). "A Model of Reputation Building and Destruction" *Journal of Business Research*. Vol.31, June 1994, No. 1 ; p.23-31.
- Istijanto, 2006, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Juran, J.M., 2011, *Quality Control Handbook*, New York: Mc. Graw-Hill.
- Kotler, Philip. (2008), *Marketing Management*, 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Liu, Tsung-Chi and Li Wei Wu (2007), "Customer retention and cross-buying in the perusahaaning industry : An Integration of service attributes, satisfaction and trust" *Journal of Financial Service Marketing*, Vol.12 No.2 p.132-145.
- Marius, 2009, *Consumer Behavior and Price*, 5th edition, McGraw Hill, New York, NY
- Mandela, (2007), "Study Mengenai Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Start Stick (Studi khusus di Jawa Tengah)", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol III, No.3, Desember 2007. (289-308)
- Oliver, Richard L. (2007), "Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer", McGraw-Hill, New York, NY
- Parasuraman, A., A. Zeithmal, V., & L. Berry, L. 2005 "A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49 (fall).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.25 tahun 1980 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1965 tentang Perusahaan.
- Prichard, mark P, 2010, "Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts", *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (3), p.333-348
- Riduwan, 2005, *Skala pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.
- Selnes, Fred (2008), "An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, 27 (9). (19-35).
- Setyo, Budiarto, 2011, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra perusahaan sebagai Variabel Intervening pada Apotek K-24 Jogjakarta" Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Solomon, Michael (2006), *Consumer Behavior*, 3th edition, McGraw Hill.
- Sugiyono, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sri pristiwati, 2015, "Pengaruh Kecepatan Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Citra Perusahaan Dan Kepuasan Konsumen Di Alfamart Karanganyar Kabupaten Karanganyar", STIE AUB Surakarta.

- Sulistyowati, 2015, “*Pengaruh Kualitas Barang, Strategi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Citra dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Alfamart Lalung Karanganyar)*”, STIE AUB Surakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2007, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wiwik Handayani, 2015, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Loyalitas Melalui Citra Dan Kepuasan Konsumen Alfamart Jungke Karanganyar*”, STIE AUB Surakarta.
- Zeithaml, V.(2008), Consumer Perceptions of Price, “*Quality, and Value : Means End Model and Synthesis of Evidence*”, Journal of Marketing, Vol 52, July, p.2-22
- Zeithaml, Valerie; Berry, Leonard L.;and Parasuraman, A. (2008), “*Sevqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”, *Journal of Retailing*, Vol 64 No.1 Spring

EFEKTIVITAS MEDIASI *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UKM RUMAH MAKAN DI KABUPATEN SRAGEN YANG DIPENGARUHI OLEH ORIENTASI PELANGGAN

Septiana Novita Dewi

Taupiq Nuzuli

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB Surakarta

Septianadewi25@yahoo.co.id

Abstrak

UKM rumah makan dituntut untuk menciptakan strategi yang tepat dalam menciptakan kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan kinerja pemasaran. Banyaknya rumah makan di Kabupaten Sragen membuat persaingan semakin kompetitif dan membuat pebisnis berfikir bagaimana caranya untuk dapat mempertahankan usahanya, salah satunya adalah melalui orientasi pelanggan. Hal ini disebabkan semakin selektifnya pelanggan dalam memilih rumah makan, maka rumah makan harus memahami keinginan dan selera pelanggan agar pelanggan tetap merasa puas atas menu dan pelayanan yang telah diberikan oleh rumah makan di Kabupaten Sragen. Melihat fenomena tersebut, pentingnya *promotional mix* sebagai mediasi untuk meningkatkan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran UKM rumah makan di Kabupaten Sragen. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen yang sesuai dengan UU. No. 20 tahun 2008. Sampel dalam penelitian ini sebanyak indikator $20 \times 5 = 100$ dengan tehnik pengambilan sampel *convenience sampling*. dan analisis penelitian menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja pemasaran serta *Promotional mix* mampu memediasi pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran, karena hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung.

Kata kunci : Orientasi Pelanggan, Promotional Mix, Kinerja Pemasaran

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran merupakan hal penting dalam kelangsungan sebuah bisnis untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif dan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sehingga strategi pemasaran merupakan hal yang tepat bagi pelaku bisnis untuk dapat bersaing dengan pesainnya. Mengingat kebutuhan akan makanan merupakan hal yang utama dalam kebutuhan manusia yang mutlak harus dipenuhi, maka bisnis dibidang rumah makan saat ini menjadi daya tarik pebisnis pada umumnya. Sudah tentu dengan adanya peningkatan pelaku bisnis dalam usaha makanan, semakin banyak pula pesaing yang dihadapi.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Rumah Makan adalah industri kecil menengah yang perlu bekerja lebih ekstra agar mampu berdaya saing dengan industri-industri rumah makan yang sudah memiliki *brand* yang kuat. Rumah Makan merupakan salah satu tempat penyedia kebutuhan makanan. Rumah Makan berkembang pesat akibat dari perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup saat ini menuntut individu untuk banyak melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ni menyebabkan masyarakat saat ini tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk memasak makanan sendiri di rumah. Hal inilah yang mendorong pertumbuhan rumah makan sebagai penyedia kebutuhan makan di luar rumah. (Rustiana, 2008)

UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen memiliki potensi yang besar dalam pebisnis yang ingin memulai usahanya di bidang rumah makan. Hal ini terbukti berdasarkan data laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sragen selama beberapa kurun waktu terakhir dapat dipertahankan pada angka positif. Laju pertumbuhan perekonomian yang positif ini merupakan hasil dari kerja keras seluruh perangkat perekonomian baik dunia usaha maupun pemerintah daerah yang dapat memanfaatkan peluang serta menentukan kebijakan dengan tepat. Tetapi ada beberapa aspek yang perlu digarisbawahi terkait dengan pertumbuhan ekonomi terlepas dari berapa besar nilai pertumbuhannya, yaitu ada pertumbuhan ekonomi yang baik, yaitu pertumbuhan ekonomi pada sektor-sektor atau kegiatan ekonomi yang banyak menyerap tenaga kerja, seperti sektor pertanian, sektor industri ataupun sektor ekonomi lainnya, sehingga akan memiliki pengaruh ganda terutama didalam penyerapan tenaga kerja.

Pertumbuhan ekonomi yang kurang baik, ketika pertumbuhan ekonomi terjadi pada sektor-sektor kurang bisa menyerap tenaga kerja. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran yang tumbuh sebesar 8,36 % disusul sektor Industri Pengolahan yang tumbuh sebesar 8,05 %, dan sektor Pengangkutan dan Komunikasi yang tumbuh sebesar 7,59 %. Sedangkan kenaikan terkecil dialami oleh sektor Pertanian yang tumbuh hanya sebesar 4,00 %.

Tabel I.1. Distribusi PDRB Kabupaten Sragen Tahun 2014

No	Sektor	Distribusi PDRB (%)	
		Harga Berlaku	Harga Konstan
1	Pertanian	35,20	32,45
2	Pertambangan dan Penggalian	0,27	0,29
3	Industri Pengolahan	18,02	22,58
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	1,73	1,21
5	Bangunan/Konstruksi	4,55	4,42
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	17,83	19,11
7	Pengangkutan dan Komunikasi	3,95	3,36
8	Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	3,97	4,11
9	Jasa-Jasa	14,47	12,47

Sumber : Laporan PDRB Kabupaten Sragen, Tahun 2014.

Tidak ada yang mencolok pada perubahan distribusi PDRB pada beberapa Tahun terakhir. Kondisi ini menggambarkan bahwa fundamental perekonomian di Kabupaten Sragen tidak banyak mengalami perubahan. Sektor Pertanian, Industri serta sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran dan Jasa-Jasa masih memberikan kontribusi terbesar pada PDRB Kabupaten Sragen, pada distribusi PDRB atas dasar harga berlaku keempat sektor tersebut menyumbang 85,52% dari total PDRB, dan 86,61% pada harga konstan. Hal ini menunjukkan sektor perdagangan, hotel dan restoran masih merupakan sektor unggulan yang memegang peranan penting di dalam perekonomian Kabupaten Sragen.

Banyaknya Usaha Kecil Menengah (UKM) saat ini yang menyebabkan kelangsungan usaha mengalami tingkat persaingan yang tinggi, terutama industri yang memproduksi produk yang sejenis. Oleh karena itu diharapkan industri memiliki strategi tersendiri yang di desain untuk mewujudkan keunggulan bersaing. Khamidah (2005:18) bahwa keberhasilan suatu produk akan bermuara pada kinerja pemasarannya, dari sinilah suatu produk akan dipertimbangkan oleh konsumen, apakah produk tersebut mempunyai perbedaan dan keunggulan dibanding produk lain dari pesaing yang sejenis.

Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap *target buyer* sehingga dapat menciptakan *superior value* kepada mereka secara terus menerus. Untuk itu dibutuhkan pemahaman pemasar terhadap keseluruhan rantai nilai konsumen, tidak hanya saat ini tetapi juga dalam perkembangannya seiring dinamika kondisi internal pasar. Melalui orientasi pelanggan perusahaan berusaha memahami pelanggannya sekarang maupun pelanggan potensial di masa depan serta apa yang dapat ditawarkan untuk memuaskan keinginan tersebut sekarang atau di masa depan.

Kotler (2007) menyatakan bahwa apa yang menjadi keinginan pelanggan lebih penting dibandingkan dengan produk yang saat ini dijual kepada pelanggan. Pemasaran menurut Adinoto (2012) harus memakai konsep bagaimana perusahaan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan / konsumen dan memenuhinya dengan meletakkan kepuasan serta nilai-nilai pelanggan sebagai hal yang utama dan transaksi sebagai dasar analisis. Pengertian operasional yang merupakan implementasi dari falsafah pemasaran adalah pelaksanaan orientasi pasar oleh manajemen perusahaan. Oleh karena orientasi pasar merupakan implementasi dari konsep pemasaran, maka bisa disimpulkan bahwa perusahaan yang berorientasi pasar pada pelanggan/konsumen adalah perusahaan yang tindakan-tindakannya senantiasa konsisten dengan konsep pemasaran.

Tabel I.2
Mapping Hasil Penelitian Pengaruh Orientasi Pelanggan pada Kinerja Pemasaran

Peneliti	Tahun	Analisis	Hasil
Kevin Zheng, <i>et al</i>	2006	Regresi	Berpengaruh negatif dan signifikan
Sukma dan Harniza	2011	Regresi	Berpengaruh tidak signifikan
Wulandari	2012	Regresi	Berpengaruh positif dan signifikan
Maria dkk	2013	Regresi	Berpengaruh signifikan
Darmanto	2014	SEM	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber : Kevin Zheng, *et al* 2006; Sukma dan Harniza, 2011; Wulandari, 2012; Maria dkk, 2013; Darmanto, 2014

Berdasarkan uraian di atas memberi informasi bahwa terjadi *research gap* hasil penelitian pengaruh orientasi pelanggan pada kinerja pemasaran. *Research gap* hasil penelitian Kevin Zheng, *et al* 2006; Sukma dan Harniza, 2011; Wulandari, 2012; Maria dkk, 2013; Darmanto, 2014 menunjukkan hasil yang tidak konsisten ada yang berpengaruh negatif dan signifikan, tidak signifikan dan positif dan signifikan.

Menurut Angipora (2007:110), *promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat-alat promosi lainnya, yang kesemuanya dirancang untuk mencapai tujuan program penjualan. Untuk melaksanakan tujuan dan sasaran promosi yang telah ditetapkan, perusahaan dapat memilih dan menetapkan elemen-elemen promosi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai sasaran-sasaran yang dituju. Meskipun secara umum elemen-elemen promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi elemen-elemen tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khusus yang akan dilakukan (Angipora, 2007:112). *Promotional mix* adalah salah satu faktor yang berpotensi untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Semakin baik *Promotional mix* yang dilakukan, semakin baik kinerja pemasaran yang dihasilkan. Oleh sebab itu *Promotional mix* digunakan sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan bagian dari kinerja organisasi. Kinerja organisasi terdiri atas kinerja pemasaran, kinerja keuangan, dan kinerja sumber daya manusia. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran yaitu Volume penjualan, *Market share*, dan pertumbuhan penjualan dan kinerja pemasaran sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi omzet penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan (Voss & Voss, 2000; Ferdinand, 2006)

Definisi Orientasi Pelanggan

Orientasi pelanggan adalah merupakan dimensi dari orientasi pasar yang paling utama. Mavondo, *et al.*, (2005) dalam penelitiannya menjelaskan untuk meningkatkan orientasi pelanggan dengan cara meningkatkan indikator dari orientasi pelanggan. Indikator orientasi pelanggan yaitu: a) Komitmen dari semua pengelola terhadap usaha untuk memuaskan pelanggan. b) Mungumpulkan informasi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk dapat dipenuhi perusahaan. c) Berusaha menentukan cara memuaskan pelanggan. d) Berusaha untuk mengetahui keluhan pelanggan dan mencari penyebabnya serta berusaha untuk memperbaiki yang menyebabkan mengeluhnya pelanggan. e) Berusaha selalu memberikan perhatian khusus kepada setiap Pelanggan.

Definisi *Promotional Mix* (Bauran Promosi)

Menurut Angipora (2007:110), *promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat-alat promosi lainnya, yang kesemuanya

dirancang untuk mencapai tujuan program penjualan. Untuk melaksanakan tujuan dan sasaran promosi yang telah ditetapkan, perusahaan dapat memilih dan menetapkan elemen-elemen promosi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai sasaran-sasaran yang dituju. Meskipun secara umum elemen-elemen promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi elemen-elemen tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khusus yang akan dilakukan (Angipora, 2007:112)

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen. Obyek dalam penelitian ini adalah Pemilik atau pengelola UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen. Populasi dalam penelitian ini adalah data yang publikasikan oleh BPS Kabupaten Sragen sebagai UKM dan sesuai dengan kriteria UU. No. 20 tahun 2008. Jumlah pemilik atau pengelola UKM rumah makan di Kabupaten Sragen yang dijadikan populasi sebesar 2.461 responden. (Disperindag Kabupaten Sragen, 2014). Ukuran sampel yang representatif untuk menggunakan *analisis Struktural Equation Modeling* (SEM) sebanyak minimal lima kali jumlah parameternya. (Hair, 2004; Ferdinand. 2006), maka jumlah sampel yang digunakan adalah 20×5 jumlah parameter = 100 responden yang masuk pada kriteria UKM rumah makan di Kabupaten Sragen berdasarkan UU. No. 20 tahun 2008. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan kemudahan-kemudahan tertentu. Kemudahan ini adalah: Mudah mencari alamatnya, mudah transpotasinya dan mudah atau bersedia dijadikan responden

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebarkan kepada UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert* yang berkisar angka 1- 5.

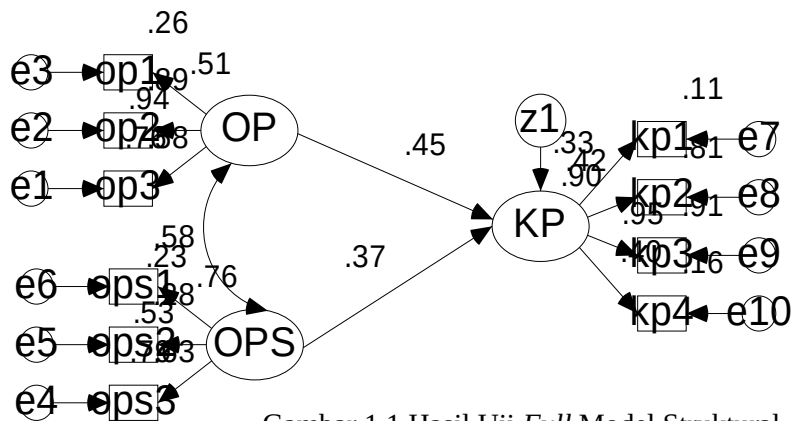
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Pengujian pada orientasi pelanggan, *prmotional mix* dan kinerja pemasaran untuk uji validitas menunjukkan nilai *loading factor* > 0,50, sehingga semua indikator dapat dikatakan valid. Uji reliabilitas pada orientasi pelanggan, *promotional mix* dan kinerja pemasaran menunjukkan nilai *construct reliability* (c.r) lebih besar dari nilai yang diharuskan adalah 0,60. Semua indikator mempunyai nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0,5 pada setiap konstruk dalam model tersebut, sehingga semua indikator pada orientasi pelanggan dapat dikatakan reliabel atau memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

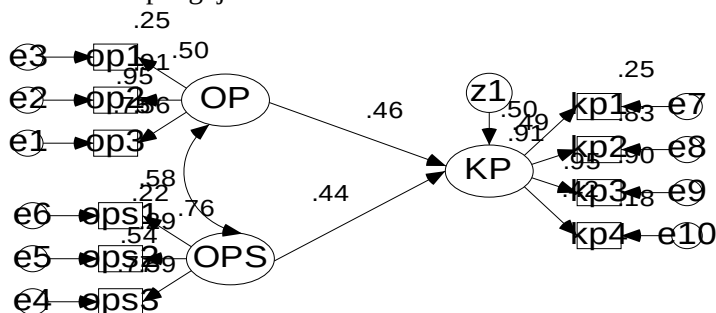
Hasil Full Model Struktural

Hasil dari pengujian *full* model struktural dengan memasukkan variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitas yaitu pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Hasil Uji Full Model Struktural

Hasil dari pengujian model mediasi unconstrain



CHI-SQUARE=68.262

DF=64

PROB=.335

CMINDF=1.067

GFI=.886

AGFI=.804

TLI=.989

CFI=.992

RMSEA=.026

Berdasarkan analisis *goodness of fit indices*, model struktural pada Gambar 1.1 dikatakan *fit*. Model SEM menghasilkan nilai-nilai kesesuaian model (*goodness of fit*) yang disajikan dalam Tabel IV.6, selanjutnya nilai hasil pengujian kesesuaian model ini dibandingkan dengan nilai kritis (*cutt-off value*) yang disarankan untuk masing-masing nilai sesuai dengan *Goodness of Fit Indices*. Model yang baik mempunyai indeks *Goodness of Fit* sesuai dengan *cutt-off* yang disarankan adalah:

Tabel 4.6 Hasil Pengujian *Goodness of Fit* Model SEM

No.	<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil Pengujian	<i>Cut-off Value</i>	Keterangan
1.	<i>Chi-square</i>	74,452	Diharapkan kecil	Baik
2.	<i>Probability</i>	0,222	$\geq 0,05$	Baik
3.	GFI	0,877	$\geq 0,90$	<i>Marginal</i>
4.	AGFI	0,795	$\geq 0,90$	<i>Marginal</i>

5.	TLI	0,980	$\geq 0,95$	Baik
6.	CFI	0,985	$\geq 0,95$	Baik
7.	RMSEA	0,036	$\leq 0,08$	Baik

(Sumber: data diolah, 2017)

Selain hasil pengujian di atas, beberapa pertimbangan yaitu:

a. NCP (*Non-Centrality Parameter*)

Nilai NCP digunakan untuk mengukur tingkat penyimpangan antara sampel kovarian matriks dan *fitted* (model) kovarian matriks. Estimasi model penelitian adalah 0,101 masih diantara nilai 0,000 – 20,330, sehingga masih dapat dipersyaratkan bahwa nilai NCP tergolong baik.

b. ECVI (*Expected Cross Validation Index*)

Nilai ECVI sebesar 1,658, sedangkan ECVI *saturated* model adalah 2,404 dan ECVI *independence* model adalah 15,791. Dalam hal ini nilai ECVI lebih rendah dari ECVI *independence* sehingga model baik untuk direplikasi penelitian selanjutnya.

c. AIC (*Akaike's Information Criterion*)

Berdasarkan nilai AIC sebesar 164.166 lebih kecil dari nilai *independence* AIC sebesar 1563.349 maka model adalah *fit*.

d. NFI (*Normal Fit Index*)

Suatu model jika dikatakan *fit* adalah nilai NFI lebih besar daripada 0,90, sedangkan hasil pengujian adalah 0,886 sehingga model adalah *fit* (Ghozali dan Fuad, 2005).

e. IFI (*Incremental Fit Index*)

Model menghasilkan nilai IFI sebesar 0,986 lebih besar dari batas *cut-off* sebesar 0,90 (Byrne, 1998), sehingga model memiliki tingkat *fit* yang baik.

f. RFI (*Relative Fit Index*)

Nilai RFI yang disyaratkan antara 0 – 1 dengan nilai mendekati angka 1 adalah menunjukkan model *fit*, sedangkan hasil pengujian nilai RFI adalah 0,845 sehingga model memiliki tingkat *fit* yang baik.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel IV.7 Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Estimasi	SE	CR	t Kritis	P	Keterangan
Orientasi Pelanggan → Kinerja Pemasaran	0,185	0,074	2,496	1,961	0,013	<i>Signifikan</i>

(Sumber: data diolah, 2017)

Tabel IV.8 Hasil Pengujian Hipotesis Mediasi

Variabel Eksogen	Variabel Mediasi	Variabel Endogen	Direct Effect	Indirect Effect	Uji Mediasi	p	Keterangan
Orientasi Pelanggan	<i>Promotional Mix</i>	Kinerja Pemasaran	0,437	0,494	0,004	0,000	<i>Signifikan</i>

(Sumber: data diolah, 2017)

KESIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja pemasaran.
2. *Promotional mix* memediasi pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran.

SARAN

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini sebaiknya pemilik atau pengelola UKM rumah makan di Kabupaten Sragen lebih peduli dengan lingkungan, baik dari segi pelanggan maupun pesaing. Hal ini disebabkan secara tidak langsung apabila pemilik atau pengelola UKM rumah makan di Kabupaten Sragen memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan maupun pesaing akan dapat memperoleh informasi dengan mudah.

REFERENSI

- Adinoto., (2012), Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia, *Ultima Management*, Vol 4, No 10.
- Alam, M.M., (2013), Effect of Market Orientation on Small Business Performance in Small Town In Malaysia: An Empirical Study on Malaysian Small Firms, *Journal of Strategic Marketing*, Vol 1, No. 3.
- Agesti Wulandari (2012). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal 1 (2) (2012) ISSN 2252-6552*
- Angipora, M. P. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Baron, R.M & Kenney, D.A. (1986) The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research Conceptual, Strategic and Statistical Consideration, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51.p.1173-1182
- Darmanto, 2014. *Keterkaitan Orientasi Strategi Dan Kinerja Pemasaran: Kemampuan Perubahan Organisasi Memoderasi Orientasi Pasar Pada Orientasi Inovasi UKM Makanan Di Surakarta*. Disertasi UNS Surakarta
- Ferdinand, A. (2006). *Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage*. Unpublished DBA, Theses.Southern Cross. Lismore. Australia
- Ferdinand, A.T, 2005.*Struktural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Fornell and Larcker. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (February), 39-50
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling. Teori, Konsep dan Aplikasi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. 2004.*Multivariate Data Analysis, 5th ed.*, Prentice-Hall, Englewood cliffs, NJ.
- Hair, J.F Jr., R.E., Anderson, R.L.T. and Black, W.C. (2010). *Multivariate data Analysis . 7th Ed*. New Jersey. Prentice-Hall International. Inc
- Kevin Zheng Zhou, James R Brown, Chekitan S Dev and Sanjeev Agarwal, 2006. The effects of customer and competitor orientations on performance in global markets: a contingency analysis. *Journal of International Business Studies (2007) 38, 303–319*
- Kevin Zheng Zhou, James R Brown Chekitan S Dev and Sanjeev Agarwal, 2007. The effects of customer and competitor orientations on performance in global markets: a contingency analysis. *Journal of International Business Studies (2007) 38, 303–319*
- Khamidah, Nur. 2005. “Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Perusahaan Kerajinan Keramik di Sentra Kasongan Kabupaten bantul Yogyakarta)”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 12 No.1
- Kirca, A, H., Jayachandran, S. and Bearden, W. O (2005). Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impact on Performance, *Journal of Marketing*, Vol. 69. p. 24-4
- Kotler, P., (2007), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Maria Mahadewi, Niken Purwasari, Budi Suprpto. 2013. *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Cafe Di Yogyakarta*. Program Pascasarjana, Program Studi Magister, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

- Mavondo, Felix, T. Chimhanzi, Jacqueline, Stewart & Jillian. (2005). Learning Orientation and Market Orientation : Relationship With Invitation, Human Resource Practices and Performance, *European Journal of Marketing*, Vol. 39, p. 1235-1263
- Miller, J. (2003). Outsourcing is Front Page. *Canadian Journal of Administrative Science*. Vol. 27. p. 168-179
- Narver, J.C., & Slater, S.F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 10.
- Narver, J.C., Slater, S.F., (1994), Creating a Market Orientation, *Journal of Market- Focused Management*, Vol. 2, No. 3.
- Rustiana, Iwan, 2008. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Rice Bowl Bogor Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran*. Program Studi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor
- Sekaran, U. dan Bougie, R. 2006. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 5th edition, John Wiley & Sons Inc
- Suendro, Ginanjar . 2010. “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan”. *Jurnal*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sukma Bakti dan Harniza Harun, 2011. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972*
- Undang-Undang. No. 20 tahun 2008 Tentang Kriteria Usaha Kecil Menengah (UKM)
- Voss, G.B., & Voss Z.G. (2000). Strategic Orientation and Firm Performance In an Artistic Enviroment, *Journal of Marketing*, Vol. 64. p. 67-83
- Wahyono. 2001. “Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Industri Meubel di Kabupaten Jepara”. *TESIS* . Universitas Diponegoro.
- Wulandari, Agesti, 2012. Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal 1 (2) (2012) 1 (2) (2012)*

PERAN PERUBAHAN ORGANISASI DALAM MEMODERASI ORIENTASI PELANGGAN TERHADAP ORIENTASI INOVASI

(Studi Empiris: Industri Mebel Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Jawa Tengah)

Aris Tri Haryanto

Email: Arisharyanto26@yahoo.co.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB Surakarta

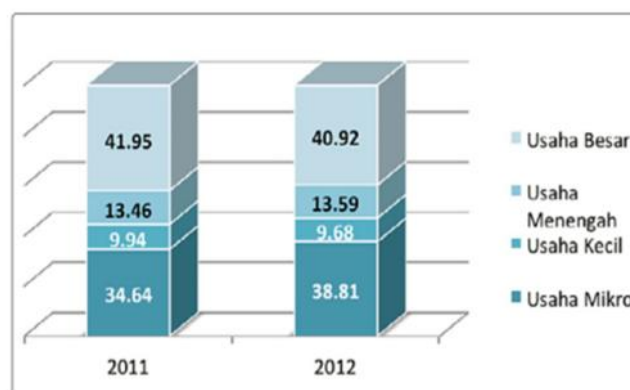
Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang sering disebut dengan istilah UMKM merupakan pelaku penting dalam perekonomian suatu negara ataupun daerah tidak terkecuali di Indonesia.. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Populasi penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM Industri mebel di Jawa Tengah. Kriteria pemilik atau pengelola UMKM yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah data yang publikasikan oleh BPS. Jumlah pemilik atau pengelola UMKM mebel di Jawa Tengah yang menjadi populasi adalah 15.171 orang (disperindag, 2009). Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 250 responden. Jumlah UMKM mebel yang dijadikan sampel 250 responden dari 15.171 UMKM atau 1,6479% dari populasi. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proporsional sampling* yaitu merupakan tehnik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel jumlahnya proporsional dengan jumlah populasinya. Orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi. Semakin tinggi orientasi pelanggan semakin tinggi orientasi inovasi. Perubahan organisasi meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi. Semakin kuat perubahan organisasi maka semakin memperkuat pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi

Kata Kunci: orientasi pelanggan, perubahan organisasi, orientasi inovasi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang sering disebut dengan istilah UMKM merupakan pelaku penting dalam perekonomian suatu negara ataupun daerah tidak terkecuali di Indonesia. Sumbangannya pada Product Domestik Bruto (PDB) sebesar 56,7 persen dan dalam ekspor nonmigas sebesar 15 persen, memberi sumbangan sekitar 99 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai andil 99,6 persen dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki sumbangan yang sangat besar ini kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah sehingga untuk ke depan perlu adanya pembinaan UMKM terutama bidang pemasaran (Nawawi, 2009).



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2014

Berdasarkan Grafik.1. selama tahun 2011 sampai 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM serta penurunan pada usaha besar. Bila pada tahun 2011, usaha besar mencapai 41,95% tahun berikutnya hanya 40,92%, turun sekitar 1,03%. Pada UMKM terjadi sebaliknya. Bila usaha menengah pada tahun 2011 hanya 13,46%, pada tahun 2012 mencapai 13,59%. Ada peningkatan sebesar 0,13%. Berbeda dengan usaha kecil, ada sedikit penurunan dari tahun 2011. Pada tahun itu mencapai 9,94% namun pada tahun 2012 hanya mencapai 9,68%, artinya menurun sekitar 0,26%. Peningkatan cukup

besar terjadi pada usaha mikro, bila tahun 2011 hanya mencapai 34,64%, pada tahun 2012 berhasil meraih 38,81% terjadi peningkatan sebesar 4,17%.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh.

**Banyaknya Perusahaan / Unit Usaha Menurut Jenis Industri di Jawa Tengah
Tahun 2009 - 2013**

Number of Establishment by Kind of Industry in Jawa Tengah 2009 - 2013

Jenis Industri Kind of Industry	2009	2010	2011	2012	2013
01. Agro Industri	323,198	324,684	328,907	329,254	335,782
- Besar	288	269	297	301	305
- Kecil dan Menengah	322,910	324,415	328,610	328,953	335,477
02. Industri	321,271	320,181	316,252	316,586	310,213
- Besar	501	495	528	534	542
- Kecil dan Menengah	320,770	319,686	315,724	316,052	309,671
Jumlah - Besar	789	764	825	835	847
- Kecil dan Menengah	643,680	644,101	644,334	645,005	645,148
- Total	644,469	644,864	645,159	645,840	645,995

Sumber : Dinas Perindustrian Provinsi Jawa Tengah

Source : Industry Service of Jawa Tengah Province

Adanya pertumbuhan yang semakin meningkat jumlah UMKM dari tahun ke tahun khususnya di Provinsi Jawa Tengah membuat para pebisnis berfikir bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan kinerja UMKM agar mampu mengembangkan usahanya. Han, Kim dan Srivastava (1998) menekankan bahwa kinerja inovatif berperan sebagai kombinasi sinergis dari hasil inovasi teknis dan administratif yang berkontribusi positif untuk pertumbuhan dan profitabilitas organisasi, sehingga dapat dinyatakan juga bahwa tipe inovasi merupakan potensi dalam proses kinerja UMKM yang berfungsi untuk meningkatkan usahanya.

