

P-ISSN: 1411-8629  
E-ISSN: 2579-3314



# CAKRAWALA

Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika

Volume XIX, No 1 Maret 2019



Nomor: 21/E/KPT/2018

CAKRAWALA

**UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA**  
Fakultas Komunikasi dan Bahasa

Alamat : Jl. Dewi Sartika No.289, Cawang - Jakarta Timur

Telepon : 021 736515 / Fax. 021 7365704

URL : <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala>



Diterbitkan Oleh:

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

Peran Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai Infrastruktur Transportasi Wilayah Perkotaan  
Ketut Biomantara, Herdis Herdiansyah

Analisis Hubungan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT. Bank  
Bukopin, Tbk Jakarta  
Firstianty Wahyuhening Fibriany

Biaya Iklan dan Promosi Serta Pengaruhnya terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses  
Makmur Tbk.  
Lilik Yuliatwati

Pengendalian Mutu: Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi  
Pengendalian Dalam Dunia Pendidikan  
Apriyanti Widiansyah

Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus  
Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013)  
Rahmat Saputra

Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program studi  
I Ketut Martana, Dina Andriana

Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Pengembangan Situ Sebagai  
Sarana Ekowisata  
Devy Putri Kussanti

Analisis SWOT *Technology Financial* (FinTech) Terhadap Industri Perbankan  
Ratnawaty Marginingsih

Pengelolaan *Talent Manajemen Human Resource* PT. Dalim Fideta Kornesia Dalam  
Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Era Globalisasi  
Suhardoyo

Prestasi Belajar Sebagai Dampak Dari Minat Baca Dan Bimbingan Belajar Siswa IPS  
Kartika Mariskhana

Analisis Kebutuhan Pengembangan Pembelajaran Penulisan Naskah PR I  
Fifit Fitriansyah

Analisis Hasil Belajar Konsep Pembelajaran IPA Menggunakan Strategi Critical Incident di  
Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Yohamintin

Pengaruh Kepemimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri  
Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi  
Dhefine Armelsa, Tuty Mutiah

Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi  
Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi)  
Erita Riski Putri, Aryadillah, Ummar Muhammad

Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di  
Depok  
Wiwik Widiyanti

Representasi Kosmologi Jawa Pada Gapura Kontemporer Di Desa-Desa Kabupaten  
Karanganyar  
Iis Purnengsih, Umi Kholisya

HOAX Impact to Community Through Social Media Indonesia  
Yayan Irfan Ferdiawan, Permata Ayu Dian Nurjanah, Etika Pahang Krisdyan, Arif Hidayatullah, Hans Julio  
Manogari Sirait, Nur Aini Rakhmawati

Hip-Hop and The Limits of Political Engagement in The Age of Obama  
Muhammad Beni Saputra

Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Pada Pekerja PT.  
Nindya Jakarta Selatan  
Bilgah

Strategi Siswa Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematika SMA Negeri 1  
Indralaya  
Suwanto, Nyimas Aisyah, Budi Santoso

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
Peran Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai Infrastruktur Transportasi Wilayah Perkotaan Ketut Biomatara, Herdis Herdiansyah .....	1-8
Analisis Hubungan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Bukopin, Tbk Jakarta Firstianty Wahyuhening Fibriany .....	9-14
Biaya Iklan dan Promosi Serta Pengaruhnya terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Lilik Yuliatwati.....	15-20
Pengendalian Mutu: Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi Pengendalian Dalam Dunia Pendidikan Apriyanti Widiyansyah.....	21-26
Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013) Rahmat Saputra .....	27-38
Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program studi I Ketut Martana, Dina Andriana .....	39-46
Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Pengembangan Situ Sebagai Sarana Ekowisata Devy Putri Kussanti.....	47-54
Analisis SWOT <i>Technology Financial</i> (FinTech) Terhadap Industri Perbankan Ratnawaty Marginingsih.....	55-60
Pengelolaan <i>Talent Manajemen Human Resource</i> PT. Dalim Fideta Kornesia Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Era Globalisasi Suhardoyo.....	61-70
Prestasi Belajar Sebagai Dampak Dari Minat Baca Dan Bimbingan Belajar Siswa IPS Kartika Mariskhana .....	71-78
Analisis Kebutuhan Pengembangan Pembelajaran Penulisan Naskah PR I Fifit Fitriansyah .....	79-86
Analisis Hasil Belajar Konsep Pembelajaran IPA Menggunakan Strategi Critical Incident di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Yohamintin .....	87-94
Pengaruh Kepemimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi Dhefine Armelsa, Tuty Mutiah.....	95-98
Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi) Erita Riski Putri, Aryadillah, Ummar Muhammad .....	99-106
Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di Depok Wiwik Widiyanti .....	107-112