Kontribusi UMKM dalam perekonomian mampu menciptakan lapangan kerja karena mereka padat karya, meningkatkan pertumbuhan ekonomi regional dan mendistribusi pendapatan yang lebih merata, bertindak sebagai mitra yang saling melengkapi untuk perusahaan besar ketika mereka mengandalkan kepada pengusaha kecil dan menengah sebagai pemasok mereka dan saluran distribusi, sebagai platform untuk tujuan pelatihan bagi pengusaha dan pekerja muda untuk mengembangkan bisnis dan keterampilan interpersonal. UMKM mampu mengurangi kerentanan negara terhadap krisis keuangan dengan keberhasilan dan kelangsungan hidupnya (Beal & Abdullah, 2003). Urata (2000) hasil penelitiannya menunjukkan kontribusi UMKM pada perekonomian yang sangat besar dan perkembangan yang semakin meningkat dari segi kuantitas ternyata belum diimbangi dengan peningkatan kualitas. Peningkatan kualitas UMKM dapat dilakukan dengan menerapkan orientasi pelanggan.

Grawe (2009) hasil penelitiannya menyatakan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada orientasi inovasi. Kemudian Lewrick 1, Omar2 & Robert (2011) hasil penelitiannya menjelaskan orientasi pelanggan yang kuat berpengaruh positif signifikan pada inovasi. Demikian juga Kaya dan Patton (2011) hasil penelitiannya menunjukkan pengetahuan berbasis sumber daya, orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan pada inovasi. Pada Tabel 1 disajikan Mapping hasil penelitian pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

Tabel 2

Mapping Hasil Penelitian Pengaruh Orientasi Pelanggan pada Orientasi Inovasi,

Peneliti	Tahun	Analisis	Hasil
Lukas & Ferrell	2000	Regresi	Pengaruh sangat lemah
Verhess & Meulenber	2004	Regresi	Pengaruhnya bisa positif bisa negatif.
Grawe	2009	Regresi	Berpengaruh positif
Lewrick, <i>et al</i>	2011	SEM	Berpengaruh positif
Kaya & Patton	2011	SEM	Berpengaruh positif

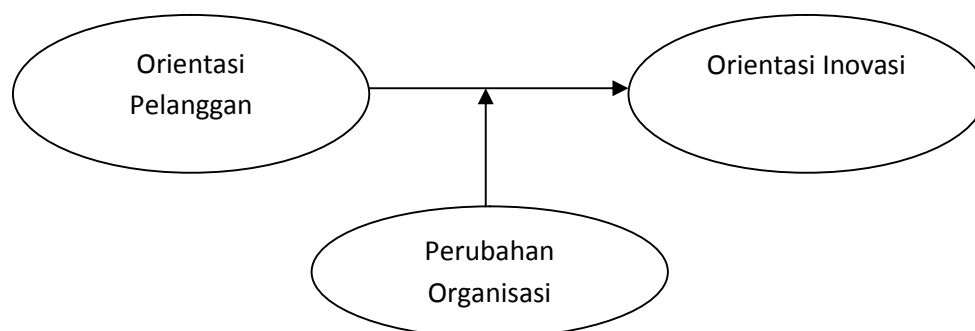
Sumber : Lukas & Ferrell, 2000; Verhess & Meulenber, 2004; Grawe, 2009.

Berdasarkan uraian tersebut di atas Tabel 2 hasil penelitian pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi menunjukkan masih terjadi kontroversi. Ada yang pengaruhnya lemah, ada yang pengaruhnya bisa positif bisa negatif dan ada yang berpengaruh positif.

Perubahan organisasi dijadikan variabel moderasi pengaruh orientasi pasar pada orientasi inovasi karena perubahan organisasi berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi. Semakin kuat kemampuan perubahan semakin tinggi orientasi inovasi. Semakin lemah kemampuan perubahan semakin rendah orientasi inovasi. Tinggi rendahnya orientasi inovasi tergantung pada tinggi rendahnya perubahan organisasi. UMKM untuk meningkatkan orientasi inovasi harus meningkatkan perubahan organisasi (Maree & Htylana id, 2010; Opuspen, 2009; Gravenhost, *et al.*, 2010, Pau, 2011; Dentoni & Domenico, 2011). Sementara itu orientasi pasar berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi (Lewrick, *et al.*, 2011; Kaya & Patton, 2011). Jadi perubahan organisasi dapat dijadikan variabel memoderasi pengaruh orientasi pelanggan terhadap orientasi inovasi. Hal ini sesuai dengan penelitiannya Morgan & Guinness (2005) yang mengusulkan variabel perubahan organisasi memoderasi pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

Penelitian ini memasukkan variabel perubahan organisasi sebagai variabel memoderasi orientasi pelanggan pada orientasi inovasi juga belum ditemukan. Morgan, *et al.* (2005) dalam penelitiannya mengusulkan untuk diadakan penelitian empiris yang menggunakan perubahan organisasi sebagai variabel yang memoderasi orientasi pelanggan pada orientasi inovasi. Jadi sejauh penelusuran peneliti belum ditemukan penelitian empiris yang menguji variabel perubahan organisasi memoderasi orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

KERANGKA PENELITIAN



Sumber: Kirca *et.al*, 2005; Sergio & Roberto, 2008; Grawe, 2009, Lawler, 2000; Tushman & Charles, 2006; Lam, 2011

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM Industri mebel di Jawa Tengah. Kriteria pemilik atau pengelola UMKM yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah data yang publikasikan oleh BPS. Jenis usaha dikelompokkan ke dalam usaha besar, usaha sedang, usaha kecil dan usaha rumah tangga/ usaha mikro. Usaha besar merupakan usaha yang mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih, usaha sedang memiliki tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang, Usaha kecil memiliki tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang, dan usaha rumah tangga memiliki tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang. (UU. No. 20 tahun 2008). Jadi yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengusaha UMKM rumah makan, catering dan industri mebel yang jumlah

karyawannya 5-19 orang untuk usaha kecil dan 20-99 orang untuk usaha menengah Jawa Tengah. Jumlah pemilik atau pengelola UMKM mebel di Jawa Tengah yang menjadi populasi adalah 15.171 orang (disperindag, 2009). Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 250 responden. Jumlah UMKM mebel yang dijadikan sampel 250 responden dari 15.171 UMKM atau 1,6479% dari populasi.

Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proporsional sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel jumlahnya proporsional dengan jumlah populasinya. Sampel yang dipilih harus memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tertentu dalam penelitian ini adalah manajer atau pemilik usaha mebel yang terdiri dari industri mebel yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki tenaga kerja minimal 5 orang dan maksimal 99 orang.
- 2) Tidak merupakan cabang dari perusahaan besar
- 3) Bersedia dijadikan responden dan bersedia memberikan informasi yang diinginkan peneliti dalam waktu yang ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis 1 menyatakan orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi.

Hasil pengujian hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian Pau (2011), hasil penelitiannya menyatakan kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan berpengaruh pada inovasi teknis. Inovasi teknis ini meliputi proses produksi baru dan menghasilkan jenis produk baru. Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan indikator dari orientasi pelanggan. Proses produksi baru dan pembuatan produk jenis baru merupakan indikator dari inovasi teknis. Jadi orientasi pelanggan berpengaruh pada orientasi inovasi.

Hasil pengujian hipotesis ini mendukung penelitiannya Dentoni dan Domenico (2011), hasil penelitiannya menyatakan kepuasan pelanggan, jaringan informasi berpengaruh pada inovasi perusahaan kecil. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat diharapkan oleh setiap pelanggan dan pengelola usaha. Pelanggan yang memperoleh kepuasan akan menjadi pelanggan setia. Pelanggan setia akan memberikan masukan pada perusahaan untuk mengadakan inovasi.

Penelitian ini dilakukan dengan responden pemilik atau pengelola UMKM mebel. Pemilik atau Pengelola UMKM mebel sebagian besar adalah pengusaha kecil. Sebagian besar pengusaha kecil tidak melakukan administrasi dengan baik sehingga orientasi yang diteliti disini hanya orientasi inovasi. Orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi ini terbatas pada orientasi inovasi.

Hipotesis 2 menyatakan perubahan organisasi memoderasi pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

Hasil pengujian hipotesis ini menyatakan perubahan organisasi meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi. Semakin tinggi tingkat perubahan organisasi maka akan semakin tinggi pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi. Hasil ini sesuai dengan saran dari penelitiannya Morgan *et al.* (2005) dalam penelitiannya mengusulkan untuk diadakan penelitian empiris tentang hubungan kemampuan perubahan organisasi akan meningkatkan pengaruh orientasi pasar pada orientasi inovasi.

Hasil pengujian hipotesis ini tidak bertentangan dengan penelitiannya Sergio & Roberto (2008) dan Grawe (2009) yang menyatakan peningkatan daya beli, peningkatan keinginan dan kebutuhan, peningkatan pendapatan, dan perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal dari pelanggan menuntut UMKM mebel harus selalu mengadakan perubahan demi kepuasan pelanggan. UMKM mebel yang punya perubahan organisasi kuat orientasi pelanggan meningkat dan orientasi inovasi juga meningkat untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis ini logis karena pemilik atau pengelola UMKM yang memiliki perubahan organisasi tinggi berarti punya sumber daya untuk perubahan, komitmen karyawan untuk berubah, komitmen pengelola untuk berubah, budaya perubahan, keyakinan perubahan meningkatkan prestasi. Perubahan ini semua ditujukan untuk kepuasan pelanggan. Kepuasan

pelanggan meningkatkan orientasi pelanggan. Orientasi pelanggan meningkatkan orientasi inovasi. Akhirnya perubahan organisasi meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah :

1. Orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan pada orientasi inovasi. Semakin tinggi orientasi pelanggan semakin tinggi orientasi inovasi.
2. Perubahan organisasi meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi. Semakin kuat perubahan organisasi maka semakin memperkuat pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.
3. Penelitian ini memberi informasi tentang teori peran perubahan organisasi pada hubungan orientasi pelanggan pada inovasi teknis. Perubahan organisasi berperan meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

SARAN

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah

1. Pengembangan ilmu pemasaran terutama tentang orientasi pelanggan melalui kegiatan penelitian dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini maka disarankan peneliti yang akan datang untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel moderasi yang lain agar hasilnya lebih meningkat lagi.
2. Pemilik atau pengelola UMKM mebel untuk meningkatkan kinerja harus, menerapkan orientasi pelanggan karena variabel ini berpengaruh positif signifikan pada orintasi inovasi.
3. Meningkatkan perubahan organisasi karena dapat meningkatkan pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.
4. Pemerintah terutama disperindag, dinas UMKM dan koperasi: Dalam mengadakan pembinaan terhadap pemilik atau pengelola UMKM mebel hendaknya menjelaskan secara rinci tentang pentingnya peningkatan perubahan organisasi karena variabel ini memoderasi pengaruh orientasi pelanggan pada orientasi inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alessio, T. Elisa, P., Cipriano, F. (2012). Product Configurator Impact on Product Quality, *International Journal of Production Economics*, Vol. 135. p. 850-859.
- Basile, A. (2012). Entrepreneurial Orientation in Smes: Risk-Taking To Entering International Markets, *Journal Far East Journal of Psychology and Business*, Vol. 7. p. 87-103
- Camelia C. (2012).The Impact Of Latest It Technologies Over The Efficiency Of A Knowledge-Based Organization Management In Romania, *Revista economica*, Vol. Supplement p. 68-76
- Cucculelli M. (2012).New Product Introduction And Product Tenure: What Effects On Firm Growth?, *journal Research Policy*, Vol. 41. p. 808-821
- Ellen, G. (2011), Analysis of Value-Added Meat Product Choice Behaviour by Canadian Households University of Alberta, *Department of Resource Economics and Environmental Sociology in its series Project Report Series with number 99703*.
- Eris, E.D & Ozmen, O.N.T. (2012), The Effect of Market Orientation, Learning Orientation and Innovativeness on Firm Performance: A Research From Turkish Logistics Sector Technological Educational Institute Of Kavala, *International Journal of Economic Sciences and Applied Research (IJESAR)*, Vol. 5. p. 77-108
- Ferdinand, A. (2006). *Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage*. Unpublished DBA, Theses.Southern Cross. Lismore. Australia.
- Francesco, B, & Mario, P, (2011). Engines of Growth. Innovation and Productivity in Industry Groups, *Journal Structural Change and Economic Dynamics*, Vol. 22. p. 27-69
- Gheorghe, P, & Alexandru, S.C. (2010). Innovation Performance Factor of Economic Entities, *Journal Annals of Computational Economics*, Vol. 3. p. 12-25.
- Ghozali, I. (2008). *Model Perencanaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program Amos 16 .0*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Hultén, Peter (2012)A Lindblomian perspective on customer complaint management policies, *Journal of Business Research*, Vol. 65. p. 788-793

- Imoleayo, F. O., (2010). The Impact of Product Price Changes on the Turnover of Small and Medium Enterprises in Nigeria, *Journal brand Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, Vol. 1. p. 60-79
- Ionica, D., (2010). Innovation-A Way of Increasing Small and Medium-Sized Tourism Enterprises Competitiveness, *Journal Romanian Economic and Business Review*, Vol. 5. p. 156-161.
- Jumae, M. Kumar, D. & M. Hanaysha (2012) Impact Of Relationship Marketing On Customer Loyalty In The Banking Sector, *Journal Far East Journal of Psychology and Business*, Vol. 6. p. 36-55
- Kanchanda, K. (2011) Organizational Flexibility Capability, Inovation Advantage and Firm Sustainability: Evidence From Electronic Manufacturing Businesses in Thailand: *International Journal Of Business Strategy*, ISSN: 1553-9563
- Kaya, N. & Patton, J, (2011). The Effects of Knowledge-Based Reseources, Market Orientatation and Learning Ori entation on Innovation Performance: An Empirical Study of Turkish Firms, *Journal of International Development*, Vol. 23. p. 204-219.
- Kotler, P. (2010). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 12th Ed. Englewood Cliff, NJ. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lewrick 1, M., M. Omar2 & Robert L.W. Jr, (2011). Market Orientation and Innovators' Success: an Exploration of the Influence of Customer and Competitor Orientation Technol, *Journal Management Innovasion*, Vol. 6. p. 48-62
- Liau, T.S, & Rice, J. (2010). Innovation Investments, Market engagement and Financial Performance: A Study Among Australian Manufacturing SMEs, *Article Provided by Elsevier in its Journal Research Policy*, Vol. 39. p.117-125.
- Lin F.R. & Hsieh P.S. (2011). A SAT View on New Service Development, *Service Science*, Vol. 3. p. 141-157
- Ma'atoofi, A.R. & K.Tajeddini. (2010). The Effect of Entrepreneurship Orientation on Learning Orientation and Innovation: A Study of Small-Sized Business Firms in Iran, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 1. p. 254-260
- Ming, L.C. (2011), Team and Organizational Resources, Strategic Orientations, and Firm Performance in a Transitional Economy, *Journal of Business Research*, Vol. 64, p. 1344-1351.
- Ming, T.T. & Mei, S.C. (2010). The Impact of Marketing Knowledge Among Managers on Marketing Capabilities and Business Performance, *International Journal Of Management*, Vol. 21. p. 524-530.
- Nadrol, W,M. Breen, J.& Josiassen, A. (2010). Relationship Between Strategic Orientation And SME Firm Performance: Developing A Conceptual Framework, *Contact: Breen, J.Victoria University Melboune, Australiap*, Vol. 8. p. 713-723
- Nybakk, E. (2012). Learning Orientation, Innovativeness And Financial Performance In Traditional Manufacturing Firms: A Higher-Order Structural Equation Model, *International Journal Of Innovation Management*, Vol. 16. p. 1250029-1-1250029-28.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: *Mediation of Learning Orientation Technovation* , Vol. 30. p. 65-75.
- Shabbir, S. Ahmed, K. Kaufmann, H.R. & Malik, E. (2010). Entrepreneur Proactiveness and Customer Value: the Moderating Role of Innovation and Market Orientation, *Journal World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 6. p. 189-205.
- Stephen J. N., Bob T. W., Philip A., Titus, S. & M. Petroshius, (2012). The role of shopping sophistication in creating satisfying purchase outcomes, *Emerald Group Publishing, Journal American of Business* Vol. 26. p. 129-144.

PERAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN DALAM MEMAKSIMALKAN KINERJA DENGAN INOVASI, KEUNGGULAN BERSAING DAN ORIENTASI PASAR BERBASIS *GREEN MARKETING* DI SURAKARTA

Basuki Sri Rahayu

STIE Adi Unggul Bhirawa (AUB) Surakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menyediakan informasi tentang peran lingkungan mikro dan makro perusahaan dalam memaksimalkan kinerja dengan inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing*. Informasi ini berguna bagi pengusaha wisata kuliner yang mengembangkan usahanya terutama yang berbasis *green marketing*. Populasi penelitian ini adalah pemilik/ karyawan tempat wisata kuliner di Surakarta. Sampel penelitian 100 unit tempat wisata kuliner yang dipilih dengan metode *convenience sampling*. Sampel ini berasal dari 6 Kabupaten yaitu Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Sragen, Karanganyar dan Wonogiri, dan satu kota yaitu Surakarta. Masing-masing kabupaten diambil 15 unit dan Kota diambil 10 unit. Hasil Penelitiannya menyatakan bahwa baik lingkungan Mikro maupun lingkungan makro memediasi pengaruh Orientasi inovasi, Keunggulan bersaing, Orientasi pelanggan dan pesaing pada kinerja organisasi.

Keyword : Peran lingkungan, Inovasi, keunggulan bersaing, orientasi pelanggan, *green marketing*.

I. PENDAHULUAN

Lingkungan perusahaan sering dibedakan menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan merupakan lingkungan yang ada dalam perusahaan sedangkan lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang ada di luar perusahaan. Lingkungan internal perusahaan mendukung hubungan langsung antara fungsi manajer dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja (Mohammadreza Dalvi, Hajar Zeinali Borojeni, 2014). Kualitas lingkungan baik internal maupun eksternal berpengaruh pada kinerja. Lingkungan yang baik berpengaruh baik, sedangkan lingkungan yang jelek berpengaruh negatif (Torben Klarl, 2016).

Budaya organisasi, lingkungan perusahaan, lingkungan pemerintah berhubungan positif dengan kinerja (Lin Runhui, 2011; Dorinela Nancu, 2016). Hasil penelitian ini berarti faktor lingkungan sangat menentukan. Lingkungan yang baik menjadikan kinerja baik dan sebaliknya lingkungan yang tidak baik menjadikan kinerja buruk. Berdasarkan research gap orientasi pasar, inovasi dan hasil penelitian yang berbeda untuk variabel keunggulan bersaing maka lingkungan dijadikan variabel mediasi (intervening) antara orientasi pasar, inovasi, keunggulan bersaing pada kinerja pemasaran.

Perkembangan wisata kuliner di Indonesia pada tahun 2000 sampai tahun 2017 ini dilihat dari kuantitasnya sangat menggembirakan, namun perkembangan dari kualitasnya belum sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini yang mendukung untuk diadakan penelitian tentang wisata kuliner. Peningkatan kualitas tempat wisata kuliner dapat dilakukan dengan menerapkan orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing*.

Penelitian tentang pengaruh orientasi inovasi dan kinerja organisasi juga menghasilkan temuan yang bervariasi. Mavondo, Felix, Chimhanzi, Jacqueline, Stewart dan Jillian (2005) menghasilkan temuan bahwa orientasi inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada efektivitas organisasi. Darroch (2005), hasil penelitiannya menyatakan orientasi inovasi tidak memiliki pengaruh pada kinerja baik yang diukur dengan kinerja keuangan maupun kinerja non keuangan yaitu *market share* dan pertumbuhan penjualan. Darmanto (2014) menyatakan orientasi inovasi berpengaruh negatif tidak signifikan pada kinerja.

Jhonson, Dibrell dan Eric (2009), hasil penelitiannya menyatakan orientasi inovasi yang terintegrasi berpengaruh positif pada kinerja perusahaan industri manufaktur. Perusahaan lebih sukses jika lebih berfokus pada kegiatan inovasi. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat research gap hasil penelitian pengaruh orientasi inovasi pada kinerja organisasi. Penelitian orientasi inovasi yang berbasis *green marketing* sepanjang penelusuran peneliti belum ditemukan.

Keunggulan bersaing yaitu kemampuan, asset, skill, kapabilitas dan lainnya yang menampilkan perusahaan untuk bersaing secara efektif di dalam industri (Chiou, Tzu-Yun, Chan, Hing Kai, Lettice, Fiona, Chung, Sai Ho, 2011) dan Menurut Beatrix, L, (2008), keunggulan bersaing yang terus bertahan yaitu kemampuan organisasi untuk belajar lebih cepat dari pada pesaingnya. "Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja pemasaran, tinggi rendahnya kinerja pemasaran ditentukan kuat lemahnya keunggulan bersaing (Li & Zhou, 2010; Gurhan *et al.*, 2011).

Keunggulan bersaing terdiri dari keunggulan dalam produk dan keunggulan dalam pasar. Keunggulan bersaing ini mempengaruhi kinerja. Keunggulan bersaing dalam biaya terdiri dari biaya dalam proses dan biaya pada mesin. Keunggulan bersaing dalam proses dan pada pada mesin mempengaruhi kinerja (Ana *et al.*, 2011; Francesco & Mario, 2011). Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja organisasi. Tinggi rendahnya kinerja organisasi ditentukan kuat lemahnya keunggulan bersaing. (Li & Zhou, 2010; Gurhan *et al.*, 2011). Semua penelitian tentang Pengaruh keunggulan bersaing pada kinerja memberikan hasil yang sama namun besarnya pengaruh masing-masing peneliti masih bervariasi ada yang lemah, kuat dan sangat kuat. Penelitian keunggulan bersaing berbasis *green marketing* masih sedikit ditemukan.

Pengaruh orientasi pelanggan dan pesaing pada kinerja organisasi dihasilkan temuan yang berbeda. Lukas dan Ferrell (2000) orientasi pelanggan dan pesaing tidak memiliki pengaruh pada pengembangan produk baru. Hubungan antara orientasi pelanggan dan pesaing pada kinerja masih sangat lemah. Menurut Verhess dan Meulenbergh (2004) orientasi pelanggan dan pesaing dapat berpengaruh positif atau negatif pada orientasi kinerja, tergantung dari kewenangan pemilik dalam mengembangkan produk baru. Orientasi pesaing yang kuat memiliki pengaruh positif pada kinerja inkremental dan orientasi pelanggan yang kuat berpengaruh positif signifikan pada kinerja inovasi (Grawe, 2009). Hal ini menunjukkan masih terjadi research gap hasil penelitian pengaruh orientasi pelanggan dan pesaing pada kinerja organisasi. Hal yang lebih menarik lagi sepanjang penelusuran peneliti belum pernah diadakan penelitian orientasi pelanggan dan pesaing yang berbasis *Green Marketing*.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : Bagaimana peran lingkungan dalam meningkatkan kinerja dengan Orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing*.

II. KAJIAN PUSTAKA

1. Lingkungan Perusahaan

Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan mikro dan makro. Lingkungan mikro meliputi lingkungan *internal* perusahaan, saluran pemasaran pemasok, perantara pemasaran, distribusi fisik, agen jasa pemasaran, perantara keuangan, pasar pelanggan, dan Pesaing. Lingkungan makro terdiri dari demografis, ekonomi, alam, teknologi, Politik, Budaya. Lingkungan mikro akan menciptakan kekuatan dan kelemahan perusahaan sedangkan lingkungan makro akan menciptakan peluang dan ancaman.

2. Kinerja organisasi perusahaan

Kinerja (*Performance*) dapat didefinisikan sebagai sebuah pencapaian hasil atau *degree of accomplishment* (Coleman, S., Kariv, D. (2013). Hal ini berarti bahwa, kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkat pencapaian tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Pedoman, dalam menilai kinerja organisasi harus dikembalikan pada tujuan atau alasan dibentuknya suatu organisasi. Misalnya, untuk sebuah organisasi privat/swasta yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dan barang yang dihasilkan, maka ukuran kinerjanya adalah seberapa besar organisasi tersebut mampu memproduksi barang untuk menghasilkan keuntungan bagi organisasi (Lewrick, M.1, M. Omar2 & Robert L.W. Jr, 2011).

Teknik memaksimalkan kinerja organisasi dalam bisnis jangka panjang harus mengetahui dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pembelinya. Bisnis yang menempatkan pelanggan sebagai raja dalam organisasi berarti menunjukkan bahwa perusahaan ingin memberi nilai lebih kepada pelanggan dengan

harapan memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang, sehingga dapat memberikan keuntungan yang superior (Li, Y., Wei, Z. & Liu, Y. (2010).

Kinerja yaitu hasil dari usaha dagang, jasa dan manufaktur yang di tunjukan berupa omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Teknik memaksimalkan kinerja dalam bisnis jangka panjang harus mengetahui dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pembelinya. (Ming, L.C., 2011)Coleman, S., Kariv, D., 2013).

3. *Green Marketing*

Green marketing merupakan strategis dalam menciptakan bisnis yang berbasis lingkungan dan kesehatan telah dikenal pada akhir tahun 1980-an dan awal 1990-an. *Green marketing* adalah proses aplikasi dari alat pemasaran yang konsisten dari semua aktifitas, memfasilitasi perubahan untuk mendesain, mempromosikan, mendistribusikan pelayanan dan fasilitas bagi kepuasan keinginan dan kebutuhan manusia tanpa menimbulkan kerusakan dan dampak lingkungan alam (Rosenberger and Ottman, 1998; Kotler. 2010, American Marketing Associate)

4. Konsep *Green Marketing*

Green marketing merupakan salah satu kasus khusus dalam implementasi *supply chain management*, yang terefleksikan dari sikap dan perilaku baik konsumen maupun produsennya. bertujuan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pada sasaran pasar harus didukung oleh pemahaman perilaku konsumen (Kotler, 2010).

Kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing. Perusahaan yang kreatif dan inovatif menganut konsep pemasaran selalu mengamati yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kegiatan *green marketing* merupakan dinamika pasar dan termasuk perubahan orientasi perilaku konsumen untuk lebih peduli lingkungan,

sehingga mendukung pihak pemasar dengan cara-cara terbaru memasarkan produk melalui pendekatan tanggung jawab dan ramah lingkungan. *Green marketing* merupakan istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi kekhawatiran pada konsekuensi lingkungan atas aktivitas pemasaran yang beragam (Cateora dan Graham, 2007).

Green Marketing akan terwujud bila tempat wisata kuliner dapat menciptakan produk dengan karakter dan komposisi yang memiliki dampak pada lingkungan yang lebih kecil, Meningkatkan penggunaan bahan mentah yang lebih efisien. Mengefisienkan penggunaan kemasan dan penggunaan bahan kemasan dapat dipakai berulang-ulang. Mengefisienkan pemakaian energy dalam proses produksi. Meningkatkan ketahanan lama produk yang dihasilkan.

5. Strategi orientasi inovasi berbasis *green marketing*

Strategi orientasi inovasi adalah kegiatan menantang dan menghadapi ketidakpastian yang ada dan versi yang diperbarui orientasi inovasi merupakan pengembangan produk saat ini dan proses produksi, serta inovasi radikal yang pada dasarnya pengembangan atau penerapan ide-ide baru dan teknologi baru (Dewar dan Dutton, 1986).

Strategi orientasi inovasi berbasis *green marketing* merupakan strategi orientasi yang pelaksanaannya sangat mementingkan kondisi lingkungan. Strategi ini mulai dari perencanaan sampai implementasinya menempatkan kepentingan lingkungan pada urutan yang utama.

6. Pengertian Strategi Keunggulan bersaing berbasis *green marketing*

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif (Antonio, N.F. Emilio, R., & Jose, D., 2010; Chiou, Tzu-Yun, Chan, Hing Kai, Lettice, Fiona, Chung, Sai Ho 2011). Strategi keunggulan bersaing berbasis *green marketing* merupakan strategi keunggulan bersaing yang tidak hanya mengutamakan

keuntungan perusahaan tetapi juga kepentingan pesainnya. Strategi ini juga mengutamakan keseimbangan lingkungan perusahaan maupun lingkungan pesaing. Pelaksanaan strategi ini mengutamakan Win-win solution.

7. Strategi orientasi pasar berbasis *green marketing*

Orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menempatkan konsumen sebagai bagian yang utama dalam merencanakan bisnisnya, strategi orientasi pasar terdiri dari strategi orientasi pelanggan dan strategi pesaing (Kara *et al.*, 2005,; Ang Y.S., Lee V.H. & , Tan B. I., 2011). Strategi orientasi pasar merupakan istilah yang populer digunakan oleh para praktisi di bidang pemasaran sebagai implementasi dari konsep pemasaran.

Strategi orientasi pasar berbasis *green marketing* yaitu merupakan strategi orientasi pasar yang pelaksanaannya berdampak positif pada perkembangan lingkungan secara menyeluruh. Lingkungan menyeluruh yaitu lingkungan dari perusahaan, pelanggan dan masyarakat.

III. METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilihat dari sifatnya termasuk penelitian kausal karena bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Sekaran, 2010). Variabel yang diuji hubungannya yaitu orientasi pasar, keunggulan bersaing, inovasi, lingkungan dan Kinerja.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada wisata kuliner di Wonogiri, Klaten, Sragen, Karanganyar, Boyolali, Sukoharjo dan Surakarta.

Waktu penelitian yang digunakan yaitu *cross section* karena dilakukan saat ini, tidak terkait langsung dengan penelitian yang lalu dan yang akan datang.

c. Instrumen pengumpulan dan jenis data.

Instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu daftar kuesioner dan lembar pengamatan. Kuesioner diisi oleh responden, dan lembar pengamatan diisi oleh peneliti. Jenis data dilihat dari sumbernya terdiri dari data primer dan data sekunder.

d. Populasi dan Sampel

e. Populasi penelitian ini yaitu pemilik/ karyawan wisata kuliner di Jawa tengah. Jumlah dari waktu ke waktu selalu bertambah. Peneliti tidak mengetahui jumlah pasti wisata kuliner pada saat ini di Jawa tengah. Sampel dalam penelitian ini yaitu 275 unit wisata kuliner yang dipilih dengan metode *convenience sampling*. Sampel ini di ambil dari 6 Kabupaten, masing-masing kota diambil 15 unit dan 1 Kota ambil 10 unit. Jadi jumlah sampel 100 unit wisata kuliner.

f. Jenis, definisi operasional dan indikator Variabel

Jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1:

Tabel 1 Variabel dan Jenis Variabel

Variabel	Jenis Variabel
Orientasi Pasar	Independen
Keunggulan Bersaing	Independen
Inovasi	Independen
Kinerja Organisasi	Dependen
Lingkungan Mikro	Mediasi
Lingkungan Makro	Mediasi

Sumber: data primer 2017

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Orientasi pasar berbasis *green marketing* terdiri dari orientasi pelanggan dan pesaing. Orientasi pelanggan merupakan komitmen perusahaan dalam memuaskan,

- mengumpulkan informasi kebutuhan, mencari cara memuaskan dan memperhatikan keluhan pelanggan tanpa menimbulkan dampak negatif pada lingkungan usaha
- 2) Orientasi pesaing berbasis *green marketing* merupakan kegiatan perusahaan mendiskusikan informasi, keunggulan, strategi, merespon tindakan pesaing dengan win-win solution
 - 3) Orientasi Inovasi berbasis *green marketing* merupakan inovasi yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk, bahan baku lebih baik dengan dapat sumber daya yang dimiliki.
 - 4) Keunggulan bersaing berbasis *green marketing* yaitu unggul kualitas produk yang dihasilkan, harga jual, biaya produksi, kemampuan asset, kemampuan skill dan kapasitas dengan memanfaatkan teknologi yang mutakhir
 - 5) Kinerja yaitu omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan
 - 6) Lingkungan mikro yaitu lingkungan yang ada di dalam perusahaan yang merupakan penentu kekuatan atau kelemahan perusahaan.
 - 7) Lingkungan Makro yaitu lingkungan yang berada diluar perusahaan yang merupakan penentu peluang atau ancaman perusahaan
- g. Indikator Variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:
- 1) Orientasi pelanggan terdiri dari komitmen memuaskan pelanggan, mengumpulkan informasi kebutuhan pelanggan, cara memuaskan pelanggan, keluhan pelanggan, perhatian kepada pelanggan (Mavondo *et al.*, 2005)
 - 2) Orientasi pesaing terdiri dari diskusi informasi pesaing, informasi keunggulan pesaing, diskusi strategi pesaing, merespon tindakan pesaing, mengungguli pesaing (Mavondo *et al.*, 2005)
 - 3) Orientasi Inovasi teknis terdiri dari pengenalan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk, bahan baku lebih baik (Kirca *et al.*, 2005)
 - 4) Keunggulan bersaing keunggulan kualitas produk yang dihasilkan, harga jual, biaya produksi, kemampuan asset, kemampuan skill dan kapasitas (Ana *et al.*, 2011)
 - 5) Kinerja pemasaran terdiri terpenuhi target penjualan, jumlah pelanggan, pertumbuhan penjualan, jangkauan pemasaran, pertumbuhan laba (Voss & Voss, 2000)
 - 6) Lingkungan Mikromeliputi lingkungan *internal* perusahaan, saluran pemasaran pemasok, perantara pemasaran, distribusi fisik, agen jasa pemasaran, perantara keuangan. pasar pelanggan, dan Pesaing (Kotler, 2010)
 - 7) Lingkungan Makro terdiri dari demografis, ekonomi, alam, teknologi, politik, budaya (Kotler, 2010)
- h. Analisis Data
- 1) Uji validitas
Dalam uji SEM dengan software Lisrel nilai validitas ini diunjukkan oleh lambda. Besarnya lambda adalah 0 - 1, dimana 0 adalah nilai yang paling tidak valid dan 1 adalah valid sempurna. Nilai yang direkomendasikan adalah lebih besar dari 0,5 (Ghozali, 2006).
 - 2) Uji reliabilitas.
Besarnya nilai reliabilitas dihitung dengan rumus :
Reliabilitas konstruk =
$$\text{Measurement Error } (\epsilon_j) = \sqrt{1 - (\text{standardized loading})^2}$$

(Ghozali, 2006)
 - 3) Teknik analisis data
Penelitian ini digunakan teknis analisis statistik deskripsi dengan software Preliis 2.71, dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software lisrel* 8.71. Analisis

statistik deskripsi diperoleh hasil nilai means, standart deviasi, nilai maksimum, nilai minimum dan nilai frekuensi.

Analisis *Structural Equations Modeling (SEM)* dengan *software Lisrel* akan diketahui besarnya pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Analisis *Structural Equations Modeling (SEM)* dengan *software Lisrel* penggunaanya tepat bila dipenuhi uji ketepatan model disajikan pada Tabel 2

Tabel 2 Uji Ketepatan Model

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut off Value</i>
<i>Chi - Square</i>	Kecil
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>NFI</i>	$\geq 0,90$
<i>PNFI</i>	$\geq 0,90$
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$
<i>GFI</i>	0-1
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$

Sumber: Ghozali, 2006

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dapat disajikan pada table 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Analisis

Variabel mediasi Lingkungan mikro, Dependen Kinerja			Keterangan
Variabel Independen	Pengaruh langsung CR P	Pengaruh tidak langsung CR P	
Orientasi Inovasi	2,016 0,044	5,224 0,002	Memediasi
Keunggulan Bersaing	2,196 0,041	6,052 ***	Memediasi
Orientasi pelanggan	2,016 0,044	4,074 ***	Memediasi
Orientasi pesaing	2,196 0,041	7,403 ***	Memediasi
Variabel mediasi Lingkungan makro, Dependen Kinerja			
Variabel Independen	Pengaruh langsung CR P	Pengaruh tidak langsung CR P	
Orientasi Inovasi	2,212 0,021	4,074, 0.00.	Memediasi
Keunggulan Bersaing	2,113 0,020	6,052 0.00.	Memediasi
Orientasi pelanggan	2,438 0,035	6,052 0.00.	Memediasi
Orientasi pesaing	2,438 0.035,	6,052 0.00.	Memediasi

Sumber: Data Primer Diolah 2017

V. PEMBAHASAN

1. Lingkungan mikro perusahaan memediasi pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis green marketing pada kinerja perusahaan

Hasil analisis menyatakan bahwa Lingkungan mikro perusahaan memediasi pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis green marketing pada kinerja perusahaan. Hasil ini sesuai dengan pernyataan semua lingkungan internal/mikro perusahaan mendukung hubungan langsung antara fungsi manajer dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja (Mohammadreza Dalvi, Hajar

Zeinali Borojeni, 2014). Strategis harga maupun kualitas lingkungan, efek strategis memperkuat konsekuensi negatif dari pengaruh lingkungan baik internal maupun eksternal baik positif maupun negatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksternalitas dalam model memerlukan koreksi berdasarkan bauran kebijakan fiskal. Manajer, perantara, pemasok dan pesaing meningkatkan pengaruh bauran orientasi strategi pada kinerja perusahaan (Torben Klarl, 2016). Hasil ini sangat masuk akal karena lingkungan perusahaan yang baik memudahkan untuk melakukan bernilai kebijakan dengan baik. Pelaksanaan kebijakan yang baik secara otomatis akan meningkatkan kinerja

2. Lingkungan makro perusahaan memediasi pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing* pada kinerja perusahaan.

Penelitian pengaruh variabel demografi pada kinerja dilakukan yaitu (Danieule, S., 2012; Yoshitaka Yamazaki, 2012; Christian, P., Wagner, J. 2012; Abdul, T.S *et al.*, 2012), hasil penelitiannya menyatakan variabel demografi berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja. Sementara itu Jane L. S., Rodney C. R., Patricia H. (2006), hasil penelitian menyatakan Wanita berpengaruh positif, laki-laki tidak berpengaruh sedangkan (Evren, Ö., Peyrach, P. F., 2008; Karl, J. W., 2013), menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja laki-laki dan perempuan. Disisi lain Uschi, B.G&Stephan, V. (2013), hasil penelitiannya menemukan bahwa keragaman usia meningkatkan produktivitas.

Budaya organisasi, lingkungan perusahaan, lingkungan pemerintah berubungan positif dengan kinerja (Lin Runhui, 2011, Cristian Odagiu, Phd Student, 2013; Claudine Kearney, Robert D. Hisrich, Bostjan Antoncic, 2013; Dorinela Nancu, 2016). Strategis harga maupun kualitas lingkungan, efek strategis memperkuat konsekuensi negatif dari pengaruh lingkungan baik internal maupun eksternal baik positif maupun negatif (Torben Klarl, 2016). Struktur insentif untuk kebijakan ekonomi hijau diidentifikasi. Hal ini menunjukkan bahwa eco-cluster yang berbeda untuk kelompok lain dan penting untuk perubahan jangka panjang yang berkelanjutan dan dengan demikian perlu komitmen politik dan insentif publik (Alina Pohl, 2015).

Variabel ekonomi yang dijelaskan dalam penelitian ini terdiri dari pemerintah, harga dan pertumbuhan UMKM. Variabel pemerintah terdiri dari kebijakan fiskal dan moneter. Pertumbuhan ekonomi adalah proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Kinerja bisa juga dikatakan sebagai sebuah hasil (*output*) dari suatu proses tertentu yang dilakukan oleh seluruh komponen organisasi terhadap sumber-sumber tertentu yang digunakan (*input*). Kinerja merupakan produk dari kegiatan administrasi, yaitu kegiatan kerjasama untuk mencapai tujuan yang pengelolaannya biasa disebut sebagai manajemen. Variabel lingkungan Makro yang terdiri dari demografi, ekonomi, dan budaya meningkatkan pengaruh keunggulan bersaing dan inovasi pada kinerja (Ming, L.C., 2011). Hasil ini sangat masuk akal karena lingkungan perusahaan yang baik memudahkan untuk melakukan bernilai kebijakan dengan baik.

VI. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan latar belakang, kajian pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan dapat tulis simpulan sebagai berikut :

1. Lingkungan mikro perusahaan memediasi pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing* pada kinerja perusahaan. Pengaruh langsung orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing* pada kinerja perusahaan lebih kecil dari pengaruh tidak langsung atau melalui lingkungan mikro perusahaan
2. Lingkungan makro perusahaan memediasi pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis *green marketing* pada kinerja perusahaan. Pengaruh

langsung orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis green marketing pada kinerja perusahaan lebih kecil dari pengaruh tidak langsung atau melalui lingkungan makro perusahaan.

3. Peran lingkungan perusahaan yaitu meningkatkan pengaruh orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis green marketing pada kinerja perusahaan. Semakin baik lingkungan perusahaan, orientasi inovasi, keunggulan bersaing dan orientasi pasar berbasis green marketing maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan artikel ini yaitu metode pemilihan sampel dengan convenience sampling hal ini dilakukan karena jumlah populasi dari waktu ke waktu selalu mengalami penambahan yang tidak pasti. Tidak ada pihak manapun yang memiliki data yang pasti tentang jumlah poulasi wisata kuliner.

Rekomendasi

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah responden dan memperbaiki metode pemilihan sampel. Penambahan responden dengan melakukan penelitian di jawa tengah sehingga dapat mencerminkan keadaan di Indonesia. Metode pemilihan sampel dengan purpose sampling. Hal ini dapat dilakukan bila jumlah populasinya busa diketahui dengan pasti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, T.S., Hashim, R., Karuthan, C.K.M. (2012). Malaysian Fine Dining Restaurants: Profiling of Consumers' Demographics and Dining-Out Behavior and Determination of Purchasing Orientation Via Demographic Features, [*Journal of Global Business and Economics*](#).Vol. 5,No.1.p 1-14
- Arpita Mehta, 2013, [*Green marketing practice in Indian business environment: a conceptual review, International Journal of Business and Globalisation \(IJBG\), Vol. 11, No. 2,*](#)
- Ana, L. Dionysis, S. & Carmen, L. (2011). Innovative Capabilities: Their Drivers and Effects on Current and Future Performance, *Journal of Business Research*. Vol.64, p. 34-48.
- Ang Y.S., Lee V,H. & , Tan B. I.(2011) The Impact Of TQM Practices On Learning Organisation and Customer Orientation: A Survey Of Small Service Organisations In Malaysia, [*International Journal of Services, Economics and Management*](#),Vol. 3, p.62-77
- Catalina Sitnikov, Laura Vasilescu, Radu Ogarca, Sorin Tudor, (2015). Matrix Model for Choosing Green Marketing Sustainable Strategic Alternatives, Academy of Economic Studies - Bucharest, Romania in its journal The Amfiteatru Economic JournalVol. 17,No.40, p. 909-909
- Chiou, Tzu-Yun, Chan, Hing Kai, Lettice, Fiona, Chung, Sai Ho(2011), The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantage in Taiwan Article provided by journal Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review.Vol 47 () 6 Pages: 822-836
- Coleman, S., Kariv, D. (2013). Gender, Performance and Financial Strategy: A Dynamic Capabilities Perspective, [*Journal of Developmental Entrepreneurship*](#), Vol. 18,p.1350020-1350020-24
- Christian, P., Wagner, J. (2012). Is innovative firm behavior correlated with age and gender composition of the workforce? Evidence from a new type of data for German enterprises, [*Working Paper Series in Economics and Institutions of Innovation with number 291*](#)
- Claudine Kearney, Robert D. Hisrich, Bostjan Antoncic (2013), The mediating role of corporate entrepreneurship for external environment effects on performance, [*Journal of Business Economics and Management*](#).Vol.14no.1Pp. 328-357
- Cristian Odagiu, Phd Student, (2013). Shaping Organizational Culture. The Impact On Performance, Is Developed In The Project "Doctoral Preparation Of Excellence For The Knowledge Society-Predex", Co- Financed By European Social Fund: Sectoral Operational Programme Human Resources Development 2007-2013 No. Contract Identification: Posdru/Cpp107/Dmi1.5/S/77497
- Cui Xiaoming, Hu Junchen, (2012A). Literature Review on Organization Culture and Corporate Performance, *International Journal of Business Administration*, Vol. 3.No. 2

- [Danieule, S.](#) (2012). Italian Medium-Sized Enterprises and The Fourth Capitalism, [Journal of Applied Economic Sciences](#).Vol.VII, 4. Pp. 437-446
- Darmanto, (2014). The Relationship between Strategy Orientation and Marketing Performance: The Role of Organizational Change Capability in Moderating Market Orientation InnovationOrientation, *American International Journal Contemporer Research*, Vol.4, p. 221-229.
- Dorinela Nancu, 2016, Is There a Positive Correlation between the Organizational Culture, Focused on Creating a Pleasant Working Environment and Organizational Performance? Ovidius University of Constantza, Faculty of Economic Sciences in its journal [Ovidius University Annals, Economic Sciences Series](#).Vol. 16, 1 Pp 350-354
- Eris, E.D &Ozmen, O.N.T. (2012), The Effect of Market Orientation, Learning Orientation and Innovativeness on Firm Performance: A Research From Turkish Logistics Sector Technological Educational Institute of Kavala, [International Journal of Economic Sciences and Applied Research \(IJESAR\)](#), Vol.5, p.77-108
- Ghozali, I. (2008). *Model Perencanaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program Amos 16 .0*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Grawe.S.J, (2009), *The Relationship Between Strategic Orientation, Service Innovation, And Performance*, Emerald Group Publishing Limited
- Gurhan, G, Gunduz, U, Kemal, K, & Lutfihak, A, (2011).Effects of Innovation Types on Firm Performance, *Journal of Production Economics*, Vol. 133 p. 662-676.
- Hassan G., Mohammad R., Iman H., (2014). Studying the Effect of Market Orientation on Marketing Effectiveness Case Study: Hotels in Isfahan province, [Journal of Academic Research in Business and Social Sciences](#).Vol.4, No. 1 Pp. 570-579
- Jhon, B. (2009). Organizational Emotional Capability, Product and Process Innovation, and Firm Performance: An Empirical Analysis,*Journal of Engineering and Technology Management Archive*, Vol.6, p.45-56.
- Jhonson, A.J. Dibrell, C.C. & Eric, H. (2009). Market Orientation, Innovativeness, and Performance of Food Companies, *Journal of Agribusiness*, Vol.27, p.85-106
- Jing L. Jingqin Su, (2014). Market Orientation, Technology Orientation And Product Innovation Success: Insights From Cops,*Journal International Journal Of InnovationManagement*.Vol.18 no. 04. Pp1450020-1-1450020-25
- Kardison, Lumbanbatu, Vincent Didiek Wiet Aryanto, (2015).Green Practices Implementation as Prerequisite to Sustain Firm Competitive Advantages: The Empirical Study from Indonesia Large Scale Enterprises (LSEs), journal *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development (IJESD)*.Vol. 6, Pp.34-53
- [Karl, J. W.](#) (2013). Practice Makes Perfect: Entrepreneurial-Experience Curves and Venture Performance The Ratio Institute in its series [Ratio, Working Papers](#) with number 210.
- Kotler, P., (2010). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 12th Ed. Englewood Cliff, NJ. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lewrick, M.1, M. Omar2 & Robert L.W. Jr, (2011). Market Orientation and Innovators' Success: an Exploration of the Influence of Customer and Competitor Orientation Technol, *Journal Management Innovation*, Vol. 6. p.48-62
- Linda Dwi Oktavia, 2013. Pengaruh Suku Bunga Sbi, Nilai Tukar Rupiah, dan Inflasi pada Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Privatisasi
- Lin Runhui, 2011. Research on the relationship among corporate governance environment, governance behavior and governance performance, journal [Nankai Business Review International](#).Vol.2 no. 4.p358-382
- Luca, C.; Tingting, W. (2012). A Study of Small Business Owners' Personal Characteristics and the Use of Marketing Information in the Food and Drink Industry: A Resource-Based Perspective , journal [International Journal on Food System Dynamics](#).. Vol. 03: 2
- Magdalena Bekk, Matthias Spörrle, Rebekka Hedjasie, Rudolf Kerschreiter, 2016,Greening the competitive advantage: antecedents and consequences of green brand equity journal *Quality & Quantity*.Vol.50, 4,p.1727-1746
- Md. Irfanu zaman K. (2013). Human Resource Planning and Competitive Advantage: Investigating the Relationship, [KASBIT Bussiness Journal](#).,Vol.6, No.12, Pp 29-37

- Mirela Sîrbu, Doina Roca(2010). The Impact Of Culture And Organizational Change On The Economic Performance Of Companies, *Societateatiinific De Management Din România B&L Business & Leadership Issn 2069-4814* Nr. 1- 2010, Pp. 103-110
- Ming, L.C. (2011), Team and Organizational Resources, Strategic Orientations, and Firm Performance in a Transitional Economy, *Journal of Business Research*, Vol. 64, p. 1344-1351.
- Mohammadreza Dalvi, Hajar Zeinali Borojeni, 2014, In Business and Social Sciences in [*International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*](#).Vol. 4 No.5 p.113-123
- Muhammad Imtiaz Subhani, 2012, Impact of Organization Culture on Promoting Green Supply Chain American Journal of Scientific Research (AJSR), Iqra University Research Centre- IURC, Iqra University-IU
- Nabsiah, A., W., Elham R., Tan S. S., Ramayah, T. (2011). Relationship between environmental volunteers' demographic characteristics and their green purchase behaviour: evidence from Penang (Malaysia) Inderscience Enterprises Ltd *Journal Int. J. of Global Environmental Issues*.Vol.11: ¾ Pp: 299-309.
- Nordman, C., Julia V. (2013). Inputs, Gender Roles or Sharing Norms? Assessing The Gender Performance Gap Among Informal Entrepreneurs in Madagascar, DIAL, [*Working Papers*](#) with number DT/2013/15
- Pau, A. (2011). The Role of The Orientation Towards Innovation Within Organisation, *Journal Annals of Computational Economics*, Vol.2. p. 151-155.
- Prashant Kumar, Bhimrao Ghodeswar, 2015, Green Marketing Mix: A Review of Literature and Direction for Future Research, *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*. Volume.6 Pages: 42-59
- Rasoul Yarahmadi Somayeh Soleimani Alyar, 2017, Green Management as New Approach to Sustainable Health Economics. The Open Access Journal of Resistive Economics (OAJRE), ISSN 2345 4954 Volume 5 , Issue , Number 3 , Page s38-47
- Sekaran, U., Roger, B. (2010). *Research Methods For Business ASkill Building Approarch*, A John Wiley and Sons Ltd publication Fith Edition
- Simone N., Lengler, J., Pilar, M.F. (2013). Customer Orientation and Sme export performance: Insights from Italian manufacturing firms Società editrice il Mulino, *journal Micro & Macro Marketing*, Vol. 3, Pp.453-470
- Sorinel Capusneanu, Cristian-Marian Barbu, Hassan Danial Aslam, 2012, New Dimensions Of Performance Measurement, *journal Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, Vol. 2.No.14. Pp.1-3
- Thorben C. K. (2013).Imagine Being a Nice Guy: A Note on Hypothetical vs. Incentivized Social Preferences, *Christoph Philipps-Universität Marburg, Faculty of Business Administration and Economics*
- Torben Klarl, (2016), Consumer's Environmental Awareness and the Role of (Green) Entrepreneurship: Lessons from Environmental Quality Competition and R&D Activities for Environmental,Policy, Universitaet Augsburg, Institute for Economics in its series [*Discussion Paper Series*](#) with number 321
- Usta, R, (2011), Strategic Orientations Enriching the Effect of Market Orientation on Company Performance: Literature-Based Holistic Model Proposal, *Journal Anadolu University Journal of Social Sciences* Vol.11, p. 34-45
- Verhess, F. & Meulenbergh M.T.G. (2004) Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance In Small Firms. *Journal Of Small Business Management* Vol.42, p.134-154.
- Yoshitaka, Y. (2012).Learning style and confidence: an empirical investigation of Japanese employees Paper provided by Research Institute, International University of Japan in its series [*Working Papers*](#)with number EMS_2012_09
- Zhu, Qingyun Sarkis, Joseph , 2016, Green marketing and consumerism as social change in China: Analyzing the literature, *International Journal of Production Economics*.Vol.181Pages: 289-302

**PENGARUH EKSTENSIFIKASI DAN INTENSIFIKASI PAJAK TERHADAP TINGKAT
PENERIMAAN PAJAK ORANG PRIBADI DAN BADAN**

***THE EFFECT OF EXTENSIFICATION AND INTENSIFICATION OF TAX ON THE LEVEL
OF TAX ACCEPTION OF PERSONAL AND ENTERPRISE TAXPLAYER REVENUE***

Dalmoko Heru Setiawan¹

Ifah Lathifah²

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari ekstensifikasi dan intensifikasi pajak terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo melalui pelaksanaan kegiatan ekstensifikasi dan intensifikasi pajak. Penelitian ini menggunakan metode kuesioer dengan populasi seluruh pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo yang berjumlah 85 responden. Teknik analisis terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linear berganda serta uji hipotesis. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa Ekstensifikasi dan Intensifikasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayan Pajak Pratama Sukoharjo. Hasil dari koefisien determenasi R juga menunjukkan bahwa 63,2% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh variabel ekstensifikasi pajak dan intensifikasi pajak. Sedangkan sisanya yaitu 36,8% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Agar pelaksanaan kegiatan ekstensifikasi bisa terus berjalan dengan baik. Diperlukan adanya evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan, serta dari pihak kantor juga harus selalu memberi perhatian lebih kepada petugas pelaksana sehingga petugas pelaksana bisa bekerja secara maksimal.

Kata kunci: Ekstensifikasi, Intensifikasi Pajak dan Tingkat Penerimaan Pajak

Abstract

The purpose of this study to determine the effect of extensification and tax intensification on the level of tax revenues of individuals and entities in the Tax Office Pratama Sukoharjo through the implementation of extensification activities and tax intensification. This study uses the questionnaire method with the population of all employees Tax Office Pratama Sukoharjo which amounted to 85 respondents. The analysis technique consists of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear test and hypothesis test. The result of hypothesis test shows that Extensification and Intensification have significant influence to tax rate of individual and entity in Tax Office of Pratama Sukoharjo. The result of determination coefficient of R also shows that 63.2% of tax revenue level is influenced by variable of tax extensification and tax intensification. While the rest of the 36.8% tax revenue level is influenced by other variables not examined in this study. In order for the implementation of extensification activities can continue to run well. Evaluation on the implementation of the activities has been carried out, and the office must also always pay more attention to the implementing officers so that the implementing officers can work optimally.

Keywords : Extensification, Intensification and Tax Acceptance

PENDAHULUAN

Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berkeadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, telah menempatkan sektor perpajakan sebagai salah satu perwujudan negara dalam rangka menciptakan keadilan, keserasian dan keselarasan dalam proses pembangunan.

Pada hakikatnya penerimaan negara adalah semua penerimaan yang diterima oleh negara, yaitu yang berasal dari pungutan pajak (*taxing*), penerimaan negara bukan pajak (PNBN), pinjaman dari dalam negeri dan dari luar negeri (*borrowing*), dari penjualan barang dan jasa milik negara (*selling*) dan bantuan luar negeri atau hadiah (*grant*) dari Negara-negara sahabat. Jadi, sumber penerimaan negara yang utama adalah pajak, pinjaman, dan penjualan (Mardiasmo, 2011:1).

Sekarang ini pajak merupakan penerimaan yang paling dominan dari seluruh penerimaan di Negara Indonesia. Terlihat pada pendapatan negara tahun 2015 yang mencapai Rp 1.491,5 triliun yang disumbang dari pendapatan sektor pajak sebesar Rp 1.235,8 triliun sedangkan dari sektor penerimaan negara bukan pajak (PNBN) hanya sebesar Rp 252,4 triliun. Dalam APBN peran pajak pun juga demikian, untuk pembiayaan pembangunan dan kegiatan pemerintahan baik pusat maupun

daerah sektor pajak masih menyumbang paling besar yaitu dengan 70,9% sedangkan dari sektor lainnya seperti pendapatan negara bukan pajak (PNBN) hanya sebesar 19,7%, dari pembiayaan sebesar 9,1%, dan dari hibah sebesar 0,3%. (www.anggaran.depkeu.go.id, 17/01/2017, 21.12).

Jumlah penerimaan dari sektor pajak yang diharapkan bisa stabil dan meningkat, diperlukan adanya partisipasi aktif dari masyarakat untuk membayar pajak dalam membiayai pembangunan negara. Meskipun tingkat kepatuhan pajak dan rasio pajak yang relatif lebih rendah dibanding negara-negara lain.

Melihat betapa pentingnya pajak maka penerimaan negara dari sektor pajak harus terus ditingkatkan yaitu dengan cara menambah jumlah wajib pajak (ekstensifikasi), mengoptimalkan penggalan penerimaan pajak (intensifikasi) dan meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak. Masyarakat yang potensial dan belum menjadi wajib pajak dapat diketahui dari data-data yang ada ataupun diperoleh dari Seksi Pengolahan Data dan Informasi dan Seksi Ekstensifikasi yang ada di Kantor Pelayanan Pajak Sukoharjo yang kemudian disingkat menjadi KPP Pratama Sukoharjo. Selanjutnya proses program ekstensifikasi akan dilaksanakan oleh Seksi Ekstensifikasi perpajakan di KPP Pratama Sukoharjo. Tentunya harus ada partisipasi dari masyarakat agar program ekstensifikasi mendapatkan hasil yang maksimal. Ekstensifikasi dan intensifikasi pajak merupakan langkah yang seharusnya bisa dilakukan secara simultan guna mendorong penerimaan pajak yang saat ini mengalami perlambatan (Telisa aulia Falianty, 2012). Langkah ekstensifikasi diarahkan pada upaya-upaya menjangkau potensi pajak yang belum terjangkau saat ini. Upaya ekstensifikasi ini diarahkan tepat pada sasaran, yaitu mereka yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan perpajakan. Selain itu, diperlukan keseimbangan antara usaha ekstensifikasi pajak dengan sistem administrasi yang efisien dan struktur perpajakan yang adil dan mudah sehingga sumber pajak yang baru mudah untuk diadministrasikan. Kemudian ini dengan sendirinya akan mendorong tingkat partisipasi warga Negara yang lebih tinggi dalam membayar pajak.

Maka berdasarkan uraian masalah di atas, dapat diambil rumusan masalah yang akan diteliti adalah apakah ekstensifikasi dan intensifikasi pajak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh ekstensifikasi dan intensifikasi pajak terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sukoharjo.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Husein Umi Narimawati (2010) adalah sebagai berikut: “Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu”.

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo dengan objek penelitian adalah Ekstensifikasi dan Intensifikasi Perpajakan dan Tingkat Penerimaan Pajak. Pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan mei sampai dengan bulan juni 2017.

Populasi dan Sample

Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80), populasi didefinisikan sebagai berikut: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Menurut Umi Narimawati, dkk. (2010:37): “Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai yang ditetapkan oleh peneliti sebagai unit analisis penelitian”. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo yang berjumlah 85 orang.

Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau sebagian dari populasi yang menjadi subjek penelitian yang dapat mewakili populasi penelitian (Arikunto, 2003). Menurut Arikunto (2011), untuk menentukan besarnya sampel, apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Berdasar hal tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 85 orang pegawai di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan dua cara, yaitu Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan studi kepustakaan (*Library Research*). Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan dengan cara:

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Kuesioner

Menurut Indrianto dan Supomo (2002:154) kuisoner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pegawai pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Kepustakaan merupakan bahan utama dalam penelitian data sekunder (Indrianto dan Supomo, 2002:154). Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelaah literatur berupa buku-buku (*text book*), peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, artikel, situs web dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh sebanyak mungkin teori yang diharapkan akan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini.

Metode Analisis

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2003:113) Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang akan ingin diukur. Uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakter populasi penelitian, uji coba dilakukan untuk mengetahui kesahihan (validitas). Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur. Suatu intrumen penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid

Uji Reliabilitas

Setelah melakukan validitas intrumet penelitian, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dan instrumen penelitian yang menunjukkan konsistensi data yang dikumpulkan. Suatu kuisoner dikatakan handal (*reliable*) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:45). Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah dipastikan validitasnya. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Jika nilai $\alpha > 0,6$ artinya *reliabel*.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian gejala asumsi klasik dilakukan agar hasil analisis regresi memenuhi kriteria BLUE (Best, Linear, Unbiased Estimator). Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas data, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Umi Narimawati (2008:5), Suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terkait tergantung dengan skala interval. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan pengaruh ekstensifikasi dan intensifikasi terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait dalam penelitian ini, model analisis yang digunakan adalah model linear berganda, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Tingkat Penerimaan Pajak Orang Pribadi dan Badan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X₁ = Ekstensifikasi Pajak

X₂ = Intensifikasi Pajak

e = Error

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang didasarkan kepada bukti sample dan teori probabilitas yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis yang bersangkutan merupakan pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak (Mason dan Lind, 1996). Uji hipotesis dilakukan untuk menguji adanya pengaruh ekstensifikasi dan intensifikasi pajak terhadap tingkat penerimaan orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sukoharjo.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh masing-masing variabel bebas/variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel terikat/variabel dependen (Ghozali, 2006). Kriteria pengujian dengan menggunakan uji independen yaitu sebagai berikut:

Jika $\text{sign} < 0,005$ maka H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika $\text{sign} > 0,005$ maka H_o diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, maka dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian instrumen penelitian. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji realibilitas. Hasil uji validitas dan realibilitas tersebut adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik one shot methods, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel dijabarkan dalam tabel berikut:

Validitas item pertanyaan untuk variabel Ekstensifikasi Pajak (X₁)

Variabel Ekstensifikasi Pajak terdiri dari lima item pertanyaan. Hasil uji validitas untuk variabel Ekstensifikasi Pajak dapat dilihat pada tabel 1 Berikut

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Ekstensifikasi Pajak

Item Pertanyaan	r- tabel	r- hitung	Kesimpulan
X1_1	0,213	0,413	Valid
X1_2	0,213	0,404	Valid
X1_3	0,213	0,530	Valid
X1_4	0,213	0,568	Valid
X1_5	0,213	0,655	Valid

Sumber olahdata SPSS 21

Berdasarkan tabel 1 Diatas menunjukkan hasil bahwa lima item pertanyaan semuanya valid, karena mempunyai r hitung lebih besar daripada r-tabel. Berdasar jumlah item pertanyaan yang valid, maka dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.

Validitas item pertanyaan variabel Intensifikasi Pajak (X2)

Variabel Intensifikasi Pajak terdiri dari tujuh item pertanyaan. Hasil uji validitas untuk variabel Intensifikasi Pajak dapat dilihat pada tabel 2 Berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Intensifikasi Pajak

Item Pertanyaan n	r- tabel	r- hitung	Kesimpulan
X2_1	0,213	0,414	Valid
X2_2	0,213	0,558	Valid
X2_3	0,213	0,703	Valid
X2_4	0,213	0,676	Valid
X2_5	0,213	0,300	Valid
X2_6	0,213	0,560	Valid
X2_7	0,213	0,624	Valid

Sumber olahdata SPSS 21

Berdasarkan tabel 2 Diatas menunjukkan hasil bahwa lima item pertanyaan semuanya valid, karena mempunyai r hitung lebih besar daripada r-tabel. Berdasar jumlah item pertanyaan yang valid, maka dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.

Validitas item pertanyaan untuk variabel Tingkat Penerimaan Pajak (Y)

Variabel Tingkat Penerimaan Pajak terdiri dari delapan item pertanyaan. Hasil uji validitas untuk variabel Tingkat Penerimaan Pajak dapat dilihat pada tabel 3 Berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Penerimaan Pajak

Item Pertanyaan	r-tabel	r- hitung	Kesimpulan
Y_1	0,213	0,460	Valid
Y_2	0,213	0,286	Valid
Y_3	0,213	0,446	Valid
Y_4	0,213	0,433	Valid
Y_5	0,213	0,419	Valid
Y_6	0,213	0,490	Valid
Y_7	0,213	0,508	Valid
Y_8	0,213	0,423	Valid

Sumber olahdata SPSS21

Berdasarkan tabel 3 Diatas menunjukkan hasil bahwa lima item pertanyaan semuanya valid, karena mempunyai r hitung lebih besar daripada r-tabel. Berdasar jumlah item pertanyaan yang valid, maka dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas hanya dilakukan atas data yang telah diuji validitasnya dan dta dinyatakan valid. Ukuran dapat dikatakan relibel jika ukuran tersebut memberikan hasol yang konsisten. Uji reliabel

dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan bantuan komputer program *SPSS for Windows*. Jika keandalan kurang dari 0,60 maka dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,70 berarti bisa diterima, dan keandalan lebih dari 0,80 maka dianggap baik. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 Berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Ket
Ekstensifikasi Pajak	0,748	Alpha Cronbach	Reliabel
Intensifikasi Pajak	0,805	> 0,60	Reliabel
Tingkat Penerimaan Pajak	0,732	maka reliabel.	Reliabel

Sumber olahdata SPSS21

Berdasar hasil uji reliabilitas pada table 4 Diatas menunjukkan bahwa semua instrumen pada penelitian ini *reliabel* karena mempunyai nilai *Alpha Cronbach* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian yang pertama adalah uji normalitas. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu terdistribusi normal (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

N	Kolmogorov Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
100	0,618	0,839

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Dari tabel diatas diketahui nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,618 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,839 signifikan berada diatas 0,05. Hal ini menunjukkan data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengindikasikan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Ekstensifikasi Pajak	0,699	1,431
Intensifikasi Pajak	0,699	1,431

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Nilai yang umumnya digunakan untuk menunjukan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai *VIF* > 10. Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa kedua variabel yaitu ekstensifikasi dan intensifikasi pajak semua memenuhi syarat bebas multikolonieritas yaitu nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas (tidak terjadi korelasi antara variabel independen) untuk model regresi.

Uji Heterokedasitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas (Ghozali, 2013). Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glesjer adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel	T	Sig.
Ekstensifikasi Pajak	0,664	0,508
Intensifikasi Pajak	0,413	0,681

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil pengolahan statistika menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedasitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Umi Narimawati (2008:5), Suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terkait tergantung dengan skala interval. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan pengaruh ekstensifikasi dan intensifikasi terhadap tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait dalam penelitian ini, model analisis yang digunakan adalah model linear berganda, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Tingkat Penerimaan Pajak Orang Pribadi dan Badan
- a = Konstanta
- β = Koefisien Regresi
- X1 = Ekstensifikasi Pajak
- X2 = Intensifikasi Pajak
- e = Error

Berikut pada tabel IV.12 Hasil dari analisis regresi linear berganda:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,661	2,063		4,683	,000		
	Ekstensifikasi Pajak	,814	,101	,639	8,059	,000	,699	1,431
	Intensifikasi Pajak	,228	,073	,246	3,098	,003	,699	1,431

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Dari tabel 8 Dapat dilihat hasil persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

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

$$\text{Tingkat Penerimaan Pajak} = 9,661 + 0,814.X_1 + 0,228.X_2$$

Nilai koefisien β_1 tentang ekstensifikasi pajak adalah positif (0,814), hal ini mengindikasikan bahwa variabel ekstensifikasi pajak berpengaruh positif atau searah terhadap variabel tingkat penerimaan pajak yang artinya jika variabel ekstensifikasi pajak (X1) bertambah 1 satuan, maka tingkat penerimaan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,814 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Nilai koefisien β_2 tentang intensifikasi pajak adalah positif (0,228), hal ini mengindikasikan bahwa variabel intensifikasi pajak berpengaruh positif atau searah terhadap variabel tingkat penerimaan pajak yang artinya jika variabel intensifikasi pajak (X2) bertambah 1 satuan, maka tingkat

penerimaan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,228 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang didasarkan kepada bukti sample dan teori probabilitas yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis yang bersangkutan merupakan pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak (Mason dan Lind, 1996). Uji hipotesis dilakukan untuk menguji adanya pengaruh ekstensifikasi dan intensifikasi pajak terhadap tingkat penerimaan orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak

(KPP) Pratama Sukoharjo.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh masing-masing variabel bebas/variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel terikat/variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian Statistik Uji t

Coefficients								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,661	2,063		4,683	,000		
	Ekstensifikasi Pajak	,814	,101	,639	8,059	,000	,699	1,431
	Intensifikasi Pajak	,228	,073	,246	3,098	,003	,699	1,431

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Hasil uji t hitung untuk 296variable ekstensifikasi pajak (X1) terhadap tingkat penerimaan pajak (Y) menunjukkan nilai tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ekstensifikasi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat penerimaan pajak.

Hasil uji t hitung untuk 296variable intensifikasi pajak (X2) terhadap tingkat penerimaan pajak (Y) menunjukkan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa intensifikasi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat penerimaan pajak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi 296variable dependen, Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu (Ghozali, 2011). Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Waston
1	,800 ^a	,640	,632	1,770	1,833

Sumber: hasil olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh adalah sebesar 0,632. Hal ini dapat dilihat 63,2% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh variable ekstensifikasi pajak dan intensifikasi pajak. Sedangkan sisanya yaitu 36,8% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh 296variable-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ekstensifikasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penerimaan pajak, begitu pula dengan Intensifikasi pajak juga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap tingkat penerimaan pajak. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh adalah sebesar 0,632. Hal ini berarti 63,2% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh variabel ekstensifikasi pajak dan intensifikasi pajak. Sedangkan sisanya yaitu 36,8% tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis dapat saran pelaksanaan kegiatan ekstensifikasi pajak penyuluhan kepada wajib pajak baru, maupun intensifikasi pajak terhadap wajib pajak lama, sebaiknya tetap dilaksanakan secara berkesinambungan agar tingkat penerimaan pajak orang pribadi dan badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sukoharjo senantiasa terus mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2011, *Prosedur Penelitian Statistik*. Jakarta: PT. Reneika,
Ghozali, Imam, 2005. *Analisis Multivariated dengan Progam SPSS*. Edisi III. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro,
Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariated dengan Progam SPSS*. Edisi IV. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro,
Ghozali, Imam, 2013. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,
Ghozali, Imam, 2005. *Analisis Multivariated dengan Progam SPSS*. Edisi VII. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro,
Huesin, Umar, 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis*. Jakarta: Rajawali,
Indrianto, Supomo, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BFEE UGM,
Mardiasmo, 2011. *Perpajakan*, Edisi Revisi 2011, Yogyakarta: Andi Offset,
Mason, R. D dan D. A Lind, 1996. *Teknik Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga,
Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta,
Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta,
Umi Narimawati, 2008, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Teori dan Aplikasi, Bandung, Agung Media,
Umi Narimawati dkk, 2010, *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*, Jakarta: Penerbit Genesis.

**PENGARUH FAKTOR MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
DENGAN TOLERANSI AKAN RESIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(KASUS WIRAUSAHA WANITA DI SURAKARTA)**

Dinna Riana
STIE "AUB" Surakarta
dinna.aub@stie-aub.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor **Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Berwirausaha Dengan Toleransi Akan Resiko Sebagai Variabel Intervening Wanita di Surakarta**. studi ini dilakukan pada wanita wirausaha di surakarta dikarenakan saat ini banyak wanita yang sudah berwirausaha. jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan menggunakan *accident purposive simple random sampling*. Data yang digunakan data primer dengan alat pengukuran variabel menggunakan kuesioner. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode regresi. Hasil penelitian Uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Pendorong, faktor Permasalahan Kerja, faktor Psikologi dan faktor Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel $< 0,05$. Sedangkan untuk variabel Faktor Penarik dan Faktor keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko. Variabel faktor Pendorong, Faktor Keuangan, faktor psikologi, Faktor Sosial dan faktor Toleransi dan Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel $< 0,05$. Sedangkan untuk variabel Faktor Penarik dan Faktor Permasalahan Kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha.

Kata Kunci: Toleransi Akan Resiko, Motivasi, Keputusan Berwirausaha

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Jumlah wanita berwirausaha berpotensi menjadi pendorong proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial. Minniti et al., (2010) menemukan keputusan wanita menjadi wirausaha meningkat tajam selama satu dekade terakhir dan ternyata makin signifikan baik di negara maju maupun negara-negara sedang berkembang. Meski demikian, pertumbuhan jumlah wanita pemilik usaha (*women-owned business*) tetap lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Sinhal (2005), menemukan kurang dari 10 persen dari jumlah pengusaha di negara-negara di wilayah Asia Selatan, yang mencakup Bangladesh, Bhutan, India, Maldives, Nepal, Pakistan dan Sri Lanka, adalah wanita. Di Indonesia, banyak wanita melakukan kegiatan ekonomi di luar rumah seperti menjadi pedagang kecil, pemilik warung dan membantu suami mengelola usaha rumah tangga semata-mata untuk menambah pendapatan keluarga (Tambunan 2012). Bekerja di pabrik maupun di perkantoran, toko dan mall saat ini menjadi harapan wanita baik yang sudah menikah maupun yang masih lajang.

Survei yang dilakukan oleh Grant Thornton menunjukkan bertambahnya posisi senior pada perusahaan di dunia yang diisi oleh perempuan.

"Tren global menunjukkan negara-negara berkembang mengungguli negara maju dalam hal keragaman kepemimpinan di dunia bisnis," kata Johanna Gani, berdasarkan rilis yang diterima oleh *CNNIndonesia.com*. "Pertumbuhan sebesar 16 persen dari tahun lalu menempatkan Indonesia masuk dalam 10 besar negara di dunia untuk jumlah perempuan di posisi manajemen senior perusahaan."

Saudia Distiwati Tuanaya (2012) dalam penelitiannya, faktor pendorong dan faktor penarik memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan wanita berwirausaha

Keputusan Berwirausaha, Penelitian Nur Hidayati (2015) menghasilkan keputusan wanita berwirausaha kuliner dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Lingkungan Sosial, Penelitian Hanum Risfi Mahanani (2014) menghasilkan variabel independen lingkungan sosial dan keluarga dan lingkungan teknologi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada siswa SMA Negeri 1 Semarang. Sedangkan penelitian Nur Hidayati menghasilkan lingkungan sosial tidak terbukti berpengaruh terhadap keputusan wanita untuk berwirausaha kuliner.

Motivasi, Penelitian Ninda Ardian Putri (2014) menghasilkan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Toleransi Akan Resiko, Penelitian Muhammad Muzaka (2014) menghasilkan toleransi akan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Hasil penelitian Yenny Pratiwi I Made Wardana (2016) Variabel toleransi terhadap risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi toleransi terhadap risiko yang dimiliki mahasiswa maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

B. MASALAH

1. Apakah Faktor Penarik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
2. Apakah faktor Pendorong berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
3. Apakah faktor Permasalahan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
4. Apakah faktor Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
5. Apakah faktor Psikologi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
6. Apakah faktor Sosial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?
7. Apakah Toleransi akan resiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta ?

C. TUJUAN

Untuk memberikan bukti empiris bahwa:

1. Faktor Penarik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta.
2. Faktor Pendorong berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta
3. Faktor Permasalahan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta
4. Faktor Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta
5. Faktor Psikologi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta
6. Faktor Sosial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta
7. Toleransi akan resiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha wanita di Surakarta

D. TINJAUAN TEORETIS

Definisi kewirausahaan menurut Stevenson and Gumpert, (1983); O'Connor and Fiore, (2002) dalam Izedonme (2008) adalah sebuah proses identifikasi dalam kesempatan bisnis saat ini, dengan mengkombinasikan segala sumberdaya dan kemudian mendirikan suatu usaha untuk melaksanakan kegiatan produksi dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut yang berasal dari proses produksi. Indonesia sebagai negara yang berkembang sangat membutuhkan para wirausaha baik UKM (Usaha Kecil dan Menengah), koperasi maupun Usaha besar untuk dapat bersaing dalam pasar regional dan global. Menurut menteri Koperasi dan UKM (2013) jumlah pengusaha di Indonesia hanya 1,63% dari jumlah penduduk saat ini sedang negara tetangga seperti: Singapura 7%, Malaysia 5%, Thailand 4%. Wirausaha yang sangat diperlukan di Indonesia bukan hanya mampu menghasilkan produk saja, namun harus memiliki kemampuan menciptakan produk yang berkualitas dunia.

Menurut Litunnen (2000), wirausaha adalah kemampuan mencipta, mengorganisasi, dan menjalankan usaha sendiri. Wirausaha adalah orang yang bisa menciptakan bisnis baru, mampu menghadapi resiko dan menggunakan semua yang dimiliki dan mengubahnya menjadi sesuatu yang menghasilkan keuntungan. Minat wirausaha adalah ketertarikan seseorang untuk melakukan bisnis sendiri dengan berani mengambil resiko. Indikator minat wirausaha adalah keterlibatan dalam kegiatan berwirausaha dan mindset masa depan.

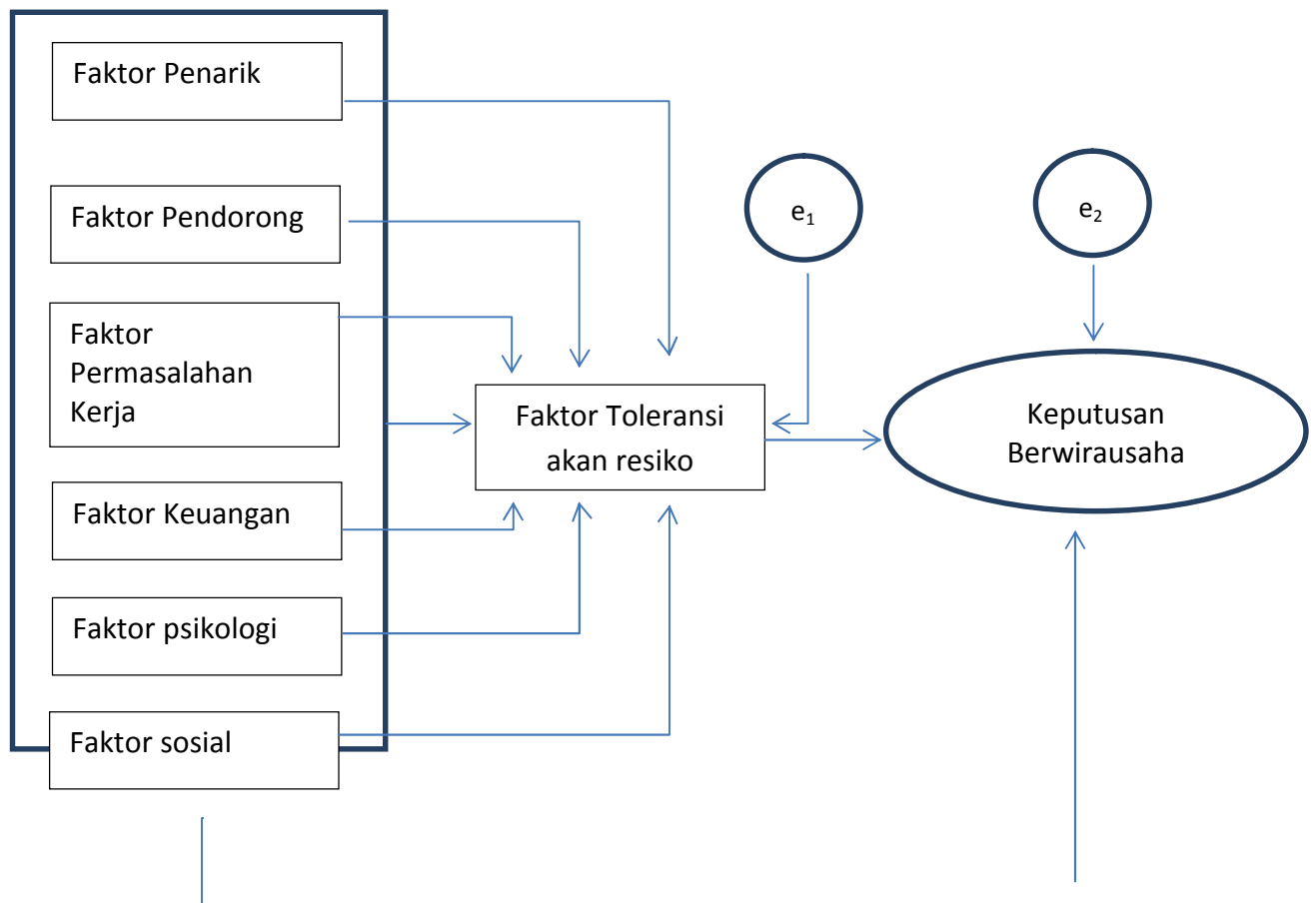
Alma (2007), minat dan motivasi berwirausaha dipengaruhi oleh keinginan bebas usaha sendiri, keinginan memperoleh uang, membuka usaha untuk kesenangan, hobi, tantangan, kepuasan pribadi dan melakukan kreatifitas.

E. METODOLOGI

Metode penelitian ini adalah asosiatif yang menggunakan 6 (enam) variabel bebas 1 variabel moderating dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat (dependent) yaitu Keputusan Berwirausaha dan variabel bebas (independent) yaitu Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor psikologi, Faktor sosial, dan variabel intervening Toleransi akan resiko. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 (seratus) wanita yang berwirausaha. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accident purposive simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel yang kebetulan ditemui pada saat itu (Slovin). Untuk memperoleh data yang diperlukan digunakan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah luas (Sugiyono 2013 : 199). Skala yang digunakan untuk kuesioner adalah skala likert (Sugiyono, 2014: 133). Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor psikologi, Faktor sosial, dan variabel moderating Toleransi akan resiko terhadap keputusan berwirausaha wanita di Surakarta

- a. Keputusan Berwirausaha (Y), indikatornya: Adanya ketertarikan untuk menjadi wirausaha, adanya kesenangan setelah menjadi wirausaha, adanya keinginan untuk mengembangkan usaha.
- b. Faktor Penarik (X1), indikatornya: kebebasan mengungkapkan ide, kepuasan bekerja
- c. keunggulan kerja
- d. Faktor Pendorong (X2), indikatornya: kehidupan yang lebih baik, peningkatan pendapatan, kegiatan yang terukur
- e. Faktor Permasalahan Kerja (X3), indikatornya: kemudahan mendapatkan bahan baku,
- f. tersedianya sarana, tersedianya prasarana, adanya SDM yang terampil
- g. Faktor Keuangan (X4), indikatornya: kemudahan dari lembaga keuangan, pengetahuan manajemen keuangan, mendapatkan bantuan dari pemerintah, mendapatkan bantuan dari perusahaan
- h. Faktor psikologi (X5), indikatornya: kepuasan berwirausaha, hilang rasa takut, hilang rasa was-was, meningkatkan harga diri, peningkatan pengetahuan
- i. Faktor sosial (X6), indikatornya: kesejahteraan keluarga, dukungan dari keluarga, Sikap toleransi
- j. Faktor Toleransi akan resiko, indikatornya: persiapan usaha, keuntungan, optimis, berani mengambil resiko, menyukai tantangan, usaha meminimalkan resiko.

Kerangka Pemikiran



PEMBAHASAN

1. Hasil dan Analisa

- Seluruh item pertanyaan pada variabel dependent maupun independent semua valid karena mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari nilai r_{tabel} .
- Dari hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan atau nilai kritis (*rule of thumb*) sebesar 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa butir-butir pertanyaan seluruh variabel dalam keadaan reliabel.
- Uji Linieritas
Dari hasil uji linieritas menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,004 dengan jumlah sampel 100, besarnya nilai c^2 hitung = $100 \times 0,004 = 0,4$ sedangkan nilai c^2 tabel sebesar 118,14. Nilai c^2 hitung < c^2 tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linier.

2. Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisa Jalur

1) Persamaan Regresi Pertama

$$Y_1 = 0,092 X_1 + 0,396 X_2 + 0,233 X_3 + 0,075 X_4 + 0,309 X_5 + 0,143 X_6 + e_1$$

$$\text{Sig } (0,117) \quad (0,000)** \quad (0,000)** \quad (0,246) \quad (0,000)** \quad (0,037)**$$

Ket :

- Y_1 = Faktor Toleransi akan Resiko
 X_1 = Faktor Penarik
 X_2 = Faktor Pendorong
 X_3 = Faktor Permasalahan Kerja
 X_4 = Faktor Keuangan
 X_5 = Faktor Psikologi
 X_6 = Faktor sosial

Dapat diartikan:

- b1 = Koefisien Faktor Penarik sebesar 0,092 menunjukkan variabel Faktor Penarik berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Penarik ditingkatkan maka variabel Faktor Toleransi akan Resiko akan meningkat juga dengan asumsi variabel Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, Faktor sosial konstan
- b2 = Koefisien Faktor Pendorong sebesar 0,396 menunjukkan variabel Faktor Pendorong berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Pendorong ditingkatkan maka variabel faktor Toleransi akan Resiko akan meningkat, dengan asumsi variabel Faktor Penarik, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, Faktor sosial konstan
- b3 = Koefisien Faktor Permasalahan Kerja sebesar 0,233 menunjukkan variabel Faktor Permasalahan Kerja berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Permasalahan Kerja ditingkatkan maka variabel Faktor Toleransi akan Resiko meningkat, dengan asumsi variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, Faktor sosial konstan
- b4 = Koefisien Faktor Keuangan sebesar 0,075 menunjukkan variabel Faktor Keuangan berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Keuangan ditingkatkan maka variabel Faktor Toleransi akan Resiko meningkat, dengan asumsi variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Psikologi, Faktor sosial konstan
- b5 = Koefisien Faktor Psikologi sebesar 0,309 menunjukkan variabel Faktor Psikologi berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Psikologi ditingkatkan maka variabel Faktor Toleransi akan Resiko meningkat, dengan asumsi variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor sosial konstan
- b6 = Koefisien Faktor Sosial sebesar 0,143 menunjukkan variabel Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, jika variabel faktor Sosial ditingkatkan maka variabel Faktor Toleransi akan Resiko meningkat, dengan asumsi variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, konstan

Pengaruh yang paling dominan adalah variabel Faktor Pendorong (X_2) yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,396

2) Persamaan Kedua

$$Y_2 = 0,049 X_1 + 0,210 X_2 + 0,135 X_3 + 0,185 X_4 + 0,275 X_5 - 0,219 X_6 + 0,299 X_7 + \epsilon_1$$

Sig (0,557) (0,043)** (0,128) (0,045)** (0,008)** (0,026)** 0,044)**

Ket :

- Y_2 = Keputusan Berwirausaha
- X_1 = Faktor Penarik
- X_2 = Faktor Pendorong
- X_3 = Faktor Permasalahan Kerja
- X_4 = Faktor Keuangan
- X_5 = Faktor Psikologi
- X_6 = Faktor Sosial
- X_7 = Faktor Toleransi akan Resiko

- b1 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Penarik (X_1) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Penarik (X_1) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b2 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Pendorong (X_2) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Pendorong (X_2) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b3 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Permasalahan Kerja (X_3) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Permasalahan Kerja (X_3) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b4 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Keuangan (X_4) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Keuangan (X_4) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b5 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Psikologi (X_5) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Psikologi (X_5) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b6 = Terdapat pengaruh negatif koefisien variabel Faktor Sosial (X_6) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Sosial (X_6) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan menurun dengan asumsi variabel lainnya konstan
- b7 = Terdapat pengaruh positif koefisien variabel Faktor Toleransi akan Resiko (X_7) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y_2), hal ini berarti jika variabel Faktor Toleransi akan Resiko (X_7) ditingkatkan maka Keputusan Berwirausaha (Y_2) akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan

Pengaruh yang paling dominan adalah variabel Faktor Faktor Toleransi akan Resiko (X_7) yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,299

3) Uji Hipotesis Parsial**a) Persamaan Pertama**

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-,783	1,215		,521
	Faktor Penarik	,094	,059	,092	,117
	Faktor Pendorong	,573	,087	,396	,000
	Faktor Permasalahan Kerja	,238	,059	,233	,000
	Faktor Keuangan	,067	,058	,075	,246
	Faktor Psikologi	,280	,058	,309	,000
	Faktor Sosial	,191	,090	,143	,037

a. Dependent Variable: Faktor Toleransi akan Resiko

Dari Uji t pada persamaan Pertama dapat disimpulkan bahwa Faktor Pendorong, faktor Permasalahan Kerja, faktor Psikologi dan faktor Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko, Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel $< 0,05$. Sedangkan untuk variabel Faktor Penarik dan Faktor keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko.

b) Persamaan Kedua

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1,938	1,427		,178
	Faktor Penarik	,042	,070	,049	,557
	Faktor Pendorong	,252	,123	,210	,043
	Faktor Permasalahan Kerja	,114	,074	,135	,128
	Faktor Keuangan	,138	,068	,185	,045
	Faktor Psikologi	,208	,076	,275	,008
	Faktor Sosial	-,245	,108	-,219	,026
	Faktor Toleransi akan Resiko	,249	,122	,299	,044

a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

Dari Uji t pada persamaan Kedua dapat disimpulkan bahwa faktor Pendorong, Faktor Keuangan, faktor psikologi, Faktor Sosial dan faktor Toleransi dan Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel $< 0,05$. Sedangkan untuk variabel Faktor Penarik dan Faktor Permasalahan Kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha.

c) Uji F

Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai $F = 15,907$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi Keputusan Berwirausaha.

d) Koefisien Korelasi Jalur

		Correlations							
		Faktor Penarik	Faktor Pendorong	Faktor Permasalahan Kerja	Faktor Keuangan	Faktor Psikologi	Faktor Sosial	Faktor Toleransi akan Resiko	Keputusan Berwirausaha
Faktor Penarik	Pearson Correlation	1	,429**	,211*	,262**	,247*	,436**	,469**	,329**
	Sig. (2-tailed)		,000	,035	,008	,013	,000	,000	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Pendorong	Pearson Correlation	,429**	1	,362**	,196	,315**	,432**	,694**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,051	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Permasalahan Kerja	Pearson Correlation	,211*	,362**	1	,187	,285**	,448**	,562**	,404**
	Sig. (2-tailed)	,035	,000		,062	,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Keuangan	Pearson Correlation	,262**	,196	,187	1	,577**	,467**	,466**	,460**
	Sig. (2-tailed)	,008	,051	,062		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Psikologi	Pearson Correlation	,247*	,315**	,285**	,577**	1	,445**	,630**	,589**
	Sig. (2-tailed)	,013	,001	,004	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Sosial	Pearson Correlation	,436**	,432**	,448**	,467**	,445**	1	,631**	,351**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Faktor Toleransi akan Resiko	Pearson Correlation	,469**	,694**	,562**	,466**	,630**	,631**	1	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Berwirausaha	Pearson Correlation	,329**	,515**	,404**	,460**	,589**	,351**	,664**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari tabel di atas dapat diketahui:

- 1) Angka korelasi antara variabel faktor penarik dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,469 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 2) Angka korelasi antara variabel faktor Pendorong dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,694 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan
- 3) Angka korelasi antara variabel faktor Permasalahan Kerja dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,562 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 4) Angka korelasi antara variabel faktor Keuangan dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,466 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 5) Angka korelasi antara variabel faktor Psikologi dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,630 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan
- 6) Angka korelasi antara variabel faktor Sosial dan variabel faktor Toleransi akan Resiko sebesar 0,631 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan
- 7) Angka korelasi antara variabel faktor Toleransi akan Resiko dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,664 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan
- 8) Angka korelasi antara variabel faktor penarik dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,329 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang lemah dan signifikan
- 9) Angka korelasi antara variabel faktor Pendorong dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,515 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 10) Angka korelasi antara variabel faktor Permasalahan Kerja dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,404 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan

- 11) Angka korelasi antara variabel faktor Keuangan dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,460 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 12) Angka korelasi antara variabel faktor Psikologi dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,589 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan
- 13) Angka korelasi antara variabel faktor Sosial dan variabel Keputusan Berwirausaha sebesar 0,351 dan sig = 0,000, artinya terdapat hubungan yang lemah dan signifikan

e) Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh

HUBUNGAN	LANGSUNG	TIDAK LANGSUNG	TOTAL
Faktor penarik – Keputusan Berwirausaha	0,049		
	0,210		
	0,135		
	0,185		
	0,275		
	-0,219		
	0,299		
		0,092 x 0,299 = 0,028	0,049 + 0,028 = 0,077
		0,396 x 0,299 = 0,118	0,210 + 0,118 = 0,328
		0,233 x 0,299 = 0,07	0,135 + 0,07 = 0,205
		0,075 x 0,299 = 0,022	0,185 + 0,022 = 0,207
		0,309 x 0,299 = 0,092	0,275 + 0,092 = 0,367
		0,143 x 0,299 = 0,043	-0,219 + 0,043 = -0,176

f) Koefisien Determinasi

Persamaan 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,769	,754	,861

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Pendorong, Faktor Psikologi, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Penarik, Faktor Keuangan

$$e1 = \sqrt{1 + R1^2}$$

$$e1 = \sqrt{1 - 769}$$

$$e1 = \sqrt{0.231}$$

$$e1 = 0,481$$

Persamaan 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 ^a	,548	,513	1,009

a. Predictors: (Constant), Faktor Toleransi akan Resiko, Faktor Keuangan , Faktor Penarik , Faktor Permasalahan Kerja , Faktor Sosial, Faktor Psikologi, Faktor Pendorong

b. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

$$e1 = \sqrt{1 + R1^2}$$

$$e1 = \sqrt{1 - 548}$$

$$e1 = \sqrt{0.452}$$

$$e1 = 0,672$$

Maka R² Total :

$$\begin{aligned} R^2 \text{Total} &= 1 - (e_1)^2 \times (e_2)^2 \\ &= 1 - (0,481)^2 \times (0,672)^2 \\ &= 1 - (0,231 \times 0,452) \\ &= 1 - 0,104 \\ &= 0,896 \end{aligned}$$

Nilai R²Total sebesar 0,896 artinya Keputusan Berwirausaha wanita di Surakarta dapat dijelaskan oleh variabel Faktor Penarik, Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan kerja, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, Faktor Sosial dan Faktor Toleransi akan resiko sebagai variabel Intervening sebesar 89,6% dan sisanya 0,104 atau 10,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

F. KESIMPULAN DAN SARAN**1. KESIMPULAN**

- Semua instrumen daftar pertanyaan valid
- Faktor Penarik mempunyai pengaruh yang positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko tetapi tidak signifikan. Sehingga hipotesa yang menyatakan faktor penarik berpengaruh signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko tidak terbukti
- Faktor Keuangan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko tetapi tidak signifikan. Sehingga hipotesa yang menyatakan faktor Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Faktor Toleransi akan Resiko tidak terbukti
- Faktor Pendorong, Faktor Permasalahan Kerja, Faktor Psikologi, Faktor sosial mempunyai pengaruh yang positif terhadap Faktor Toleransi akan Resiko. Hipotesa terbukti
- Faktor Penarik mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Berwirausaha tetapi tidak signifikan. Sehingga hipotesa yang menyatakan faktor penarik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha tidak terbukti
- Faktor Permasalahan Kerja mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Berwirausaha tetapi tidak signifikan. Sehingga hipotesa yang menyatakan faktor Permasalahan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha tidak terbukti
- Variabel Faktor Pendorong, Faktor Keuangan, Faktor Psikologi, Faktor Sosial, faktor Toleransi akan resiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Sehingga hipotesa terbukti.
- Hasil secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi Keputusan Berwirausaha.

2. SARAN

Angka korelasi antara variabel faktor Pendorong dan variabel faktor Toleransi akan Resiko terdapat hubungan yang kuat dan signifikan sehingga diperlukan peningkatan pendapatan dan kegiatan yang terukur wajib ditingkatkan untuk menghindari resiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Paulus Patria. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang). Skripsi Sarjana Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Diponegoro, Semarang.
- Aflit Nuryulia Praswati, 2014, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Di Kalangan Mahasiswa Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014): Isbn: 978-602-70429-1-9 Research Methods And Organizational Studies Hlm. 134-142
- Chrissanti, M. A. Dan F. Tjiptono. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa. Telaah Bisnis 13(1): 17-34.
- Dian, R., R. I. Sundari, E. Riswanto, Dan Paryanto. 2014. Peningkatan Dan Pengembangan Daya Saing Bagi Umkm Kripik Salak Di Kabupaten Sleman. Telaah Bisnis 14(1): 30-40.
- Fereidouni, H. G., T. A. Masron, D. Nikbin, And R. E. Amiri. 2010. Consequences Of External Environment On Entre- Preneurial Motivation In Iran. Asian Academy Of Management Journal 15(2): 175-196
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gyawali, D. R. And D. S. Fogel (1994). Environments For Entrepreneurship Development: Key Dimension And Research Implications. Entrepreneurship: Theory And Practice 18: 43-62. <http://www.researchgate.net/publication/263733348> Diakses 5 September 2015.
- Hadisoegondo, S. 2006. Upaya Penumbuhan Wirausaha Baru: Masalah Dan Pendekatannya. Jurnal Infokop 29: 48-62.
- Haryani, S. 2013. The Analysis Of Entrepreneurship Intention Of Santri In Pesantren (Islamic Boarding School) In Yogyakarta Special Region. Proceeding Of The 4th Global Islamic Marketing. Turkey: 106-112.
- <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160308121332-277-116053/wanita-karier-indonesia-terbanyak-keenam-di-dunia/>
- Janah, W. O. Dan A. Winarno. 2015. Pengalaman Praktik Kerja Industri, Motivasi Berprestasi, Dan Keyakinan Diri Pengaruhnya Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smk. Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen 1(3): 214- 221
- Mahesa, Aditya Dion., Rahrdja, Edy. 2012. Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. Diponegoro Journal Of Management, 1(1): H:130-137.
- Manurung, H. 2013. Peluang Kewirausahaan- An Sekolah Melalui Kreativitas Dan Inovasi. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan 1 (1): 59-86.
- Nur Hidayati, (2014), Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Berwirausaha Dan Dampaknya Terhadap Kualitas Hidup (Studi Terhadap Wanita Wirausaha Kuliner Di Jawa Tengah), Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Uksw, Salatiga
- Pratiwi, Putri Eliza. 2013. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rosmiati, D. T. S. Junias, Dan Munawar. 2015. Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwira- Usaha Mahasiswa. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan 17(1): 21–30.
- Saudia Distiawati Tuanaya, 2012, Analisa Faktor-Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Wanita Menjadi Enterpreuner, Skripsi Universitas Indonesia
- Sri Haryani, 2012, Pengaruh Lingkungan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Wirausaha Di Kabupaten Sleman, Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan P-Issn 2548 –298x Akreditasi No. 80/Dikti/Kep/2012 E-Issn 2548 –5024 Doi: 10.24034/J25485024.Y2017.V1.I1.1841

- Srimulyani, Veronika Agustini. 2014. Kajian Faktor-Faktor Motivasi Yang Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Madiun.
- Supriyanto. 2009. Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan 6(1): 73-83.
- Syarif, T. 2012. Dukungan Infrastruktur Dalam Proses Pemberdayaan Koperasi Dan Umkm. Jurnal Infokop 21: 159- 186.
- Wibowo, Y. S. Dan R. Artati. 2012. Penguatan Infrastruktur Keuangan Bagi Umkm: Menyingsing Mea 2015. Jurnal Infokop 21: 36-52.
- Widya Warta. Tama, Angki Adi. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur. Jurnal Universitas Diponogoro. 2(6): H: 20-32.
- Winarno. 2010. Entrepreneurship Attitude. Enrichment: Journal Of Management 1 (1): 66-76.
- Wiyono, G. 2011. Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis Spss 17.0 & Smartpls 2.0. Upp Stim Ykpn, Yogyakarta.
- Yenny Pratiwi1 I Made Wardana, 2016, Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8, 2016: 5215-5242 Issn : 2302-8912

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE
(STUDI KASUS PADA KARYAWAN PT GRAHA FARMA)**

Chintya Dewi Ardianti

Mahasiswa Magister Manajemen - STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
tiakazukabhe@yahoo.co.id

Nani Irma Susanti

Dosen Prodi Manajemen STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
irma_sumaryanto@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma. Teknik penelitian yang digunakan adalah uji instrumen : uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, uji koefisien determinasi. Hasil analisa regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek, harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma. Hasil uji F didapatkan nilai sebesar 46,349 signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara sematamata variabel citra merek, harga dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma. Hasil uji *R adjusted square* didapat hasil sebesar 0,673 yang berarti variabilitas loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma mampu dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan promosi sebesar 67,3 % sedangkan sisanya 32,7 % dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi. Sebagai contoh kualitas merek, kualitas pelayanan, kenyamanan dan kemudahan mendapatkan merek.

Kata kunci: *Citra Merek, Harga, Promosi, Loyalitas Pengguna*

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan ekonomi mengalami kemajuan yang sangat pesat, termasuk dalam bidang teknologi. Dapat dilihat dari perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat dalam memilih alat komunikasi yang mereka gunakan. Konsumen melihat sebuah merek sebagai bagian yang penting dalam sebuah produk, dan merek dapat menjadi sebuah nilai tambah dalam produk tersebut (Kotler: 2004:285).

Antara iPhone dan Android. Jika melihat pada sisi popularitas, Android memang masih jauh di atas iOS milik Apple. Hal ini terjadi karena harga *smartphone* Android yang lebih terjangkau dan pangsa pasarnya yang sangat luas. Bahkan tidak hanya orang kaya saja yang bisa membeli *smartphone* Android, mereka yang masuk dalam golongan menengah ke bawah juga bisa merasakan pengalaman menggunakan *smartphone* tanpa harus merogoh kocek dalam-dalam. Namun di balik popularitas tersebut, ternyata iPhone masih memiliki beberapa kelebihan. Pangsa pasarnya memang kecil, akan tetapi iPhone telah menjadi perangkat idaman masyarakat masa kini. Tak hanya *prestige*, iPhone juga memiliki beberapa keunggulan lain. Karena itulah pengguna iPhone umumnya lebih loyal dibandingkan pengguna *smartphone* Android.

Dengan perkembangan Android saat ini, jika ditelusuri lebih dalam maka akan ditemukan alasan mengapa terjadi loyalitas terhadap pengguna dari produk Apple atau iPhone yang memiliki harga tidak murah dan penggunaan yang cukup rumit. Demikian pula dengan pengguna iPhone pada PT Graha Farma yang memiliki populasi dengan pengguna iPhone sebanyak 67 orang. Ditemukan banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas dari pengguna iPhone tersebut. Baik dari kegunaan *smartphone* itu sendiri maupun dari individu yang menganggap produk iPhone ini spesial. Dari uraian di atas, penulis ingin melakukan penelitian tentang alasan mengapa produk iPhone ini yang mampu membuat penggunanya mempunyai sikap dan perilaku loyal. Serta Citra merek, harga dan promosi apakah berkaitan dengan loyalitas terhadap produk itu sendiri.

METODOLOGI

Obyek penelitian ini dilakukan dengan pengambilan sampling yang menggunakan *Purposive Random Sampling*. Arti dari *Purposive Random Sampling* sendiri adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja dan telah sesuai dengan persyaratan sampel yang akan diperlukan.

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar;2010:74). Menurut Purwanto (2007:93) definisi operasional adalah pernyataan yang sangat jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahan pahaman penafsiran karena dapat diobservasi dan dibuktikan perilakunya.

1. *Dependent Variable*

Loyalitas Pengguna (Y) adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan penggunaan ulang produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah. Indikator loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2008:57) adalah sebagai berikut :

- a. *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk)
- b. *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)

2. *Independent Variable*

- a. Citra Merek (X_1) adalah kesan keseluruhan terhadap posisi merek ditinjau dari persaingan dengan merek lain yang diketahui seluruh karyawan PT Graha Farma, apakah merek tersebut dipandang konsumen sebagai merek yang kuat. Indikator Citra Merek (Brand Image) menurut Kotler (2004:553) adalah sebagai berikut :

- 1) Kesan Profesional Dimana produk/jasa memiliki kesan profesional atau memiliki kesan memiliki keahlian dibidang apa yang dijualnya.
- 2) Kesan Modern
Produk/jasa memiliki kesan modern atau memiliki teknologi yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Melayani Semua Segmen Produk/jasa mampu melayani semua segmen yang ada, tidak hanya melayani segmen khusus saja.
- 3) Perhatian Pada Konsumen Dimana produk/jasa yang dibuat produsen memberikan perhatian/peduli pada keinginan/kebutuhan konsumen.

- b. Harga (X_2) adalah persepsi terhadap biaya yang dikeluarkan atau jumlah yang diberikan untuk suatu produk atau jasa pada. Indikator harga menurut Stanton (1998:125) adalah sebagai berikut:

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

- c. Promosi (X_3) merupakan proses menyampaikan informasi mengenai manfaat produk, mempengaruhi opini pembeli, hingga membujuk seluruh karyawan PT Graha Farma untuk membeli produk. Indikator-indikator promosi menurut Kotler (2004:520) diantaranya adalah :

- 1) Jangkauan promosi
- 2) Kuantitas penayangan iklan di media promosi
- 3) Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.

HASIL**1. Uji Reliabilitas**

Hasil pengujian Reliabilitas digunakan untuk menguji apakah jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Citra Merek	0,850	Alpha Cronbach > 0,60 Maka reliabel	Reliabel
Harga	0,853		Reliabel
Promosi	0,813		Reliabel
Loyalitas Pengguna	0,725		Reliabel

Sumber: Data diolah, 2017

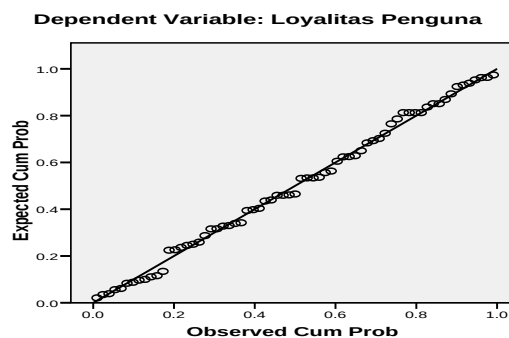
Hasil Uji Reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa kuesioner yang digunakan adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal ini berarti kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu.

2. Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas**

Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data diolah, 2017

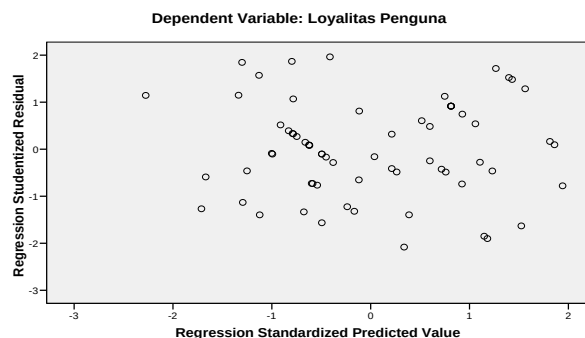
Hasil Uji Normalitas data di atas dapat dilihat bahwa data terdistribusi secara normal, hal ini dapat dilihat berdasarkan grafik *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik berhimpitan mengikuti garis diagonal, yang berarti bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik bawah ini:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber : Data diolah, 2017

Hasil Uji Heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa tidak ada gangguan heteroskedastisitas karena berdasarkan grafik Scatterplot di atas titik menyebar secara rata dan tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga tidak ada gangguan heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,550	1,821		2,498	,015		
	Citra Merek	,258	,088	,390	2,952	,004	,284	3,520
	Harga	,165	,069	,234	2,399	,019	,518	1,929
	Promosi	,251	,109	,290	2,297	,025	,310	3,226

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil Uji Multikolinieritas di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance > 0,10, dan nilai VIF <10, sehingga data bebas dari multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,550	1,821		2,498	,015		
	Citra Merek	,258	,088	,390	2,952	,004	,284	3,520
	Harga	,165	,069	,234	2,399	,019	,518	1,929
	Promosi	,251	,109	,290	2,297	,025	,310	3,226

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Data diolah, 2017

Dari hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda diperoleh persamaan $Y = 4,550 + 0,258X_1 + 0,165X_2 + 0,251X_3$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,550, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel citra merek, harga dan promosi bernilai 0 maka loyalitas pelanggan *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta bernilai positif.
- 2) Nilai b_1 adalah 0,258, hal ini berarti variabel citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. Artinya apabila citra merek ditingkatkan, maka loyalitas pengguna akan meningkat.
- 3) Nilai b_2 adalah 0,165, hal ini berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. Hal ini berarti apabila harga bersaing, agar loyalitas pengguna dapat meningkat.
- 4) Nilai b_3 adalah 0,251, hal ini berarti variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. Hal ini berarti apabila promosi dilakukan secara insentif belum tentu meningkatkan loyalitas pengguna.

a. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel citra merek, harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pengguna. Hasil uji t adalah sebagai berikut:

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,550	1,821		2,498	,015		
	Citra Merek	,258	,088	,390	2,952	,004	,284	3,520
	Harga	,165	,069	,234	2,399	,019	,518	1,929
	Promosi	,251	,109	,290	2,297	,025	,310	3,226

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil Uji t pada tabel di atas dapat diimplementasikan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Citra Merek terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,004 > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. (Hipotesis 1 Terbukti)
- 2) Pengaruh Harga terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta diperoleh nilai tidak signifikansi sebesar $0,019 > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. (Hipotesis 2 Terbukti)
- 3) Pengaruh Promosi terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,025 > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta. (Hipotesis 3 Terbukti)

b. Uji F

Hasil Uji F adalah sebagai berikut:

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266,875	3	88,958	46,349	,000 ^a
	Residual	120,916	63	1,919		
	Total	387,791	66			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Citra Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil Uji F didapatkan nilai sebesar 46,349 signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta.

c. Koefisien Dterminasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.830 ^a	.688	.673	1,385	1,987

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Citra Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil Uji *R adjusted square* didapatkan hasil sebesar 0,673 yang berarti variabel loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta mampu dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan promosi sebesar 67,3% sedangkan sisanya 32,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi. Sebagai contoh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna, kenyamanan dan kemudahan mendapatkan merek, tingkat pendidikan.

PEMBAHASAN

Hasil analisa regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek, harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma. Hasil uji F didapatkan nilai sebesar 46,349 signifikan 0,000<0,05 sehingga dapat disimpulkan secara semata-mata variabel citra merek, harga dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma. Hasil uji *R adjusted square* didapat hasil sebesar 0,673 yang berarti variabilitas loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma mampu dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan promosi sebesar 67,3 % sedangkan sisanya 32,7 % dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi. Sebagai contoh kualitas merek, kualitas pelayanan, kenyamanan dan kemudahan mendapatkan merek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini yang berdasarkan pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh positif berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek memperoleh nilai signifikan sebesar 0,004<0,05, harga bernilai signifikan sebesar 0,019<0,05 dan promosi bernilai sebesar 0,025<0,05. Sehingga terbukti bahwa citra merek, harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta.
3. Hasil Uji F didapatkan nilai sebesar 46,349 signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta
4. Hasil Uji *R adjusted square* didapatkan hasil sebesar 0,673 yang berarti variabel loyalitas pengguna *smartphone* iPhone pada karyawan PT Graha Farma Surakarta mampu dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan promosi sebesar 67,3% sedangkan sisanya 32,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut terobservasi. Sebagai contoh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna, kenyamanan dan kemudahan mendapatkan merek, tingkat pendidikan

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A David. 2002. *Ekuitas Merek*. Edisi Indonesia. Jakarta: Mitra Utama
- Arikonto.2010. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rikena Cipta
- Arikunto dan Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar Susanto.2007. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Lingga Jaya.

- Azwar Saifuddin.2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang Setiaji. 2008. *Cara Mudah Analisis Kuantitatif Dilengkapi Dengan Tutorial SPSS*. Surakarta: Al-Es'af University Press.
- Basu Swastha.2009. *Mnajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Basu Swastha dan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran:Analisis Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: BPFE
- CNN.Indonesia.2015.“PenggunaiPhonedIndonesia.”“<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151028150829-185-87939/14-juta-pengguna-android-beralih-ke-iphone/>”diakses pada tanggal 29 November 2016 pukul 14.00.
- Drs.Riduwan, M.BA. 2003. *Dasar-dasar Statistika*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Farid Yuniar Nugroho.2011. *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Gregorius Chandra. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin Jill. 2005. *Costomer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Imam Ghozal.2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- J.Setiadi, Nugroho, SE, MM.2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kotler Philip dan Gary Armstrong.2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler Philip dan Kevin Lne Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Linda Yupitasari.2015. “Pengaruh Materialisme terhadap Loyalitas Pengguna iPhone”.Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro. Semarang
- Malhotra. 2005. *Riset penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Markastekno.2013. “Keunggulan iPhone”. <http://markastekno.com/kelebihan-iphone-dibanding-androidmana-pilihanmu/> diakses pada tanggal 29 November 2016 padapukul 15.00
- Mowen John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Mudrajad Kuncoro. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta:Erlangga
- Pruwanto.2007. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Santoso Singgih dan Fandy Tjiptono.2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Stanton William J.1998. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 7. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung Alfabeta.

**FACTORS INFLUENCING REVENUES OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
(MSMEs) IN KALIJAMBE DISTRICT**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN KALIJAMBE**

Adi Penawan

Management STIE AUB Surakarta
Surakarta, Indonesia

Adi_penawan@yahoo.com

Abstract

The development of micro small and medium enterprises (MSMEs) is influenced by variables / factors that come from within the business unit of SMEs and those coming from outside. Internal factors include: managerial skills, experience of the owner or manager, ability to access input and output markets, production technology and capital sources, and the amount of capital owned. While some external factors include: support in the form of technical and financial assistance from the government / private sector, economic conditions reflected from domestic and world market demand, and technological advances in production. This study aims to determine the effect of factors factor education, length of business, labor and credit of venture capital to MSME income, Analysis tools used include multiple regression analysis, and t. Based on the results of partial test results obtained that the variable credit business capital has a significant effect on income. While for the variable of education, the length of business and labor less influence significantly to the income of micro entrepreneur. The results of test analysis together proved that there is a significant influence of educational factors, length of business, labor and capital credit business to the income of micro entrepreneurs. The result of Beta coefficient shows that business capital credit has dominant influence to micro entrepreneur income.

Keyword : Education, Old Business, Manpower, Capital Loan, Revenue

Abstrak

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dipengaruhi oleh variabel/faktor yang bersumber dari dalam unit usaha UMKM maupun yang berasal dari luar. Faktor dari dalam diantaranya: kemampuan manajerial, pengalaman pemilik atau pengelola, kemampuan untuk mengakses pasar input dan output, teknologi produksi dan sumber-sumber permodalan, serta besar kecilnya modal yang dimiliki. Sedangkan beberapa faktor eksternal diantaranya: dukungan berupa bantuan teknis dan keuangan dari pihak pemerintah/swasta, kondisi perekonomian yang dicerminkan dari permintaan pasar domestik maupun dunia, dan kemajuan teknologi dalam produksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor faktor pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal usaha terhadap pendapatan UMKM. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis regresi berganda dan uji t, Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel kredit modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan untuk variabel pendidikan, lama usaha dan tenaga kerja kurang berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha mikro. Hasil analisis uji secara bersama-sama terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari faktor pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal usaha terhadap pendapatan pengusaha mikro. Hasil koefisien Beta menunjukkan bahwa kredit modal usaha mempunyai pengaruh dominan terhadap pendapatan pengusaha mikro.

Kata kunci : Pendidikan, Lama Usaha, Tenaga Kerja, Kredit Modal Kerja, Pendapatan

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari waktu ke waktu menunjukkan pertumbuhan yang pesat, ketika krisis ekonomi melanda Indonesia pada pertengahan 1997 menyebabkan perekonomian nasional mengalami penurunan, saat itu banyak perusahaan yang menghentikan usahanya terutama perusahaan yang ketergantungannya pada bahan impor. Sehingga terjadi pemutusan hubungan kerja dengan pekerjanya. Korban pemutusan kerja ini mencari pekerjaan lain dimana peluang yang ada terbatas pada usaha kecil khususnya usaha mikro. Di Indonesia jumlah usaha mikro kecil mencapai 42 juta unit atau 99%, dengan demikian usaha kecil mampu menjadi motor penggerak perekonomian nasional. (*World Class Micro Banking* (Hadinoto, 2005 :93))

Dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah menghadapi berbagai permasalahan baik internal maupun eksternal, permasalahan internal yaitu permasalahan financial, permasalahan manajemen terutama terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan permasalahan produksi yang pada umumnya kesulitan memperoleh bahan baku yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, permasalahan teknologi yang pada umumnya masih menggunakan teknologi yang sederhana, sedangkan permasalahan yang bersifat eksternal yaitu permasalahan dalam akses lembaga keuangan.

Dari berbagai masalah yang di hadapi usaha kecil yang paling dominan adalah permasalahan finansial maka perlu adanya perhatian dan penanganan, kesulitan permodalan bagi usaha Mikro dan kecil disadari oleh banyak pihak. Berbagai pihak pemerintah atau swasta telah dan akan berbuat sesuatu untuk menolong usaha mikro dan kecil melalui pemberian kredit dengan syarat ringan dan bunga wajar.

Salah satu pendekatan yang di nilai efektif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat miskin adalah melalui penyediaan jasa keuangan mikro, simpanan, dan lain-lain, memungkinkan penduduk yang berpenghasilan rendah tersebut melakukan berbagai kegiatan ekonomi produktif dan mengembangkan kapasitas usahanya secara berkesinambungan, sehingga mereka dapat meningkatkan pendapatan mereka dalam arti yang lebih luas

Keberadaan Lembaga Keuangan Mikro itu di tujukan untuk memenuhi investasi (jangka panjang) sesuai kebutuhannya, di mana keberadaannya telah melalui berbagi tahapan uji coba (*trial and error*) dalam arti bahwa lembaga-lembaga tersebut tumbuh dan berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat setempat.

Secara umum, Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu bersifat formal, antara lain, Badan Kredit Desa (BKD), Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan BRI Unit, dan Bank Swasta lainnya yang bergerak di pembiayaan mikro. Sementara LKM formal non bank KUD, Pegadaian Lambaga Dana Kredit Perdesaan (LDKP).

Adapun LKM Informalterdiri dari kelompok, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Lembaga Ekonomi Produktif Masyarakat Mandiri (LEPM), Unit Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UEDSP) serta berbagai lembaga atau kelompok dengan bentuk lainnya. (Hadinoto, 2005 :71)

Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MP) adalah program pemerintah yang mempunyai tujuan untuk mengentaskan kemiskinan, menumbuhkan perekonomian di desa-desa, meningkatkan kualitas dan kapasitas sumber daya masyarakat, salah satu tujuan dari PNPM-MP yaitu menumbuhkan perekonomian di perdesaan maka PNPM-MP menyalurkan pemberian bantuan, permodalan bagi usaha-usaha mikro dan kecil di perdesaan.

Kebijakan PNPM-MP terhadap pengusaha kecil dan menengah di Kecamatan Kalijambe melalui pemberian kredit dengan syarat yang ringan, dari dana PNPM-MP yang berasal dari bank dunia kepada UMKM itu di harapkan dapat mengembangkan potensi perekonomian sector usaha kecil, agar mampu mencapai kemandirian di bidang ekonomi dan tingkat perekonomian wilayah, pemberian kredit dari PNPM-MP sampai saat ini lancar tidak ada kemacetan sama sekali Net Performance Loan 0 % dengan Kolektibilitas 1 % (SEHAT), penyaluran dana PNPM-MP ke masyarakat khususnya bagi pertumbuhan, dana PNPM-MP di kelola oleh unit pengelola kegiatan (UPK) di Kecamatan Kalijambe.

METODOLOGI

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus yaitu pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi debitur Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MP) Kalijambe. Data ini diperoleh dengan mempelajari literature-literature yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti meliputi data mengenai gambaran umum PNPM-MP Kecamatan Kalijambe.

Data populasi dari penelitian ini adalah Seluruh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi debitur PNPM-MP Kecamatan Kalijambe yang mengambil kredit modal kerja sejumlah 268 orang dengan sampel dapat diambil berdasar prosentase penelitian ini mengambil sample sebanyak 15% dari 268 dengan perhitungan yang dibulatkan menjadi 45 orang.

Penelitian ini menggunakan Uji t (pengujian secara individu) untuk menguji signifikan pengaruh koefisien regresi masing-masing variabel independent secara sendiri-sendiri dan persamaan linier berganda.

Hipotesis

Ho : tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X_1, X_2, X_3 dan X_4) terhadap variabel dependent (Y) secara partial

Ha : ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X_1, X_2, X_3 dan X_4) terhadap variabel dependent (Y) secara partial

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal kerja terhadap pendapatan pengusaha mikro. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	IV. Std. Error	t-hitung	P value
Konstanta	-0,200	0,376		
X_1	0,02414	0,083	0,289	0,774
X_2	0,01066	0,077	0,139	0,890
X_3	0,09244	0,117	0,790	0,434
X_4	0,574	0,112	5,132	0,000
R-Squared	0,623			
Adj. R-Squared	0,585			
F-Hitung	16,522			
Probabilitas F	0,000			

Keterangan : Diolah dari data sekunder.

A. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data untuk regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel di atas. Dari tabel tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,200 + 0,02414 X_1 + 0,01066 X_2 + 0,09244 X_3 + 0,574 X_4$$

Dari Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal kerja konstan, maka pendapatan akan negatif
2. Koefisien regresi variabel pendidikan (b_1) bernilai positif sebesar 0,02414, hal ini menunjukkan bahwa jika pendidikan semakin tinggi maka pendapatan akan meningkat, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
3. Koefisien regresi variabel lama usaha (b_2) bernilai positif sebesar 0,01066, hal ini menunjukkan bahwa jika usaha semakin lama, maka pendapatan akan naik, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
4. Koefisien regresi variabel tenaga kerja (b_3) bernilai positif yaitu sebesar 0,09244, hal ini menunjukkan bahwa jika tenaga kerja semakin meningkat, maka jumlah pendapatan akan naik, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
5. Koefisien regresi variabel kredit modal kerja (b_4) bernilai positif yaitu sebesar 0,574, hal ini menunjukkan bahwa jika modal kerja semakin meningkat, maka jumlah pendapatan akan naik, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

B. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu. Pengujian regresi digunakan pengujian dua arah (*two tailed test*) dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa tingkat keyakinan adalah sebesar 95%.

Besarnya t-tabel sebesar 1,960. Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,289. Oleh karena harga uji t statistik (t-hitung) lebih kecil dari nilai kritis ($0,289 < 1,960$) atau Probabilitas t lebih besar dari 0,05 ($0,774 > 0,05$) maka H_0 diterima pada taraf

signifikansi 0,05. Artinya bahwa variabel pendidikan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan.

1. Pengujian terhadap variabel lama usaha
Besarnya t-tabel sebesar 1,960. Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,139. Oleh karena harga uji t statistik (t-hitung) lebih kecil dari nilai kritis ($0,139 < 1,960$) atau Probabilitas t lebih besar dari 0,05 ($0,890 > 0,05$) maka H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya bahwa variabel lama usaha tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan.
2. Pengujian terhadap variabel tenaga kerja
Besarnya t-tabel sebesar 1,960. Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,790. Oleh karena harga uji t statistik (t-hitung) lebih kecil dari nilai kritis ($0,790 < 1,960$) atau Probabilitas t lebih besar dari 0,05 ($0,434 > 0,05$) maka H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya bahwa variabel tenaga kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan.
3. Pengujian terhadap variabel kredit modal kerja
Besarnya t-tabel sebesar 1,960. Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,132. Oleh karena harga uji t statistik (t-hitung) lebih besar dari nilai kritis ($5,132 > 1,960$) atau Probabilitas t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya bahwa variabel kredit modal kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel kredit modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan untuk variabel pendidikan, lama usaha dan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha mikro. Berarti hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh signifikan faktor pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal usaha secara individu terhadap pendapatan UMKM debitur PNPM MP Kecamatan Kalijambe”, terbukti hanya untuk variabel modal kerja, sedangkan variabel pendidikan, lama usaha dan tenaga kerja tidak terbukti.

Hasil analisis uji secara bersama-sama terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari faktor pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal usaha terhadap pendapatan pengusaha mikro. Berarti hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh signifikan faktor pendidikan, lama usaha, tenaga kerja dan kredit modal usaha secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM debitur PNPM MP Kecamatan Kalijambe”, terbukti.

Hasil koefisien Beta menunjukkan bahwa kredit modal usaha mempunyai pengaruh dominan terhadap pendapatan pengusaha mikro. Berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Diduga faktor kredit modal usaha yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM debitur PNPM MP Kecamatan Kalijambe” terbukti.

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto.PS dan Pangestu Subagyo.2002. *Statistik Induktif*. BPFE.Yogyakarta.
- Departemen Dalam Negeri.2008/2009. *Petunjuk Teknis Operasional (PTO) PNPM-MP*. Tim Koordinasi PNPM-MP. Jakarta.
- HadiWidjaja dan Rivai Wirasasmita.1993. *Beberapa Segi Mengenai Perkreditan*.Pioner Bandung
- Iman Ghozali.2005. *Multivariate Dengan Program SPSS*. Undip Semarang.
- Munawir.1996. *Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Mudrajad Kuncoro.2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.jakarta.
- Nasution.1996. *Metode Reserch*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sondang.P.Siagian.2002.*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Soetanto Hadinoto 2005. *Kunci Sukses Bisnis Kredit Mikro(Worl Class Banking*. Elex Media Komputindo Jakarta.
- Suryana.2003. *Kewirausahaan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tukus Tambunan,1994.*UMKM*. Kadin. Jakarta

**COMPARISON OF EFFICIENCY OF TECHNICAL ANALYSIS SIMPLE MOVING
AVERAGE METHOD AND EXPONENTIAL MOVING AVERAGE METHOD IN THE
FOREIGN EXCHANGE MARKET**

**Case Study on the currency pair EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY
and USD/CHF Period 1 April 2015 - 30 September 2015**

**Imam Maliki¹
Dewi Rahmayanti²
Universitas Bengkulu**

Abstract

This study aims to determine the technical indicators of the group's most efficient moving average as an analytical tool to 5 major currency pairs in the foreign exchange markets as well as the specificity of the characteristics of the moving average technical indicators for the stock 5 major currency pairs in the foreign exchange markets. The objective of research is the currency pair EUR / USD, GBP / USD, AUD / USD, USD / JPY, USD / CHF, and the data used is data price movements of daily forex in the period 1 April 2015 until 30 September 2015 obtained from the website www.investing.com. The methodology used in this study was originally a web-based data collection which is then processed and analyzed using Microsoft Excel 2007. Finally statistical application SPSS version 16 is used to perform statistical tests. The results showed that the indicator exponential moving average with a period of 60 days (EMA (60)) is an indicator of the most efficient for use as an estimator based on the value of the coefficient of variance, and based on Kendall's W test there is a consensus among the five major currency pairs in foreign exchange markets on moving averages of the most efficient in estimating price movements.

Keywords: Investing, Forex, Technical Analysis, Simple Moving Average, Exponential Moving Average, Dollar, Euro, Pound, Yen, Franc.

- 1) Student of Financial Management Program
- 2) 2Conselor (Lecturer of Financial Management Program)

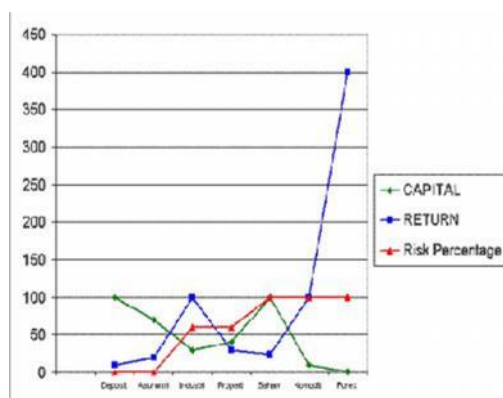
Pendahuluan

Saat ini pamor investasi semakin menanjak seiring tereduksinya masyarakat dengan cara mengelola keuangan. Masyarakat semakin sadar bahwa menyimpan uang dalam celengan atau di bawah bantal, tidak lagi memberi nilai lebih. Sebaliknya, semangat untuk membuat uang berkembang biak dengan sendirinya menyebabkan produk-produk instrumen investasi semakin dilirik oleh masyarakat.

Sektor finansial sebagai lahan investasi memiliki beberapa keunggulan. Misalnya, lebih likuid, tingkat pengembaliannya relatif lebih tinggi dan lebih cepat karena hal itu juga berhubungan dengan risikonya. Selain itu, produk instrumen investasi yang ditawarkan juga banyak, diantaranya ada saham, index, forex, komoditi dan lain sebagainya. Keunggulan sektor finansial ini seakan bertolak belakang dengan sektor riil. Investasi di sektor riil memiliki berbagai kelemahan, misalnya dalam hal modal, sektor riil cenderung membutuhkan modal yang besar. Karena modalnya yang besar maka likuiditasnya juga tidak secepat di sektor finansial. Kelebihan investasi riil ini adalah nilainya yang jarang turun dan mempunyai kecenderungan meningkat dari waktu ke waktu. Selain itu, kelemahan lainnya dari sektor riil adalah cenderung membutuhkan waktu lebih lama agar dapat berkembang. Karena hal inilah para pemilik modal lebih memilih sektor finansial sebagai lahan investasinya.

Pasar forex (foreign exchange) berada dalam golongan instrumen investasi pasar uang (money market) dan bursa komoditi berjangka. Pasar forex merupakan investasi pada sektor finansial yang tergolong sebagai produk investasi yang paling menjunjung prinsip ekonomi "high risk high return". Dengan artian peluang memperoleh profit sangat besar bahkan dapat mencapai puluhan persen per harinya, namun juga sekaligus memiliki risiko yang tinggi bila tidak dikelola secara baik.

Berikut ini digambarkan perbandingan antara modal, risiko dan keuntungan dari instrumen investasi yang ada pada pasar finansial.



Grafik perbandingan modal, risiko dan keuntungan investasi

Sumber: http://www.forexkampus.com/educenter_info/

Grafik diatas menunjukkan perbedaan tingkat risiko (*risk*) dan pengembalian keuntungan (*return*) dan modal (*capital*) dari berbagai macam instrumen investasi di sektor finansial. Dapat dilihat bahwa *forex* merupakan instrumen investasi dengan modal (*capital*) yang relatif kecil, dengan presentase risiko (*risk*) yang setara dengan saham dan komoditas serta pengembalian keuntungan (*return*) yang paling besar jika dibandingkan dengan instrumen-instrumen investasi sektor finansial lainnya. Investasi di pasar *forex* sendiri adalah investasi yang memerlukan strategi dalam memanfaatkan fluktuasi pertukaran mata uang antar negara di bursa keuangan.

Perbandingan antara investasi di pasar *forex* dengan pasar saham dengan rata-rata transaksi harian saham turun dari Rp 751,90 miliar per hari di sepanjang 2013, menjadi Rp 670,94 miliar per hari di 2014, atau turun sebesar 10,77% (finance.detik.com). Sedangkan menurut survei yang dilakukan oleh BIS (*Bank International for Settlement/Bank Sentral Dunia*) pada April tahun 2014 nilai transaksi *forex* mencapai 5,3 triliun Dollar Amerika setiap harinya. Artinya peluang memperoleh profit yang sangat besar mencapai puluhan persen perharinya. Dalam pasar *forex* dikenal sejumlah kode pasangan mata uang seperti GBP/USD, EUR/USD, USD/CHF, USD/JPY dan lain-lain. Ada 5 pasangan mata uang yang paling sering diperdagangkan pada pasar *forex*, kelimaanya memegang hingga 85% dari jumlah *trading* yang dilakukan pada pasar *forex* (en.wikipedia.org). Pada sebuah hasil survey yang diterbitkan oleh website trading *forex* ternama didunia, yaitu <http://www.dailyfx.com> digambarkan volume perdagangan dari berbagai mata uang yang ada dalam pasar *forex* selama tahun 2014. Berikut ini diagram volume perdagangan dari berbagai mata uang pada pasar *forex*

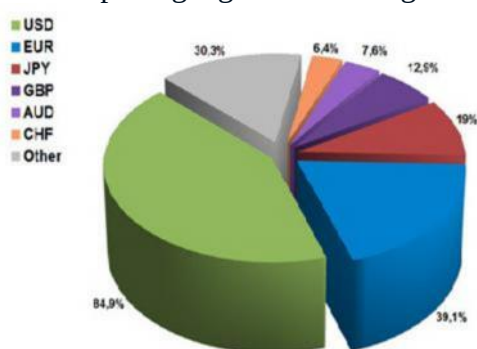


Diagram Volume Perdagangan pasar forex

Sumber: <http://www.dailyfx.com/>

Diagram diatas menggambarkan volume perdagangan dari pasar *forex* selama tahun 2014. Dapat disimpulkan bahwa beberapa mata uang diatas adalah mata uang yang paling favorit diperdagangkan pada pasar *forex* yang sering dikenal juga dengan “*The 5 Major Pairs*” atau 5 pasangan mata uang utama.

Dalam menganalisis harga ada dua analisis yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental memperhitungkan berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi suatu

negara, kebijakan ekonomi, baik makro ataupun mikro. Pada prinsipnya suatu Analisis Fundamental digunakan untuk mengetahui apakah suatu harga *overvalued* atau *undervalued* (Wira, 2010). Sedangkan analisis teknikal merupakan sebuah analisis tentang pergerakan harga mata uang yang didasarkan dari pergerakan harga mata uang itu sendiri di masa lampau. Pada dasarnya analisis teknikal digunakan untuk menentukan apakah suatu harga mata uang sudah *overbought* atau *oversold* (Wira, 2010).

Di dalam dunia *trading forex* terdapat beberapa teknik trading yang populer, seperti *hedging/locking*, *scalping*, *elliott wave*, *averaging*, *martingale*, *carry trade*, *fundamental analysis*, *technical analysis* dan lain-lain. Analisis teknikal diaplikasikan ke dalam *software tradingforex* sebagai sebuah indikator. Indikator pada dasarnya memiliki tiga fungsi yang luas, yaitu untuk memberi peringatan, konfirmasi dan digunakan sebagai alat prediksi. Suatu indikator dapat bertindak sebagai pemberi peringatan dalam pengkajian pergerakan harga secara lebih dekat, karena indikator bisa memberikan informasi pergerakan harga.

Semua informasi mengenai pergerakan harga pasangan mata uang tertentu, baik itu *open price*, *close price*, *high price* dan *low price* dari pergerakan pada beberapa *timeframe* atau periode waktu sebelumnya akan digambarkan pada sebuah grafik indikator analisis teknikal. Menurut Subardi (2002) indikator teknikal adalah suatu rangkaian titik data yang dihasilkan dari penggunaan satu formula atas data-data harga sekuritas tertentu.

Menggunakan analisis teknikal artinya meyakini bahwa perubahan harga bergerak dengan pola tertentu sesuai dengan pola yang terjadi di masa lalu. Pola ini mudah diikuti dengan melihat grafik pergerakan harga. Pendapat ini masih banyak pro dan kontra. Fakta yang ada di BEI, cukup banyak, bahkan mungkin mayoritas investor memilih menggunakan analisis teknikal dari pada analisis fundamental. Secara awam, semua orang bisa melakukan analisis teknikal dengan sudut pandang dan cara mereka sendiri. Instrumen utama yang digunakan untuk membantu analisis teknikal adalah grafik. Grafik pergerakan harga saham disajikan dalam berbagai bentuk grafik, antara lain *bar chart*, *candlestick chart*, garis *trend*, dan sebagainya. Indikator analisis teknikal yang dikenal *trader* secara umum diantaranya adalah *moving average*, *bollinger bands*, *trendline*, *relative strength index (RSI)*, *volume*, *stochastic oscillator*, *money flow index*, *fibonacci retracement*, *comofity channel index (CCI)* dan lain- lain.

Dalam teknikal analisis ini terdapat beberapa indikator yang salah satunya menggunakan indikator teknikal sederhana untuk lebih mengakurasi pergerakan harga dalam pasar forex. Salah satu indikator teknikal yang sederhana paling populer adalah *moving average (MA)*. *Moving average* adalah indikator yang paling umum digunakan atau paling standar. Metode ini dapat dikatakan sebagai pengembangan metode dasar yang dulu kita pelajari di bangku sekolah. MA dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis indikator *forex* akurat, yakni: *Exponential Moving Average (EMA)*, *Simple Moving Average (SMA)*, dan *Weighted Moving Average (WMA)*. Dalam mengukur pergerakan rata-rata harga suatu pasangan mata uang kita bisa menggunakan *moving average*. *Moving average* memperjelas arah *trend* dengan memperhalus fluktuasi pergerakan harga. Hal ini dilakukan secara matematis dengan mengambil rata-rata dari *close price* selama *timeframe* tertentu. Berikut gambar penampakan indikator *moving average* pada *platformtrading forex*.



Grafik penampakan indikator *moving average*.

Sumber:

<http://www.dailyfx.com/charts/tradingview>

Sebagai contoh, grafik diatas merupakan *chart trading forex* untuk pasangan mata uang EUR/USD pada periode *daily* yang artinya 1 bar *candlestick* mewakili pergerakan harga dalam 1 hari trading. Grafik yang digunakan adalah grafik *candlestick*. Parameter indikatornya adalah SMA(5) berwarna merah, SMA(20) berwarna kuning, SMA(60) berwarna biru, EMA(5) berwarna ungu, EMA(20) berwarna hijau, EMA(60) berwarna biru muda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, melalui penelitian ini penulis akan menganalisis perbandingan tingkat efisiensi menggunakan analisis teknikal metode *Simple Moving Average* (SMA) dan *Exponential Moving Average* (EMA) pada 5 pasangan mata uang utama di pasar *forex* yaitu EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF. Dipilihnya pasar *forex* karena instrumen investasi di pasar ini merupakan investasi dengan tingkat *return* yang paling tinggi dan paling tinggi pula tingkat likuiditasnya jika dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya di pasar keuangan. Pasangan mata uang EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF dipilih karena merupakan 5 pasangan mata uang yang paling banyak diperdagangkan di pasar *forex*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perbandingan Efisiensi Analisis Teknikal metode Simple Moving Average dan Exponential Moving Average di Pasar Foreign Exchange: Studi Kasus pada Pasangan mata uang EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF Periode 1 April 2015- 30 September 2015”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang perkembangan dunia investasi hingga sekarang *tradingforex* menjadi salah satu instrumen investasi yang menguntungkan, serta dibutuhkannya teknik peramalan yang akurat dalam melakukan transaksi perdagangan di pasar *forex*, maka masalah penelitian ini dirumuskan menjadi:

1. Manakah indikator teknikal yang ideal dari kelompok indikator *moving average* untuk mengambil keputusan dalam bertransaksi di pasar *forex*?
2. Manakah indikator teknikal *moving average* yang paling efisien sebagai alat analisis untuk diterapkan pada 5 pasangan mata uang utama dalam perdagangan di pasar *forex* dari indikator *simple moving average* (SMA) dan *exponential moving average* (EMA) periode 5, 20 dan 60?
3. Adakah kespesifikan dari karakteristik indikator teknikal *moving average* untuk 5 pasangan mata uang utama dalam perdagangan di pasar *forex*?

Tinjauan Pustaka

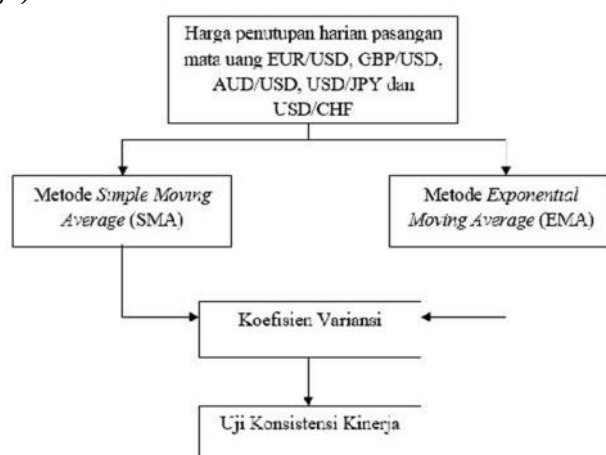
Dalam berinvestasi seseorang dihadapkan pada suatu risiko yang dinamakan risiko investasi, sehingga dalam melakukan investasi seseorang harus selalu mempertimbangkan tingkat risiko yang dijabarkan oleh Tandelilin (2001:46) yaitu “Risiko merupakan kemungkinan perbedaan antara *return actual* dengan *return* yang diharapkan. Semakin besar perbedaannya, berarti semakin besar risiko investasi tersebut”. Pengetahuan dan pemahaman yang cukup akan membantu investor dalam mempertimbangkan suatu alternatif investasi. Karena itu seorang investor atau pelaku investasi yang akan berinvestasi dalam sekuritas tertentu sebaiknya memiliki pemahaman mengenai pasar, bagaimana proses berinvestasi pada sekuritas serta karakteristik dari sekuritas itu sendiri. Banyak dari pasangan mata uang dunia yang berkorelasi dalam pergerakan harga 5 pasangan mata uang utama dalam pasar *forex*, berarti kelima pasangan mata uang ini bergerak hampir identik satu sama lain. 5 pasangan mata uang utama adalah pasangan mata uang dalam *forex trading* yang berpasangan dengan mata uang utama dunia yaitu USD (Dollar Amerika). Pasangan mata uang ini menjadi pasangan mata uang yang volume nya paling banyak diperdagangkan di pasar *forex* diantara sekian banyak pasangan mata uang lain.

Dalam hal ini penulis hanya membatasi pada analisis teknikal saja. Analisis teknikal adalah teknik yang menganalisa fluktuasi harga suatu pasangan mata uang dalam rentang waktu tertentu yang memanfaatkan pergerakan harga historis untuk memprediksi harga yang akan datang. Analisis teknikal adalah teknik yang menganalisa fluktuasi harga dalam rentang waktu tertentu atau dalam hubungannya dengan faktor lain misalnya volume transaksi (Wira, 2010). *Moving average* adalah salah satu perangkat indikator di dalam analisis teknikal yang paling sering digunakan. Indikator memberikan nilai rata-rata atas perubahan harga sekuritas pada beberapa hari ke belakang, sehingga

memberikan informasi yang lebih mudah ditangkap untuk keperluan analisis dan mengantisipasi tren (Hendarto, 2005). Salah satu indikator yang paling terkenal diantara trader adalah *moving average* (MA). Indikator ini memiliki fungsi untuk memprediksi pergerakan harga dalam jangka panjang. *Moving average* akan menghitung rata-rata harga pergerakan suatu pasangan mata uang. Indikator ini merupakan indikator yang sederhana sehingga mudah dipahami dan digunakan serta dapat memberikan informasi yang lengkap tentang pergerakan harga.

Penggunaan metode *Simple Moving Average* (SMA) periode SMA(5), SMA(20), SMA(60) dan metode *Exponential Moving Average* (EMA) periode EMA(5), EMA(20), EMA(60) yang merupakan bagian dari analisis teknikal *moving average* (*Applied Theory*) yang merupakan bagian dari analisis teknikal (*Middle Range Theory*) diterapkan pada 5 pasangan mata uang utama dalam perdagangan di pasar valuta asing atau *forex* yaitu EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF digunakan untuk memprediksi harga kelima pasangan mata uang tersebut berdasarkan harga penutupan harian terdahulu dan sekarang. Setelah itu akan dilihat tingkat efisiensi dari penggunaan metode *Simple Moving Average* (SMA) periode SMA(5), SMA(20), SMA(60) dan metode *Exponential Moving Average* (EMA) periode EMA(5), EMA(20), EMA(60) menggunakan uji koefisiensi variansi dan akan diuji juga konsistensi kinerjanya menggunakan uji Kendall's W.

Penerapan teori investasi (*Grand Theory*) dalam penelitian ini sebagai ruang lingkup umum penelitian mengenai salah satu instrumen investasi yaitu investasi pasar valuta asing (*foreign exchange*).



Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang berdasarkan data berupa angka- angka yang dijabarkan dan dijelaskan menjadi suatu analisis secara sistematis. Menurut Sujana dan Ibrahim (1989:65) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.

Teknik sampling yang digunakan adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Intan, 2009). Dalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah populasi dari 5 pasangan mata uang yang paling banyak diperdagangkan di pasar *forex* dari tanggal 1 April 2015 sampai dengan 30 September 2015. Sampel data yang digunakan adalah data-data harga penutupan (*close price*) dari website referensi trading *forex* internasional, data yang diperoleh melalui <http://www.investing.com/> dan <http://finance.yahoo.com/> terkoneksi langsung dengan indeks harga valuta asing harian dalam pasar *forex* yaitu pada pasangan mata uang EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF.

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan pada penelitian ini adalah dokumentasi yaitu suatu metode pengumpulan data yang memperoleh data dari sumber media elektronik dan media cetak seperti internet, jurnal, buku, serta koran. Menurut Sugiyono (2011:329-330) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Simple Moving Average* (SMA) dan *Exponential Moving Average* (EMA). Setiap harga mengandung informasi. Untuk itu, diperlukan data mengenai harga *open price* (Pembukaan), dan *close price* (Penutupan) dari terbaru pasangan mata uang EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF. Aplikasi

pengolah data maupun untuk analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah Microsoft Office Excell 2007 untuk pengolahan data awal harga *forex* dalam bentuk lembar kerja (spread-sheet), website <http://www.investing.com/> dan <http://finance.yahoo.com/> untuk data harga penutupan harian analisis indikator teknikal dan SPSS versi 16 untuk pengolahan data dalam pengujian statistik.

Pembahasan

Berdasarkan data harga penutupan (*close price*) *forex* periode harian (*daily*) dari 1 April 2015 sampai dengan 30 September, yaitu EUR/USD, GBP/USD, AUD/USD, USD/JPY dan USD/CHF yang kemudian diolah menggunakan metode *simple moving average* (SMA) dan indikator *exponential moving average* (EMA) maka diperoleh nilai koefisien variansi indikator SMA(5), SMA(20), SMA(60), EMA(5), EMA(20) dan EMA(60). Hasil tersebut bahwa indikator EMA (60) ternyata yang paling efisien untuk digunakan sebagai estimator.

Setelah diuraikan statistika deskriptif dari peringkat koefisien variansi indikator yang dianalisis, menunjukkan bahwa indikator SMA(5) memiliki rata-rata peringkat 2.158900 dari 5 kasus (5 pasangan mata uang), dengan peringkat minimum 1.5959 dan peringkat maksimum 3.9391. Artinya, dari keenam kali kasus atau pengamatan indikator, indikator SMA(5) mendapatkan peringkat terbaik 5 dan peringkat terburuk 6. Secara statistik, terbukti ada kesepakatan indikator yang paling efisien di antara 5 pasangan mata uang di pasar *forex*. Hasil ini juga memberikan konfirmasi bahwa EMA (60) adalah indikator yang paling efisien di antara indikator *moving average* dan pola peringkat indikator *moving average* berdasarkan periode yang diambil menunjukkan bahwa untuk periode yang sama, indikator EMA lebih efisien dari pada indikator SMA. Untuk 5 pasangan mata uang di pasar *forex* dengan pergerakan harga yang fluktuatif, indikator EMA lebih sesuai.

Data hasil pada Tabel 4.5 memberikan nilai Kendall's W sebesar 0.963. Hal ini menunjukan bahwa derajat kesepakatan peringkat indikator diantara 5 pasangan mata uang utama di pasar *forex* adalah 0.963. Nilai koefisien ini menunjukkan derajat kecocokan yang sangat tinggi karena nilai koefisien W pada dasarnya adalah salah satu bentuk pengukur korelasi antara beberapa variabel.

Tabel 4.5 Test

Statistics	
N	5
Kendall's W ^a	.963
Chi-Square	24.086
Df	5
Asymp. Sig.	.000

Dari hasil analisis juga diperoleh nilai signifikansi parameter (*asyp. sig.*) sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi parameter < taraf nyata ($\alpha = 0.00$), maka berarti H_0 ditolak. Output ini secara statistik juga menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi 5% ternyata koefisien Kendall's W signifikan, atau secara statistik terdapat konkordansi atau kesepakatan indikator yang paling efisien dalam mengestimasi harga pasangan mata uang diantara 5 pasangan mata uang di pasar *forex*.

Kesimpulan

Pengukuran untuk membandingkan efisiensi kinerja indikator *simple moving average* (SMA) dan *exponential moving average* (EMA) pada 5 pasangan mata uang utama di pasar *forex* memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola peringkat indikator *moving average* berdasarkan periode yang diambil menunjukkan bahwa indikator *exponential moving average* (EMA) lebih efisien dari pada indikator *simple moving average* (SMA). Hal ini menunjukkan bahwa untuk 5 pasangan mata uang utama di pasar *forex* dengan pergerakan harga yang fluktuatif, ternyata indikator *exponential moving average* (EMA) lebih sesuai.
2. Berdasarkan hasil pengukuran efisiensi kinerja 6 indikator dengan koefisien variansinya pada 5 pasangan mata uang utama di pasar *forex*, dapat disimpulkan bahwa indikator EMA (60)

adalah yang paling efisien untuk digunakan. Pola pemeringkatan dengan menggunakan *mean rank* menghasilkan EMA (60) sebagai peringkat pertamanya. Hasil statistik uji Kendall's W juga menyimpulkan penolakan H₀ atau dapat dikatakan bahwa secara statistik terbukti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penggunaan metode *Simple Moving Average* (SMA) periode SMA(5), SMA(20), SMA(60) dan metode *Exponential Moving Average* (EMA) periode EMA(5), EMA(20), EMA(60) diterapkan pada 5 pasangan mata uang utama dalam perdagangan di pasar *forex*.

3. Dengan hasil uji konkordansi Kendall's W menunjukkan bahwa efisiensi tertinggi pada indikator EMA (60) adalah spesifik untuk 5 pasangan mata uang utama dalam perdagangan di pasar *forex*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwiyah, dan Liyanto., 2012. "*Analisis Teknikal Untuk Mendapatkan Profit Dalam Forex Trading Online*". Buletin Studi Ekonomi, Volume 17.
- Desmond, Wira.2010. *Analisis Teknikal Untuk Profit Maksimal*. Jakarta, Exceed.
- Firmansyah, dan Hadiano,M. Sopian. 2001.*Analisis Teknikal Saham dengan Metastock*, Buku 1. Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Frento T,Suharto. 2012. *Mengungkap Rahasia Forex*. Jakarta, Kompas Gramedia. Hamdy, Hady. 2007. *Valas Untuk Manajer*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Harsanto, Ario., dan Ekaputra, Irwan Adi., 2009. "*Does Moving Average Technical Trading Rule Provide Value for Intraday Stock Trading?; Evidence from the Indonesian Stock Market*". Indonesian Capital Market Review, Volume IV.
- Harvey, Ian. 2012. "Forex Currencies: The EUR/USD". <http://www.investopedia.com/university/forexcurrencies/currencies4.asp>. Diakses pada 24 Desember 2015.
- Hendarto, Kusumarsono. 2005.*Belajar Trading*. Yogyakarta, Andi.
- Hung, Nguyen Hoang., Yang Zhaojun dan Le Duc Thang. 2014. "*Moving Average Trading Rules: Are They Trending Following Devices? Evidence from the Vietnamese Stock Market*". International Review of Management and Business Research, Volume 3.
- Kuepper, Justin. 2012. "Forex Currencies: The GBP/USD". <http://www.investopedia.com/university/forexcurrencies/currencies6.asp>. Diakses pada 24 Desember 2015.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta, Erlangga.
- Lilipaly, Greis S., Djoni Hatidja dan John S. Kekenusa. 2014. "*Prediksi Harga Saham PT. BRI, Tbk. Menggunakan Metode ARIMA*". Jurnal Ilmiah Sains Vol. 14 No.2, Oktober 2014.
- May, Ellen. 2010. *We Are Trader Not Gambler*. Jakarta, Vibby Publishing
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Oei, Istijanto. 2009. *Kiat Investasi Valas, Emas, Saham*. Jakarta, Gramedia. Ong, Edianto.2011. *Technical Analysis For Mega Profit*.Jakarta, Gramedia.
- Perry, Brian. 2012. "Forex Currencies: The USD/JPY". <http://www.investopedia.com/university/forexcurrencies/currencies5.asp>. Diakses pada 24 Desember 2015.
- Rahmadhani, Andri., Mohammad Mandela dan Sparisoma Viridi. 2011. "*Prediksi Pergerakan Kurva Harga Saham dengan Metode Simple Moving Average Menggunakan C++ dan Qt Creator*". Prosiding Seminar Kontribusi Fisika 2011 (SKF 2011).
- Shachmurove, Yochanan., Paul Klein dan Joseph Yagil. 2001. "*A Moving Average Comparison of the Tel-Aviv 25 and S & P 500 Stock Indices*". Department of Economics, University of Pennsylvania.
- Sjahbunan, Adam Ultra., dan Budhi Arta Surya. 2013. "*Forex Trading For Beginner With Using Simple Moving Average As Main Indicator And Bollinger Bands As Support And Resistance In GBP/USD TF H1 Period July 2012 – December 2012*". Journal Of Business And Management, Vol. 2, No. 1, 2013: 1-7.
- Sihabuddin, Agus, Dedi Rosadi dan Nurdi Dwianto Wibowo. 2009. "*Early Warning System in Forex Market*". Conference Paper, January 2009.
- Soetjipto, Abdi., dan Sendi Novianto. 2014. "*Penentuan Buy dan Sell Pada Trading Forex EURUSD Dengan Metode Supply And Demand Berbasis K-Mean*". Universitas Dian Nuswantoro.

- Subardi, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan, Edisi Kedua*. Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Sunariyah. 2004. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal. Edisi Keempat*. Yogyakarta: UPP AMP. YKPN.
- Wahid Sulaiman. 2005. *Statistik Non-Parametrik, Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*. Jakarta, Andi.
- Walpole, Ronald E. 2000. *Pengantar Statistika*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Toni. 2012. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Wong, Wing Keung, Meher Manzur dan Boon-Kiat Chew. "How rewarding is technical analysis? Evidence from Singapore stock market". *Applied Financial Economics* 13.7 (2010): 543-551
- www.dailyfx.com
- www.finance.yahoo.com
- www.investing.com

ANALYSIS PREDICTION 5 YEARS LATER FOR REGIONAL TAX AT SURAKARTA CITY BASED IN YEAR 2005-2010

ANALISIS PREDIKSI LIMA TAHUN YANG AKAN DATANG PADA PAJAK DAERAH DI KOTA SURAKARTA BERDASARKAN TAHUN 2005-2010

Yofhi Septian Panglipurningrum

STIE AUB Surakarta (Manajemen)

Yofhi_Septian@yahoo.com

Abstract

Target of research know influence of taxation of year area 2005 - 2010 to acceptance of area lease in town of surakarta. Knowing influence mount efektifitas of area imposition as a whole lease type in town of surakarta year 2005 - 2010. Knowing how big area lease contribution to earnings of area genuiness [in] town of surakarta year 2005 - 2010. Result of from analysis there are ratio flatten - rata, sehingga earn [in] concluding that, Ordinary Least Squared (OLS). Pursuant to result of research concluded that Pursuant to calculation with analysis model trend, area lease contribution to PAD happened increase from year to year. Degradation that happened probably because there [is] other sector which render larger ones contribution of area lease sector. and [in] dasarakan [in] expecting local government can make policy - more supporting policy [of] society economic activity so that area lease contribution to earnings

keyword: region tax, region revenue, Ordinary least square (OLS)

Abstrak

Tujuan penelitian mengetahui berapa prediksi pajak daerah pada 5 tahun yang akan datang berdasarkan data pajak tahun 2005 – 2010. Dengan tujuan tersebut penelitian menggunakan analisis *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil dari analisis terdapat rasio rata – rata, sehingga dapat di simpulkan bahwa, dengan analisis Ordinary Least Squared (OLS). Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Berdasarkan perhitungan dengan analisis model trend, kontribusi pajak daerah terhadap PAD terjadi kenaikan dari tahun ke tahun. Penurunan yang terjadi mungkin karena ada sektor lain yang menyumbangkan kontribusi yang lebih besar dari sektor pajak daerah. dan di dasarakan di harapkan pemerintah daerah dapat membuat kebijakan – kebijakan yang lebih mendukung kegiatan ekonomi masyarakat sehingga kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah (PAD) yang di dapat lebih optimal.

Kata kunci : Pajak Daerah, Pendapatan Asli Daerah, Ordinary least Squared (OLS).

PENDAHULUAN

Pembangunan di suatu wilayah pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan di suatu negara dalam pertumbuhan ekonomi yang merupakan perkembangan kegiatan ekonomi masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat pun meningkat.

Dengan di keluarkannya Undang-Undang No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah No 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, maka sistem dan mekanisme pengelolaan pemerintah daerah akan mengalami perubahan – perubahan mendasar. Otonomi daerah akan benar-benar diterapkan secara nyata dan bertanggungjawab.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu faktor yang penting dalam pelaksanaan roda pemerintahan suatu daerah yang berdasarkan pada prinsip otonomi yang nyata, luas dan bertanggung jawab. Peranannya dalam keuangan daerah menjadi salah satu tolok ukur penting dalam pelaksanaan otonomi daerah memperoleh menghimpun PAD maka akan semakin besar pula tersedianya jumlah keuangan daerah yang dapat di gunakan untuk membiayai penyelenggaraan otonomi daerah.

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di propinsi jawa tengah yang diberi hak otonomi daerah untuk mengatur dan mengelola sumber pendapatan daerahnya sendiri. Salah satu upaya Pemerintah Surakarta dalam meningkatkan PAD adalah melalui pemungutan pajak daerah. Pajak sebagai sumber PAD yang penting, di tingkatkan potensi dan prospeknya, antara lain dengan melakukan kebijakan yang di tempuh, yaitu mengoptimalkan sumber-sumber penerimaan pajak daerah dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak bagi pembangunan bangsa. Di kota Surakarta Undang – Undang No 34 Tahun 2000, terdiri dari : pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak

reklame, pajak penerangan jalan, dan pajak parkir. Gambaran struktur pajak daerah di kota surakarta dapat di lihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Struktur Pajak Daerah Di Kota Surakarta Tahun 2010.

No	Jenis pajak daerah	Penerimaan tahun 2010 (Rp)	% terhadap pajak daerah
1.	Pajak hotel	7.638.646.000	10.799.468.707
2.	Pajak restoran	9.633.919.000	10.454.561.381
3.	Pajak hiburan	5.451.935.000	5.737.961.436
4.	Pajak reklame	4.550.000.000	4.697.717.016
5.	Pajak penerangan jalan	26.149.168.000	28.892.435.120
6.	Pajak parkir	1.000.000.000	1.059.479.750
	Jumlah pajak daerah	54.423.668.000	61.641.623.410

Sumber : Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Aset Kota Surakarta. (Data Di Olah).

Dodi Agung Wicaksono (2011) meneliti dengan judul “ Analisis Perbandingan Efisiensi Dan Efektifitas Pemungutan Pajak Daerah Kota Surakarta Dengan Kabupaten Sekitarnya Yang Berbatasan Langsung Dengan Kota Surakarta Tahun 2005 – 2010” dengan hasil penelitian didapatkan efektifitas pemungutan pajak daerah di Kota Surakarta, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sukoharjo Dan Kabupaten Karanganyar tahun 2005 – 2010. Kabupaten Boyolali memiliki efektifitas paling besar yaitu 114 % , dengan Kota Surakarta efektifitas sebesar 104 %, Kabupaten Boyolali sebesar 114 %, Kabupaten Sukoharjo 107 %, Kabupaten Karanganyar 107 %.akan tetapi semuanya mempunyai tingkat efektifitas yang sangat efektif.

Adapun rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimanakah tingkat pertumbuhan pajak daerah dan pendapatan asli daerah (PAD) kota surakarta 5 tahun yang akan datang ?

Tujuan Penelitian: Mengetahui tingkat pertumbuhan pajak daerah dan pendapatan asli daerah (PAD) kota surakarta 5 tahun yang akan datang ?

METODE

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data – data yang di kumpulkan secara tidak langsung dari studi pustaka atau data lain yang di pakai untuk melengkapi analisis dalam penelitian ini berbasis dari data yang bersumber dari lembaga – lembaga atau instansi dan kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Seperti halnya Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Surakarta, Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah (DPPKAD) Kota Surakarta Dan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta.

Data yang diperoleh dihipung melalui teknik kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mengumpulkan teori dari buku–buku dan literature, laporan tahunan dari Dinas Pendapatan, Pengelolaan Dan Keuangan Asset (DPPKA) Kota Surakarta serta hasil penelitian terdahulu.

Metode Analisis Data

Analisis OLS (Ordinary Least Square)

Dalam penelitian ini di gunakan metode kuadrat terkecil (least square method). Penggunaan metode least square sebetulnya merupakan metode yang memuaskan bagi penggambaran garis trend linier. Dalam banyak peristiwa fluktuasi deret berkala sekitar garis trendnya umumnya bukan bersifat independen.

Persamaan garis linear dinyatakan dengan model :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = penerimaan pajak daerah

a = kontanta

b = besarnya perubahan variabel y yang terjadi setiap perubahan satu unit variabel x.

X = periode waktu

Penggunaan model tren linear ini bertujuan untuk melihat perkembangan hubungan variabel X dan Y dan selama periode penelitian maupun prospeknnya di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.15 Hasil Olahan Eviews 5.1

Dependent variable: pjkd daerah
Method: least squares
Date: 02/15/12 time: 21:19
Sample: 2005 2010
Included observations: 6

Variable	Coefficient t	Std. Error	T-statistic	Prob.
C	2.83e+10	7.20e+09	3.934014	0.0170
Perubahan	2.975827	1.178717	2.524632	0.0650
R-squared	0.614412	Mean dependent var		4.45e+10
Adjusted r-squared	0.518015	S.d. Dependent var		1.17e+10
S.e. Of regression	8.11e+09	Akaike info criterion		48.73222
Sum squared resid	2.63e+20	Schwarz criterion		48.66280
Log likelihood	-144.1967	F-statistic		6.373768
Durbin-watson stat	1.221195	Prob(F-statistic)		0.065035

Sumber : Pengolahan Data Sekunder.

$$Y = 2,83 + 2,97 X$$

Tabel 4.16 Prediksi Pajak Daerah di Kota Surakarta 5 Tahun Yang Akan Datang di Kota Surakarta Tahun 2011 - 2015

Tahun	Periode waktu (X)	$Y = 2,83 + 2,97X$ (dalam %)	Pajak daerah (Rp)
2011	7	23,62	76.201.374.859
2012	8	26,59	96.463.320.434
2013	9	29,56	124.977.877.954
2014	10	32,53	165.633.181.652
2015	11	35,51	224.449.524.457

Sumber : hasil pengolahan data.

Dari data yang diperoleh diatas dapat dilihat bahwa pada tahun ke-7 atau tahun 2011 prediksi pajak daerah di Surakarta akan meningkat sebesar 23,62 %, kemudian pada tahun ke- 8 atau tahun 2012 prediksi pajak daerah akan naik sebesar 26,59 %, sedangkan pada tahun ke- 9 atau tahun 2013 prediksi kenaikan pajak daerah sebesar 29,56 %, dan pada tahun ke- 10 atau tahun 2014 prediksi kenaikan pajak daerah sebesar 32,53 % dan untuk tahun ke-11 atau tahun 2015 prediksi pajak akan naik sebesar 35,51 % dari tahun sebelumnya.

KESIMPULAN

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan penerimaan pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kenaikan yang terjadi mungkin karena ada sektor lain yang menyumbangkan pendapatan selain dari pajak daerah. Walaupun pendapatan pajak daerah belum dapat memberikan kontribusi yang besar atau optimal terhadap PAD, pajak daerah secara keseluruhan mengalami kenaikan 2,97 % per tahun, karena diimbangi pula kenaikan penerimaan PAD Kota Surakarta yang sangat besar dari sektor – sektor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- , 2005. Surakarta dalam Angka tahun 2005. Surakarta : BPS.
- , 2006. Surakarta dalam Angka tahun 2006. Surakarta : BPS.
- , 2007. Surakarta dalam Angka tahun 2007. Surakarta : BPS.
- , 2008. Surakarta dalam Angka tahun 2008. Surakarta : BPS.
- , 2009. Surakarta dalam Angka tahun 2009. Surakarta : BPS.
- , 2010. Surakarta dalam Angka tahun 2010. Surakarta : BPS.
- Damodar Gujarati . 1998. Ekonometrika Dasar. Jakarta : Erlangga.
- Wicaksono, Dodi Agung. 2011. Analisis Perbandingan Efisiensi dan Efektifitas Pemungutan Pajak Daerah Kota Surakarta Dengan kabupaten Disekitarnya Yang Berbatasan Langsung Dengan Kota Surakarta Tahun 2005 – 2010 : Skripsi mahasiswa S1 FE UNS.
- Undang – undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang pemerintahan Daerah. Lembaran Negara RI Tahun 2004 No 125
- Undang – undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang pemerintahan Daerah. Lembaran Negara RI Tahun 2004 No 125

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL
PADA BADAN REHABILITASI SOSIAL "RAHARJO" SRAGEN
DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Tri Widiyanto

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Email : tri.widiyanto@stie-aub.co.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris bahwa Budaya Organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel *Intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 pegawai. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrumen, analisa jalur, uji R^2 uji t, uji F, dan pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Sedangkan budaya organisasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan kerja.

Kata Kunci : budaya organisasi, kepuasan kerja, kinerja pegawai

Latar Belakang Masalah

Kinerja sumber daya manusia merupakan istilah yang berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yaitu prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang. Definisi kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2007: 9).

Kinerja memiliki peran penting dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi sesuai dengan visi dan misi yang ada. Untuk itu sangat tergantung dari pelaksanaannya yaitu para pegawai agar mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi. Suatu instansi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan harus melalui sarana dalam bentuk organisasi yang digerakkan sekelompok orang yang berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya mencapai tujuan organisasi sehingga apabila kinerja pegawai baik maka kinerja organisasi akan lebih baik.

Kinerja pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen selama ini belum berjalan optimal karena institusi dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat masih terkesan belum sepenuhnya transparan, akuntabel, responsif dan bersih dari segala bentuk penyalahgunaan kekuasaan. Untuk mencapai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen yang andal, produktif, akuntabel dan bebas korupsi, kolusi serta nepotisme maka diperlukan perbaikan kinerja pegawai secara berkelanjutan terutama dengan memperbaiki kualitas sumber daya manusia di dalam institusi terutama terkait aspek kepemimpinan, budaya organisasi dan kepuasan kerja pegawai untuk menciptakan kinerja secara maksimal.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan faktor kunci bagi organisasi dalam menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditimbulkan oleh kebijakan otonomi daerah, hal ini sangat tergantung faktor sumber daya manusia yang mengelola. Peningkatan kualitas sumber daya manusia tidak hanya dilakukan melalui kepemimpinan yang baik, tetapi budaya organisasi dan kepuasan kerja sangat penting artinya bagi pencapaian tujuan organisasi, dengan demikian organisasi harus memandang pegawai tidak hanya sekedar sebagai tenaga kerja semata tetapi lebih sebagai asset organisasi yang sangat penting untuk dikelola dengan baik.

Budaya organisasi yang ada di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen perlu dilakukan perbaikan terutama dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat khususnya terkait dengan berbagai program-program kepada masyarakat yang masih belum dapat terealisasi secara optimal.

Pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen yang merasa puas, maka mereka akan semaksimal mungkin untuk menghasilkan kinerja dengan baik dan tidak akan mau untuk meninggalkan pekerjaan, sedangkan apabila kepuasan kerja tidak terpenuhi akan menimbulkan kekecewaan, tidak bergairah untuk bekerja dan kinerja akan menurun, melihat keberadaan pegawai tersebut maka pimpinan harus memperhatikan kepuasan kerja pegawai untuk menciptakan suasana kerja yang mendorong pegawai bekerja secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel *Intervening*".

A. Perumusan dan Batasan Masalah

a. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, dalam penelitian ini peneliti mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

- a) Apakah budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen ?
- b) Apakah budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen ?
- c) Apakah kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen ?

b. Batasan Masalah

- a) Penelitian ini dilakukan pada Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen dengan obyek penelitian semua pegawai.
- b) Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu budaya organisasi, sedangkan variabel *intervening* adalah kepuasan kerja variabel dependen adalah kinerja pegawai.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui secara empiris pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.
- b. Mengetahui secara empiris pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.
- c. Mengetahui secara empiris pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Dapat memberikan khasanah pengetahuan tentang Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel *Intervening*.
- b. Memberikan kontribusi dan pertimbangan bagi pengambil kebijaksanaan untuk meningkatkan kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.
- c. Sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti yang akan datang pada permasalahan kajian kinerja.

C. Landasan Teori

1. Kinerja

a. Pengertian Kinerja

Menurut Mangkunegara (2007: 9) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya, sedangkan menurut Sedarmayanti (2008: 260) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Pengertian kinerja pada dasarnya adalah kegiatan dan hasil yang dapat dicapai atau dilanjutkan seseorang atau sekelompok orang di dalam pelaksanaan tugas, pekerjaan dengan baik, artinya mencapai sasaran atau standar kerja yang telah ditetapkan sebelum dan atau bahkan dapat melebihi standar yang ditentukan oleh perusahaan pada periode tertentu (As'ad, 2005: 67).

2. Budaya Organisasi

Budaya organisasi menurut Sedarmayanti (2008: 75) adalah sebuah keyakinan, sikap dan nilai yang umumnya dimiliki yang timbul dalam organisasi sehingga budaya organisasi merupakan aspek subyektif dari apa yang terjadi di dalam organisasi, sedangkan Menurut McKenna & Nic Beech (2000: 63) budaya organisasi adalah sebagai pola asumsi-asumsi yang mendasar di mana kelompok yang ada menciptakan, menemukan atau berkembang dalam proses belajar untuk menanggulangi kesulitan-kesulitan adaptasi eksternal dan integrasi internal, sedangkan budaya organisasi menurut Pabundu (2008: 4) adalah pokok penyelesaian masalah-masalah eksternal dan internal yang pelaksanaannya dilakukan secara konsisten oleh suatu kelompok yang kemudian mewariskan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan terhadap masalah-masalah yang ada.

3. Kepuasan Kerja

Menurut Mutiara (2004: 129) kepuasan kerja adalah kepuasan terhadap setiap perlakuan yang diterima pegawai di tempat kerja termasuk kepuasan terhadap evaluasi pekerjaan, seleksi, pemberian fasilitas dan tunjangan (*benefit*), insentif atau pemberhentian, sedangkan menurut Robbins (2003: 101) kepuasan kerja adalah suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya.

Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual, setiap individu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan masing-masing individu. Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut, semakin tinggi kepuasan yang dirasakannya. Dan sebaliknya bila semakin sedikit aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu, maka makin rendah tingkat kepuasannya (As'ad, 2005: 103)

D. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti dan tahun penelitian	Kesimpulan hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera Kabupaten Karanganyar	Erlining Indriastuti (2008)	Kepemimpinan, motivasi, lingkungan kerja, kepuasan kerja dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan bersama-sama terhadap kinerja pegawai di Dinas Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera Kabupaten Karanganyar	a. Kesamaan variabel yang digunakan adalah kepemimpinan, kepuasan kerja dan kinerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Perbedaan variabel yang dipakai, untuk penelitian terdahulu dengan variabel kepemimpinan, motivasi, lingkungan kerja, kepuasan kerja, komunikasi dan kinerja, sedangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai. b. Penelitian terdahulu menggunakan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis jalur (<i>path analysis</i>). c. Lokasi penelitian terdahulu di Dinas Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera Kabupaten Karanganyar, sedangkan penelitian ini dilakukan di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. d. Penelitian terdahulu di lakukan tahun 2008, sedangkan penelitian ini di lakukan tahun

					2011.
2	Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan, Komitmen Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Keuangan Sekretariat Daerah Kabupaten Karanganyar	Agus Heru (2006)	Motivasi dan kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan komitmen organisasi dan lingkungan kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja	a. Kesamaan variabel yang digunakan adalah kepemimpinan, dan kinerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Perbedaan variabel yang dipakai, untuk penelitian terdahulu dengan variabel kepemimpinan, motivasi, komitmen organisasi, lingkungan kerja dan kinerja, sedangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai. b. Penelitian terdahulu menggunakan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis jalur (<i>path analysis</i>). c. Lokasi penelitian terdahulu di Bagian Keuangan Sekretariat Daerah Kabupaten Karanganyar, sedangkan penelitian ini dilakukan di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. d. Penelitian terdahulu di lakukan tahun 2006, sedangkan penelitian ini di lakukan tahun 2011
3	Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta	Vera Parlinda dan Wahyudin (2007)	Variabel kepemimpinan, motivasi, pelatihan dan lingkungan kerja secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta	a. Kedua penelitian menggunakan variabel kepemimpinan dan kinerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis. c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kepemimpinan, motivasi, pelatihan, lingkungan kerja dan kinerja, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja. b. Penelitian terdahulu menggunakan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis jalur (<i>path analysis</i>). c. Penelitian terdahulu lokusnya di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. d. Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2007, sedangkan penelitian

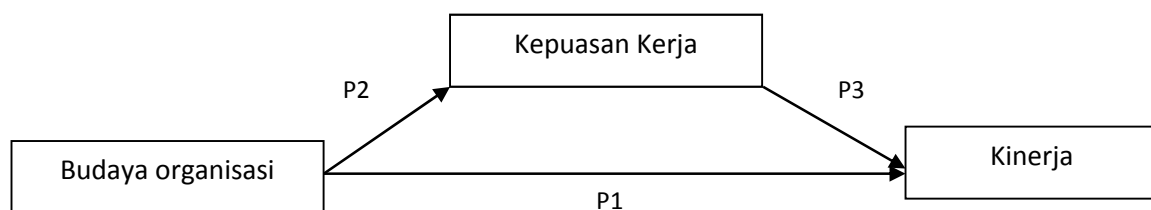
					ini dilakukan pada tahun 2011
4	Pengaruh Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Dinas Bina Marga Propinsi Jawa Tengah	Binawan dan Gunarsih (2007)	Variabel motivasi kerja dan budaya organisasi secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai di lingkungan Dinas Bina Marga Propinsi Jawa Tengah	a. Kedua penelitian menggunakan variabel budaya organisasi dan kinerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis. c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel motivasi kerja, budaya organisasi dan kinerja pegawai, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel yaitu kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja. b. Penelitian terdahulu lokasinya di Dinas Bina Marga Propinsi Jawa Tengah, sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. c. Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2007, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2011
5	Imbalan dan Gaya Kepemimpinan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Balai Besar Industri Hasil Pertanian Bogor	Ramelan (2005)	Variabel Imbalan dan Gaya Kepemimpinan secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja	a. Kedua penelitian menggunakan variabel kepemimpinan dan kepuasan kerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis. c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel yaitu imbalan, gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja. b. Penelitian terdahulu lokasinya di Balai Besar Industri Hasil Pertanian Bogor, sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. c. Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2005, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2011
6	<i>The Influence of Job Satisfaction on Work Performance: a Theoretical Approach</i>	Surya dan Haedar (2005)	Kepuasan kerja berpengaruh langsung terhadap kinerja	a. Kedua penelitian menggunakan variabel kepuasan kerja dan kinerja. b. Kedua penelitian bertujuan menguji hipotesis. c. Kedua penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif	a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kepuasan kerja dan kinerja, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel yaitu kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja. b. Penelitian terdahulu lokasinya perusahaan swasta di Jakarta, sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen. c. Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2005, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2011

E. Hubungan Antar Variabel

- a. Hubungan Budaya Organisasi dengan Kinerja
Budaya organisasi dapat mempengaruhi kinerja pegawai karena budaya organisasi dapat menciptakan suatu tingkat dorongan yang luar biasa dalam diri pegawai. Nilai-nilai dan perilaku yang dianut bersama membuat pegawai merasa nyaman dalam bekerja untuk organisasi. Rasa komitmen atau loyal membuat pegawai berusaha lebih keras untuk menghasilkan kinerja terbaik. Menurut Robbins (2003) bahwa budaya organisasi sebagai variabel campur tangan. Para pegawai membentuk suatu persepsi subyektif keseluruhan mengenai organisasi berdasarkan pada faktor-faktor seperti toleransi risiko, tekanan pada tim dan dukungan orang. Persepsi yang mendukung atau tidak mendukung ini kemudian mempengaruhi kinerja dengan dampak yang lebih besar pada budaya yang lebih kuat.
- b. Hubungan Budaya Organisasi dengan Kepuasan Kerja
Budaya organisasi merupakan persepsi umum yang dipegang oleh para pegawai organisasi. Budaya organisasi dapat dikatakan baik apabila dapat memberikan nilai dari keterlibatan pegawai dalam proses pengambilan keputusan terutama berhubungan dengan kepuasan kerja dan kinerja pegawai. Peningkatan kepuasan kerja dapat berhasil dengan stimulasi ide-ide dan dorongan usaha kooperatif yang lebih besar. Menurut Robbins (2003) Pegawai yang terlibat secara psikologis akan sering merespon untuk saling tukar masalah-masalah dengan berbagai saran-saran yang inovatif dan usaha produktif demi menghasilkan kepuasan kerja dan kinerja terbaik bagi individu pegawai dan organisasi.
- c. Hubungan Kepuasan Kerja dengan Kinerja
Seorang individu akan memiliki kinerja yang baik apabila mereka mencapai kepuasan dalam bekerja. Pegawai dengan kepuasan kerja yang tinggi lebih memberikan perhatian yang tinggi terhadap pencapaian tujuan organisasi. Penelitian tentang kepuasan kerja cenderung berpusat pengaruhnya pada kinerja karyawan. Pandangan mengenai hubungan kepuasan kerja dan kinerja pada hakikatnya dapat diringkaskan dalam pernyataan "seorang karyawan yang bahagia adalah seorang yang produktif". Dalam penelitian menurut Robbins (2003) ditemukan orang dengan karyawan yang terpuaskan cenderung lebih efektif daripada orang dengan karyawan yang kurang terpuaskan. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Dessler (1982) dalam Handoko (2000) bahwa karyawan yang mendapatkan kepuasan kerja biasanya memiliki kinerja yang lebih baik daripada karyawan yang tidak memperoleh kepuasan kerja.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang terperinci dan sistematis diperlukan untuk mempermudah dalam memahami permasalahan dan pemecahan masalah agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Adapun kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar II.1. Skema Kerangka Pemikiran

Sumber : Mutiara (2004: 129), Robbins (2003: 101), Hessel (2007: 178), Vera Parlinda dan Wahyudin (2007), Ramelan (2005)

2. Hipotesis

- H₁. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.
- H₂. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.
- H₃. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial "Raharjo" Sragen.

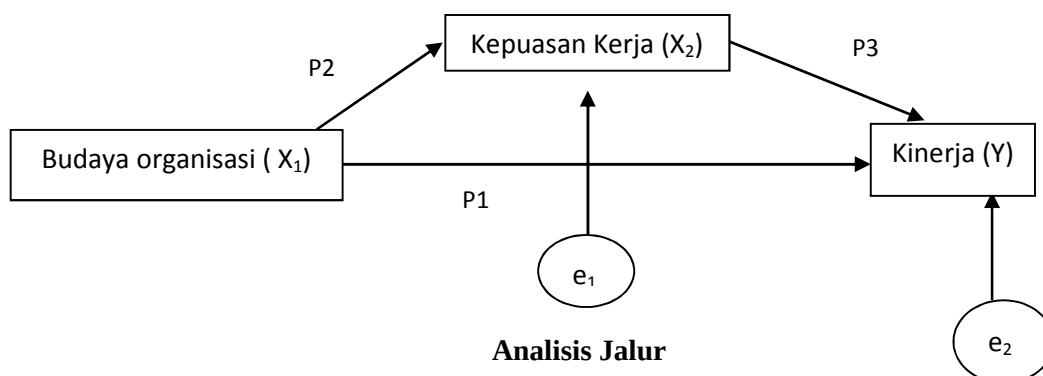
G. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Obyek Penelitian
Lokasi penelitian pada Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen sedangkan obyek penelitian ini adalah kinerja Pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen.
2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel
 - a. Variabel Penelitian
 - 1) Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam hal ini adalah kinerja pegawai, yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut dengan Y.
 - 2) Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam hal ini adalah:
 - a) Budaya organisasi (X_1)
 - 3) Variabel antara (*intervening variable*) yaitu variabel yang membantu mengkonsepkan dan menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah kepuasan kerja (X_2).
 - b. Definisi Operasional Variabel
 - 1) Kinerja (Y)
Indikator kinerja:
 - a) Kuantitas pekerjaan.
 - b) Kualitas pekerjaan.
 - c) Kemampuan pegawai melaksanakan tugas inti.
 - d) Efisiensi kerja.
 - e) Kreativitas.
 - f) Pengetahuan pegawai berkaitan dengan pekerjaan utamanya.
 - 2) Budaya organisasi (X_1)
Indikator budaya organisasi:
 - a) Ketaatan peraturan
 - b) Kejelasan tujuan
 - c) Kekompakkan
 - d) Kriteria evaluasi
 - e) Profesionalisme
 - 3) Kepuasan Kerja (X_2)
Indikator *kepuasan kerja*:
 - a) Kepuasan terhadap gaji
 - b) Kepuasan terhadap promosi
 - c) Kepuasan terhadap rekan kerja
 - d) Kepuasan terhadap pengawas
 - e) Kepuasan terhadap pekerjaan itu sendiri
3. Populasi dan Sampel
Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen sejumlah 90 orang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah semua pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen yang berjumlah sebanyak 90 pegawai. Teknik sampling yang digunakan untuk penentuan sampel adalah sensus yaitu bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.
4. Data dan Teknik Pengumpulan Data
 - a. Data
Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dari responden terhadap jawaban kuesioner.
 - b. Teknik Pengumpulan Data
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - 1) Observasi yaitu pengamatan langsung di lapangan yang dilakukan untuk mendapat informasi atau data dari penelitian baik berupa subyek atau obyek yang bersangkutan.
 - 2) Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada pemimpin, budaya

organisasi dan kepuasan kerja kepada pegawai, sedangkan kuesioner tentang kinerja diberikan kepada Kepala Dinas.

Ditinjau dari jenis data dan analisisnya, maka penelitian ini termasuk penelitian total populasi dalam kategori data kuantitatif, dengan menggunakan skala dasar pengukuran Likert (Sugiyono, 2001: 14) memakai urutan skala lima yaitu 1, 2, 3, 4 dan 5 yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. Sangat setuju (SS) : 5
 - b. Setuju (S) : 4
 - c. Netral (N) : 3
 - d. Tidak setuju (TS) : 2
 - e. Sangat tidak setuju (STS) : 1
5. Teknik Analisis
- a. Uji Instrumen Penelitian
 - 1) Uji Validitas
Uji validitas merupakan uji homogenitas item pernyataan per variabel untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur untuk melakukan fungsinya. Semakin tinggi validitas alat ukur maka semakin kecil varian kesalahannya. Dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam pengukur uji validitas dalam penelitian, digunakan metode *product moment* dari pearson.
 - 2) Uji Reliabilitas
Uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemantapan atau konsisten suatu alat ukur (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan mantap bila dalam pengukurannya secara berulang-ulang dapat memberikan hasil yang sama (dengan catatan semua kondisi tidak berubah). Dalam penelitian ini reliabilitas diukur dengan menggunakan teknik *Cronbch's Alpha*. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbch's Alpha* $> 0,6$.
 - b. Analisis jalur (*path analysis*)



Keterangan:

X_1 : Variabel budaya organisasi.

X_3 : Variabel kepuasan kerja.

Y : Variabel kinerja.

P_1 : Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja

P_2 : Pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja.

P_3 : Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja.

e_1 : residual sub struktur 1 yaitu nilai sisa dari regresi budaya organisasi terhadap kepuasan kerja.

e_2 : residual sub struktur 2 yaitu nilai sisa dari regresi budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja.

- c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien ini digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi X_n terhadap variabel Y , dan juga untuk mengetahui ketepatan pendekatan atas alat analisis (Gujarati, 1997). Adapun tingkat ketepatan regresi ditunjukkan oleh R^2 yang besarnya berkisar antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Makin besar nilai R^2 berarti makin tepat suatu garis regresi linear yang digunakan

sebagai pendekatan. Apabila nilai R^2 sama dengan 1 maka pendekatan itu benar-benar sempurna.

d. Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dilihat dari perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai kesalahan (α). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

e. Signifikansi F (F test)

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui nilai F test dapat diketahui dari nilai signifikansi pada tabel ANOVA^b dalam *output regression* SPSS versi 10 for windows. Semua pengolahan dan analisis data tersebut menggunakan program SPSS. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

f. Pengaruh langsung dan tak langsung

Pengaruh langsung budaya organisasi ke kinerja = p_1

Pengaruh tak langsung budaya organisasi terhadap

kinerja dengan intervening kepuasan kerja = $p_2 \times p_3$

Total pengaruh = $p_1 + (p_2 \times p_3)$

H. Hasil Dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Analisis ini akan menyajikan identitas responden pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen menurut klasifikasinya berdasarkan usia, jenis kelamin dan pendidikan formal dengan maksud untuk mengetahui identitas responden secara jelas. Identitas responden dan tabulasi deskripsi jawaban responden selengkapnya dapat dilihat pada bagian berikut ini:

1) Identitas responden berdasarkan usia

Identitas responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV.1

Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Keterangan	
	Jumlah	Persentase
20 – 29 tahun	11	12,22%
30 – 39 tahun	23	25,56%
40 – 49 tahun	41	45,56%
> 50 tahun	15	16,66%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer diolah, 2012

Tabel IV.1 terlihat bahwa responden pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen yang berusia 20 – 29 tahun berjumlah 11 responden (12,22%); berusia 30 – 39 tahun berjumlah 23 responden (25,56%); berusia 40 – 49 tahun berjumlah 41 responden (45,56%) dan berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 15 responden (16,66%). Hasil data identitas responden berdasarkan usia ini menunjukkan bahwa pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen paling banyak berusia 40 – 49 tahun.

2) Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV.2

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Keterangan	
	Jumlah	Persentase
Laki-laki	62	68,89%
Perempuan	28	31,11%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer diolah, 2012

Tabel IV.2 terlihat bahwa responden pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 62 responden (68,89%) dan perempuan berjumlah 28 responden (31,11%). Hasil data identitas responden berdasarkan jenis kelamin ini menunjukkan bahwa pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen paling banyak berjenis kelamin laki-laki.

3) Identitas responden berdasarkan pendidikan formal tertinggi

Identitas responden berdasarkan pendidikan formal tertinggi disajikan pada tabel berikut:

Tabel IV.3

Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Tertinggi		
Pendidikan formal tertinggi	Keterangan	
	Jumlah	Persentase
SD	-	
SMP	3	3,33%
SMA	20	22,22%
S1	57	63,34%
S2	10	11,11%
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer diolah, 2012

Tabel IV.3 terlihat bahwa responden pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen yang memiliki pendidikan SD tidak ada; SMP berjumlah 3 responden (3,33%); SMA berjumlah 20 responden (22,22%); S1 berjumlah 57 responden (63,34%) dan S2 berjumlah 10 responden (11,11%). Hasil data identitas responden berdasarkan pendidikan formal tertinggi ini menunjukkan bahwa pegawai di Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen paling banyak memiliki pendidikan S1.

2. Hasil dan Analisis

a. Uji Validitas

1) Validitas item pertanyaan untuk variabel Budaya Organisasi (X1)

Variabel Budaya Organisasi terdiri dari 8 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel IV.5.

Tabel IV.5. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Budaya Organisasi

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,280	0,205	Valid
X2_2	0,400	0,205	Valid
X2_3	0,398	0,205	Valid
X2_4	0,510	0,205	Valid
X2_5	0,347	0,205	Valid
X2_6	0,351	0,205	Valid
X2_7	0,436	0,205	Valid
X2_8	0,296	0,205	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.5 diatas menunjukkan bahwa dari 8 item pertanyaan kesemuanya valid.

2) Validitas item pertanyaan untuk variable Kepuasan Kerja (X3)

Variabel Kepuasan Kerjaterdiri dari 8 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel IV.6.

Tabel IV.6.. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Kepuasan Kerja

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,347	0,205	Valid
X3_2	0,373	0,205	Valid
X3_3	0,377	0,205	Valid
X3_4	0,394	0,205	Valid
X3_5	0,446	0,205	Valid
X3_6	0,502	0,205	Valid
X3_7	0,279	0,205	Valid
X3_8	0,300	0,205	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.6. diatas menunjukkan bahwa dari 10 item pertanyaan semuanya valid.

3) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kinerja (Y)

Variabel Kinerja terdiri dari 8 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan didapatkan hasil pada tabel IV.7.

Tabel IV.7. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Kinerja

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
Y_1	0,383	0,205	Valid
Y_2	0,575	0,205	Valid
Y_3	0,562	0,205	Valid
Y_4	0,453	0,205	Valid
Y_5	0,490	0,205	Valid
Y_6	0,689	0,205	Valid
Y_7	0,231	0,205	Valid
Y_8	0,217	0,205	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. IV.7 diatas menunjukkan bahwa dari 8 item pertanyaan semuanya valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen penelitian bebas dari kesalahan persepsi sehingga memperoleh hasil yang konsisten dan dapat digunakan pada kondisi yang berbeda-beda. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui suatu instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dapat mengukur suatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Ukuran dapat dikatakan reliabel jika ukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode *Cronbach alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* lebih besar dari 0.6 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2005: 42). Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan komputer program SPSS for Windows dengan hasil seperti tabel IV.8 berikut :

Tabel IV.8 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Budaya Organisasi	0,683	Alpha Cronbach > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kepuasan Kerja	0,675		Reliabel
Kinerja	0,729		Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2012

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa, koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan atau nilai kritis (rule of thumb) sebesar 0,60, yaitu masing-masing sebesar 0,683; 0,675; dan 0,729 > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa butir-butir pertanyaan seluruh variabel dalam keadaan reliable.

c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur dengan menggunakan dua persamaan sebagai berikut:

$$\text{Persamaan 1 : } Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$\text{Persamaan 2 : } Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Hasil pengolahan data untuk analisis regresi jalur diperoleh informasi output dan persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan 1

Tabel IV. 9

Hasil regresi persamaan 1

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,415	3,443		5,929	,000
	Kepemimpinan	,199	,096	,248	2,075	,041
	Budaya Organisasi	,125	,115	,130	1,086	,281

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Hasil regresi persamaan 1

$$Y_1 = 0,130X_2 + \varepsilon$$

- a) $B_2 = 0,130$ yang artinya budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, apabila budaya organisasi ditingkatkan maka kepuasan kerja akan meningkat.

Persamaan 2

Tabel IV. 10

Hasil regresi persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,951	3,152		-2,205	,030
	Kepemimpinan	,236	,076	,236	3,110	,003
	Budaya Organisasi	,695	,089	,581	7,774	,000
	Kepuasan Kerja	,236	,083	,190	2,855	,005

a. Dependent Variable: Kinerja

$$Y_2 = 0,581X_2 + 0,190X_3 + \varepsilon$$

- a) $b_1 = 0,581$ yang artinya budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila budaya organisasi ditingkatkan maka kinerja akan meningkat.
b) $b_2 = 0,190$ yang artinya kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila kepuasan kerja ditingkatkan maka kinerja akan meningkat.

d. Uji Hipotesis Parsial (uji – t)

Dari tabel IV.9 dan IV.10 dapat dilakukan uji parsial (uji – t) dengan kesimpulan hasil sebagai berikut:

- 1) Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , dapat dilihat dari nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.

H₁. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , hipotesis terbukti.

- 2) Budaya organisasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , dapat dilihat dari nilai signifikansi adalah $0,281 < 0,05$.

H₂. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , hipotesis tidak terbukti.

- 3) Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , dapat dilihat dari nilai signifikansi adalah $0,005 < 0,05$.

H₃. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen , hipotesis terbukti

e. Uji Serempak (Uji – F)

Hasil uji F dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 11

Hasil Uji F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	394.308	3	131.436	109.656	.000 ^a
	Residual	103.081	86	1.199		
	Total	497.389	89			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Kepemimpinan, Budaya Organisasi

b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan Tabel IV. 11, hasil uji secara serempak (Uji F) diketahui besarnya nilai F sebesar 109,656 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel budaya organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen .

f. Koefisien determinasi Uji Serempak (R^2)

1) Koefisien Determinasi Persamaan 1

Hasil uji koefisien determinasi persamaan 1 dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 13

Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 ^a	,663	,652	1,660

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi, Kepemimpinan

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,652 atau 65,2% yang berarti variabilitas variabel kinerja yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel kepemimpinan, budaya organisasi dan kepuasan kerja sebesar 65,2% sedangkan sisanya 34,8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi antara lain lingkungan kerja dan kedisiplinan, nilai ini menunjukkan besarnya varian (anak panah berkepala satu menuju kinerja pegawai) yaitu sebesar $\varepsilon_2 = 34,8\%$.

g. Hubungan antar Variabel (*Correlations*)

Tabel IV. 14
Tabel Coefficient Correlations

Correlations		Kepemimpinan	Budaya Organisasi	Kepuasan Kerja	Kinerja
Kepemimpinan	Pearson Correlation	1	,538*	,318*	,609*
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	90	90	90	90
Budaya Organisasi	Pearson Correlation	,538*	1	,264*	,758*
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,000
	N	90	90	90	90
Kepuasan Kerja	Pearson Correlation	,318*	,264*	1	,418*
	Sig. (2-tailed)	,002	,012		,000
	N	90	90	90	90
Kinerja	Pearson Correlation	,609*	,758*	,418*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari tabel IV.14 dapat diketahui hubungan atau korelasi antar variabel sebagai berikut:

- 1) Budaya organisasi menuju kinerja pegawai adalah 0,758 dan sig = 0,000, dapat diartikan bahwa hubungan antara budaya organisasi dengan kinerja sangat kuat (mendekati 1) dan signifikan.
- 2) Kepuasan kerja menuju kinerja pegawai adalah 0,418 dan sig = 0,000, dapat diartikan bahwa hubungan antara kepuasan kerja dengan kinerja sangat kuat (mendekati 1) dan signifikan.
- 3) Budaya organisasi menuju kepuasan kerja pegawai adalah 0,264 dan sig = 0,012, dapat diartikan bahwa hubungan antara budaya organisasi dengan kepuasan kerja sangat kuat (mendekati 1) dan signifikan.

h. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung

Tujuan analisis jalur adalah memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung, berdasarkan hasil analisis di atas dapat disusun kesimpulan analisis secara menyeluruh pada tabel berikut:

Tabel IV.15

Hasil Kesimpulan Analisis Regresi Jalur

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
Budaya Organisasi (X ₂) - Kinerja (Y)	0,581		
Budaya Organisasi - Kinerja (Y) - kepuasan kerja (X ₃)		0,130 x 0,190 = 0,025	0,581 + 0,025 = 0,606

1) Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

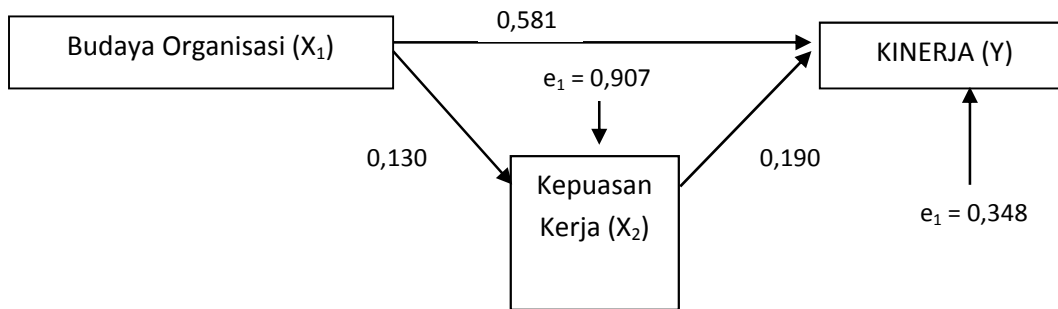
Pengaruh variabel Budaya Organisasi (X₁) terhadap kinerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda persamaan kedua diperoleh koefisien regresi variabel budaya organisasi sebesar 0,581 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

2) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja melalui kepuasan kerja. Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda persamaan pertama dan kedua menunjukkan

pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja melalui kepuasan kerja diperoleh hasil dari perkalian pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kepuasan kerja dengan pengaruh variabel kepuasan kerja terhadap kinerja yaitu $0,130 \times 0,190 = 0,025$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja melalui kepuasan kerja, pengaruhnya lebih kecil dibandingkan melalui variabel motivasi sebagai variabel intervening karena koefisien regresi variabel budaya organisasi yang langsung mempengaruhi kinerja sebesar 0,581 lebih besar dibandingkan koefisien regresi pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kinerja yang melalui kepuasan kerja sebesar 0,025.



Gambar IV.1

Hasil Analisis Jalur pengaruh langsung dan tidak langsung

3) Pengaruh Total (*Total Effect*)

Adapun hasil pengaruh total dalam penelitian ini adalah:

Pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kinerja melalui motivasi

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda persamaan pertama dan kedua menunjukkan pengaruh total dari penjumlahan pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kepuasan kerja dengan pengaruh variabel kepuasan kerja terhadap kinerja yaitu $0,581 + 0,025 = 0,606$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh keseluruhan dari budaya organisasi terhadap kinerja melalui kepuasan kerja sebesar 0,606.

3. Implikasi Manajerial

Berdasarkan pada tujuan analisis dalam penelitian ini bahwa tujuan analisis jalur, akan dipilih arah jalur pengaruh antara variabel – variabel penelitian sehingga diperoleh sebuah keputusan jalur mana yang akan dipilih berkaitan dengan upaya manajemen dalam peningkatan kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen yaitu pengaruh langsung (*direct effect*) atau pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dari hasil analisis diperoleh hasil bahwa jalur tidak langsung (*indirect effect*) budaya organisasi (X₁) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan kerja (X₂), memiliki koefisien regresi paling rendah (0,130), melalui jalur kepuasan kerja (X₂) terhadap kinerja pegawai (Y) memiliki koefisien regresi cukup tinggi (0,190) atas dasar hasil tersebut di atas dapat direkomendasikan kepada manajemen untuk meningkatkan kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen . Untuk itu dapat direkomendasikan kepada manajemen untuk meningkatkan kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Meningkatkan budaya organisasi untuk peningkatan kepuasan kerja

Budaya organisasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, maka apabila budaya organisasi ditingkatkan maka kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen akan meningkat tetapi tidak signifikan, upaya ini ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pegawai harus terus meningkatkan ketaatan pada peraturan yang ada.

- 2) Pegawai tetap melaksanakan pekerjaan dengan jelas sesuai dengan tugas pokok dan tanggungjawab yang dimilikinya.
- 3) Setiap pekerjaan yang dilaksanakan harus dapat memenuhi target yang telah ditentukan dan sesuai dengan kriteria yang ada.
- 4) Pegawai tetap terus bekerja secara profesional demi mencapai tujuan organisasi.
- b. Meningkatkan kepuasan kerja untuk peningkatan kinerja pegawai
Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, maka apabila kepuasan kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen akan meningkat, upaya ini ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - 1) Perlu adanya peningkatan gaji untuk meningkatkan profesionalisme kerja didasarkan pada prestasi kerja dan tanggungjawab yang dimiliki masing-masing pegawai.
 - 2) Sistem promosi harus di buat secara transparan dengan mempertimbangkan aspek prestasi kerja dan kompetensi pegawai dalam menduduki posisi tertentu.
 - 3) Perlu adanya suasana yang harmonis diantara sesama pegawai sehingga dapat tercipta mitra kerja yang dapat merealisasikan setiap tujuan organisasi.
 - 4) Sistem pengawasan yang ada diharapkan dapat membentuk pegawai secara sukarela selalu melaksanakan pekerjaan secara maksimal untuk tercapainya tujuan organisasi.

I. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab terdahulu, khususnya dalam analisis dan pembahasan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen.
2. Budaya organisasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen.
3. Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen.
4. Hasil Uji R^2 persamaan pertama didapatkan hasil sebesar 0,093 atau 9,3% yang berarti variabilitas variabel kepuasan kerja yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel budaya organisasi sebesar 9,3% sedangkan sisanya 90,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi antara lain lingkungan kerja dan kedisiplinan, sedangkan hasil uji R^2 persamaan kedua didapatkan hasil sebesar 0,652 atau 65,2% yang berarti variabilitas variabel kinerja yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel kepemimpinan, budaya organisasi dan kepuasan kerja sebesar 65,2% sedangkan sisanya 34,8% dijelaskan
5. oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi antara lain lingkungan kerja dan kedisiplinan.

J. Keterbatasan

1. Sampel penelitian hanya menggunakan satu instansi publik yaitu Badan Rehabilitasi Sosial “Raharjo” Sragen sehingga menjadikan kurangnya karakteristik responden yang diambil sebagai sampel sehingga untuk penelitian berikutnya perlu ditambah jumlah sampel penelitian.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kepemimpinan, budaya organisasi dan kepuasan kerja dalam mempengaruhi kinerja pegawai. Adanya kemungkinan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel kinerja pegawai yang belum bisa dijabarkan dalam penelitian ini misalnya lingkungan kerja dan kedisiplinan dapat terjadi.

K. Saran

1. Menciptakan budaya organisasi dengan cara meningkatkan ketaatan pada peraturan yang ada, melaksanakan pekerjaan dengan jelas sesuai dengan tugas pokok dan tanggungjawab yang dimiliki pegawai, meningkatkan kekompatan dalam melaksanakan pekerjaan dengan sesama pegawai maupun dengan pimpinan, setiap pekerjaan yang dilaksanakan harus dapat memenuhi target yang telah ditentukan dan sesuai dengan kriteria yang ada dan terus bekerja secara profesional demi mencapai tujuan organisasi.

2. Meningkatkan kepuasan kerja melalui upaya peningkatan kesejahteraan pegawai dengan cara pemberian gaji ke 13, tunjangan, ketentuan promosi secara adil dan transparan, memberikan kepercayaan kepada pegawai untuk melaksanakan pekerjaan, dan menempatkan pegawai sesuai dengan latar belakang pendidikan dan kompetensinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Binawan, Nur Tjahjono dan Gunarsih Tri., 2008, Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan Dinas Bina Marga Propinsi Jawa Tengah, *Jurnal Daya Saing*, Universitas Muhamadiyah Surakarta, Vol. 9, No. 1, hal. 15-22.
- Endang Winursiti. 2008. *Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan, Komitmen Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Kepala Sekolah Dasar Negeri Di Lingkungan Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar*. Tesis. Magister Manajemen. Surakarta: STIE AUB.
- Erlining Indriastuti,. 2008. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera Kabupaten Karanganyar. Tesis. Magister Manajemen. Surakarta: STIE AUB.
- Gujarati, Damodar., 1997. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Hasibuan, Malayu, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Hernowo Narmodo dan Farid Wadji, 2007, Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Wonogiri, *Jurnal Dayasaing*, Universitas Muhamadiyah Surakarta, Vol. 4, No. 1. pp. 1–8.
- Hessel Nogi Tangkalisan, 2007, *Manajemen Publik*, Grasindo, Jakarta.
- Mahsun, Mohamad, 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*, BPFE, Yogyakarta.
- Makmuri, Muchlas. 2005. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Pabundu, Tika. 2008. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1979 Tentang *Penilaian Pelaksanaan Pekerjaan Pegawai Negeri Sipil*.
- Sariyathi, Ni Ketut., 2007, *Prestasi Kerja Karyawan (Suatu Kajian Teori)*, Buletin Studi Ekonomi, Vo. 12, No. 1, hal. 59 – 68.
- Sedarmayanti. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Reformasi Birokrasi dan manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Refika Aditama. Jakarta.
- Toto Joko Mulyono. 2008. *Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, Pendidikan Dan Latihan Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar*. Tesis. Magister Manajemen. STIE – AUB Surakarta.
- Vera Parlinda dan Wahyudin. 2007. “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta”. *Jurnal Dayasaing*. 4 (2). pp. 86-101. Magister Manajemen. UMS.

**THE INFLUENCE OF SERVIS QUALITY ON STUDENT SATISFACTION AT
MASTER OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM STIE AUB SURAKARTA**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN STIE “AUB” SURAKARTA**

Lukman Ahmad Imron P, Endang Brotojoyo
STIE AUB Surakarta
lukman.pahlawi@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to test The Influence of Servis Quality on Student Satisfaction at Master Of Management Studies Program STIE AUB Surakarta. This research is a survey of the research. The data used are the primary data by taking samples of student study Program Magister Management STIE Adi Unggul Bhirawa (STIE "AUB") of Surakarta as much as 60 respondents. Data analysis methods are tested with test validity, reliability test, partial test (test t), concurrent testing (test F), test the R square. T test results as follows: Variable Tangibles influential not significantly to student satisfaction, variable Reliability effect significantly to student satisfaction, Responsiveness of influential Variables significantly to satisfaction student, variable Assurance influential significantly to student satisfaction, variable Empathy effect significantly to student satisfaction. Test results showed F simultaneously variable Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy effect positively and significantly to the satisfaction of the students. Test the R square shows that 94.6% or 0.946 variation of student satisfaction can be explained by Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy while the rest of 5.4% is explained by other factors outside the model.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Student Satisfaction

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta Penelitian ini merupakan penelitian survai. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE Adi Unggul Bhirawa (STIE “AUB”) Surakarta sebanyak 60 responden. Metode analisis data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji serentak (uji F), uji R square. Hasil uji t sebagai berikut: Variabel Tangibles berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Variabel Reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Variabel Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Variabel Assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Variabel Empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Uji R square menunjukkan bahwa 0,946 atau 94,6% variasi dari kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy sedangkan sisanya sebesar 5,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Kata kunci : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,

Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan sebuah perguruan tinggi secara keseluruhan diukur dari keberhasilannya dalam memberikan pelayanan pendidikan secara baik dan memuaskan sehingga dapat membantu para mahasiswa untuk mendapatkan pendidikan sesuai dengan keahliannya menurut jurusan yang diambilnya. Mahasiswa yang sudah berhasil lulus diharapkan mampu menerapkan bidang keahliannya dan bersaing dengan lulusan perguruan tinggi lainnya.

Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta sampai tahun akademik 2013-2014 telah meluluskan lebih dari 2500 mahasiswa. Sampai pada semester gasal 2014-2015 mahasiswa aktif di Program Studi Manajemen STIE “AUB” Surakarta berjumlah 569 Mahasiswa. Dengan banyaknya mahasiswa yang lulus dan tingginya minat mahasiswa kuliah di Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, penulis ingin mengetahui besar

kecilnya pengaruh kualitas pelayanan yang dilakukan di progdi tersebut sehingga dikatakan Mahasiswa di Progdi MM STIE “AUB” Surakarta merasa puas dapat kuliah di STIE “AUB” Surakarta. Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu tangible (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), empathy (empati) apakah berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta. Melihat realita jumlah mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta yang begitu banyak sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa yang kuliah di Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan hanya dapat dilakukan dengan berbagai strategi (Nasution, 2004:127)

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan dilihat dari dimensi tangible (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan dilihat dari dimensi reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan dilihat dari dimensi responsiveness (ketanggapan) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan dilihat dari dimensi assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan dilihat dari dimensi empathy (empati) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi tangible (bukti fisik) terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi reliability (kehandalan) terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi responsiveness (ketanggapan) terhadap mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi assurance (jaminan) terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi empathy (empati) terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta.

D. Tinjauan Pustaka

1. Teori Kepuasan Pelanggan/Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler (2000:52). Sedangkan Lupiyoadi (2008:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sedangkan menurut Engel (Tjiptono, 2004:24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan. Fornell (Hamdani, A, Lupiyoadi, Rambar, 2006:192) menyatakan banyak manfaat yang diterima perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan perusahaan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Berdasarkan uraian para ahli maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dari hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

2. Teori Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan menurut Bitner, dkk dalam Tasunar (2006:44) merupakan keseluruhan kesan pelanggan terhadap inferioritas/superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan, sedangkan menurut Wyckof dan Lovelock (Tjiptono, 2005:59) kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2005:121) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERQUAL (Service Quality). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2006:182), yaitu:

- a. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (jaminan) dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta yang beralamat di Jl. MR. Sartono No. 59, Solo. Sedangkan obyek penelitiannya adalah mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE "AUB" Surakarta.

Jenis populasi dalam penelitian ini adalah probabilitas, karena jumlah populasi dari penelitian ini dapat diketahui jumlahnya secara pasti, yaitu mahasiswa Program Magister Manajemen STIE AUB Surakarta yang aktif sampai semester Gasal 2014/2015 yang berjumlah 569 Mahasiswa. Karena jumlahnya lebih dari 100, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 10% dari populasi terpilih. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

Peneliti mengadakan pengamatan secara langsung kepada para mahasiswa yang aktif pada program magister manajemen STIE AUB Surakarta, informasi diperoleh dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diteliti dan Mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan bantuan kuesioner untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan penulisan

Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y : Kepuasan Mahasiswa

a : Nilai konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 , dan b_5 : Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 : *Tangibles* (Bukti Langsung)

X_2 : *Reliability* (Keandalan)

X_3 : *Responsiveness* (Daya Tanggap)

X_4 : *Reliability* (Keandalan)

X_5 : *Empathy* (Empati)

Untuk mendapatkan kepastian dari persamaan regresi tersebut, tiap-tiap variabel dilakukan test hipotesis antara variabel *independent* yaitu *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5) berpengaruh terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan Mahasiswa (Y).

HASIL PENELITIAN

Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa uji instrument seluruh item pertanyaan dari semua variable valid dan reliabel dan memenuhi persyaratan dalam uji asumsi klasik. Sedangkan untuk uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.355	.635		2.134	.037		
	Tangibles	.108	.066	.103	1.645	.106	.235	4.264
	Reliability	.175	.063	.176	2.781	.007	.231	4.337
	Responsiveness	.183	.077	.194	2.392	.020	.140	7.164
	Assurance	.161	.072	.156	2.226	.030	.188	5.327
	Empathy	.386	.082	.401	4.700	.000	.126	7.912

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	486.456	5	97.291	.000 ^a
	Residual	25.477	54	.472	
	Total	511.933	59		

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangibles, Assurance, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

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

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.975 ^a	.950	.946	.687	1.815

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangibles, Assurance, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = 1,355 + 0,108 X_1 + 0,175 X_2 + 0,183 X_3 + 0,161 X_4 + 0,386 X_5 + e$$

(0,037)** (0,106) (0,007)** (0,020)** (0,030)** (0,000)**

Ket :

Y = Kepuasan Mahasiswa

β_0 = Konstanta

X_1 = *Tangibles*

X_2 = *Reliability*

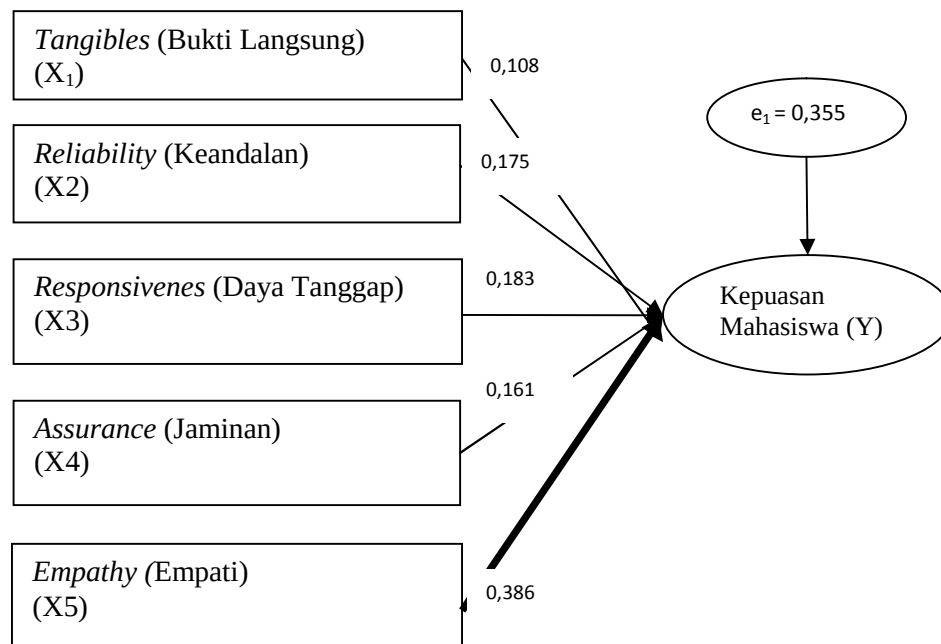
X_3 = *Responsiveness*

X_4 = *Assurance*

X_5 = *Empathy*

Keterangan:

- 1) $\beta_0 = 1,355$, artinya apabila variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* dianggap konstan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.
- 2) $\beta_1 = 0,108$, artinya variabel *Tangibles* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa, apabila variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* dianggap konstan dan variabel *Tangibles* ditingkatkan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.
- 3) $\beta_2 = 0,175$, artinya variabel *Reliability* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa, apabila variabel *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* dianggap konstan dan variabel *Reliability* ditingkatkan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.
- 4) $\beta_3 = 0,183$, artinya variabel *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa, apabila variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* dianggap konstan dan variabel *Responsiveness* ditingkatkan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.
- 5) $\beta_4 = 0,161$, artinya variabel *Assurance* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa, apabila variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Empathy* dianggap konstan dan variabel *Assurance* ditingkatkan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.
- 6) $\beta_5 = 0,386$, artinya variabel *Empathy* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa, apabila interaksi antara variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* dianggap konstan dan variabel *Empathy* ditingkatkan maka Kepuasan Mahasiswa akan meningkat.

Model Hasil Model**PEMBAHASAN**

1. Dalam penelitian ini *Tangibles* merupakan salah satu variabel yang berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, artinya bahwa apabila *Tangibles* ditingkatkan akan menyebabkan Kepuasan Mahasiswa meningkat meskipun peningkatannya tidak bermakna sehingga perlu mempertahankan *Tangibles* di Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta dengan cara antara lain:
 - a. Mempertahankan kebersihan kamar mandi utamanya karena dengan kamar mandi yang bersih akan membuat citra kebersihan seluruhnya.
 - b. Mempertahankan kenyamanan di dalam ruang kelas saat kegiatan kuliah, dengan cara memberikan AC serta selalu menjaga kebersihan ruangan
 - c. Mempertahankan penampilan karyawan agar selalu berpenampilan rapi sehingga mahasiswa merasa senang.
2. *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, artinya apabila *Reliability* ditingkatkan akan menyebabkan Kepuasan Mahasiswa meningkat sehingga Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu mengupayakan peningkatan *Reliability* dari berbagai dimensi diantaranya adalah :
 - a. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan pelayanan administrasi Pelayanan administrasi yang jujur kepuasan mahasiswa dapat meningkat.
 - b. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan kegiatan administrasi dan menjaga agar tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan agar kepuasan mahasiswa dapat meningkat.
 - c. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu membina meningkatkan administrasi yang baik sehingga kepuasan mahasiswa dapat meningkat.
3. *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, artinya apabila *Responsiveness* ditingkatkan akan menyebabkan Kepuasan Mahasiswa meningkat sehingga Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu mengupayakan peningkatan *Responsiveness* dari berbagai dimensi diantaranya adalah :
 - a. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan kecepatan pelayanan agar kepuasan mahasiswa dapat meningkat.

- b. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan kualitas karyawan dalam komunikasi sehingga informasi yang dibutuhkan mahasiswa akan dapat lancar saat dibutuhkan.
4. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, artinya apabila *Assurance* ditingkatkan akan menyebabkan Kepuasan Mahasiswa meningkat sehingga Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu mengupayakan peningkatan *Assurance* dari berbagai dimensi diantaranya adalah :
 - a. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan pengetahuan karyawan yang memadai sehingga mahasiswa dapat merasakan kepuasan terhadap informasi yang dijelaskan oleh karyawan.
 - b. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu profesionalitas karyawan dalam bekerja.
 - c. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan pengetahuan karyawan dalam hal pelayanan sehingga karyawan dapat memberikan perasaan senang kepada mahasiswa
5. *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta, artinya apabila *Empathy* ditingkatkan akan menyebabkan Kepuasan Mahasiswa meningkat sehingga Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu mengupayakan peningkatan *Empathy* dari berbagai dimensi diantaranya adalah :
 - a. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu memberi perhatian yang khusus terhadap mahasiswa dengan tulus.
 - b. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta antisipatif terhadap kebutuhan mahasiswa
 - c. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu meningkatkan rasa tanggung jawab dalam pelayanan mahasiswa
 - d. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta memberikan pelayanan yang tidak membedakan mahasiswa satu dengan yang lainnya.
 - e. Program Studi Magister Manajemen STIE “AUB” Surakarta perlu memahami setiap kebutuhan yang dibutuhkan mahasiswa.

KESIMPULAN

1. Variabel *Tangibles* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
4. Variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
5. Variabel *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
6. Hasil uji secara serempak (Uji F), secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa.
7. Dari Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,946 atau 94.6%, yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 94.6% sedangkan sisanya (5.4%) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi seperti: Produk, Harga, Saluran Distribusi

SARAN

1. Meningkatkan kualitas pelayanan di Program Studi Magister Manajemen agar kepuasan mahasiswa dapat meningkat
2. Program Studi Magister Manajemen selalu meningkatkan pengetahuan karyawan dengan cara mengadakan pendidikan dan pelatihan
3. Temuan dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan pada penelitian mendatang dengan menambahkan variabel lain seperti: Citra, Kepercayaan atau dari sisi bauran pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, Edisi 2000. *Manajemen Pemasaran, Milenium*, Jilid 1 Revisi ke Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Benyamin Molan, Drs., Penerbit PT. Prenhalindo, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Empat, Salemba Empat. Jakarta.
- Nasution. 2004. *Metode Research*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*, ANDI Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-prinsip Quality Service*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Penerbit Bayu Media, Malang.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.