Representasi Kosmologi Jawa Pada Gapura Kontemporer Di Desa-Desa Kabupaten Karanganyar Iis Purnengsih, Umi Kholisya.....	113-120
HOAX Impact to Community Through Social Media Indonesia Yayan Irfan Ferdiawan, Permata Ayu Dian Nurjanah, Etika Pahang Krisdyan, Arif Hidayatullah, Hans Julio Manogari Sirait, Nur Aini Rakhmawati .....	121-124
Hip-Hop and The Limits of Political Engagement in The Age of Obama Muhammad Beni Saputra .....	125-132
Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Pada Pekerja PT. Nindya Jakarta Selatan Bilgah .....	133-138
Strategi Siswa Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematika SMA Negeri 1 Indralaya Suwanto, Nyimas Aisyah, Budi Santoso .....	139-148

# CAKRAWALA

## Editorial Team

### Chief Editor

Chandra Anugerah Putra.  
Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

### Reviewers

Aryadillah, Universitas Bhayangkara  
Jakarta Raya  
Apriyanti Widiansyah, Universitas  
Bhayangkara Jakarta Raya  
Fifit Fitriansyah, Universitas Bina Sarana  
Informatika  
Salman Alfariqi, Universitas Bina Sarana  
Informatika

### Advisory Boards

Anisti, Universitas Bina Sarana Informatika

### Editor

Fifit Fitriansyah, Universitas Bina Sarana  
Informatika

### Administrative Staff

Maya Sopa, PPPM UBSI

**Published by**  
PPPM UBSI

Jl. Dewi Sartika No. 289, Cawang,  
Jakarta Timur  
Telp : 021-8010836



<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>

[e-mail: jurnal.cakrawala@bsi.ac.id](mailto:jurnal.cakrawala@bsi.ac.id)

p-ISSN: 1411-8629, eISSN: 2579-3314

Indexed by



# PENGANTAR REDAKSI

## Bismillahirrohmanirrohim

Redaktur mengucapkan puji syukur kehadiran Alloh SWT atas terbitnya Jurnal Cakrawala Edisi Volume XIX No. 1 bulan Maret 2019 sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Jurnal Cakrawala telah terindex oleh Google Scholar, Sinta 5 dan sudah Terakreditasi dengan Nomor 21/E/KPT/2018. Dalam edisi ini menerbitkan 19 artikel naskah yang berasal dari dosen atau peneliti dari berbagai Univeristas. Artikel telah melalui proses review oleh reviewer yang mempunyai kompetensi dibidangnya masing-masing.

Redaksi menerima naskah berupa artikel, hasil penelitian atau karya ilmiah yang belum pernah dipublikasikan sebelumnya pada media-media lainnya melalui laman <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>, oleh karena itu jurnal Cakrawala dapat menjadi sarana untuk mempublikasikan hasil penelitian, karya ilmiah, gagasan konseptual, dan kajian kepustakaan dalam bidang ilmu Humaniora, Komunikasi, Pendidikan dan lingkup Sosial lainnya.

Akhirnya, Redaksi mengucapkan terima kasih kepada para penulis dan peneliti yang telah berpartisipasi dalam penerbitan Jurnal Cakrawala edisi ini.

Semoga Jurnal Cakrawala kali ini dapat memenuhi khasanah ilmu pengetahuan bagi civitas akademika di Universitas Bina Sarana Informatika serta masyarakat pada umumnya.

Wassalam,

Redaktur

## Peran Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai Infrastruktur Transportasi Wilayah Perkotaan

Ketut Biomantara<sup>1</sup> Herdis Herdiansyah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Ketahanan Nasional, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia, Jakarta 10430, Indonesia  
ketutbiomantara@yahoo.co.id

<sup>2</sup>Sekolah Ilmu Lingkungan, Universitas Indonesia, Jakarta 10430, Indonesia  
herdis@ui.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Biomantara, K., & Herdiansyah, H. (2019). Peran Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai Infrastruktur Transportasi Wilayah Perkotaan. *Cakrawala*, 19(1), 1–8. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Transportation is an important part of human life. Transportation is the driving force for socio-economic activities that must be accessible to all people. Transportation access is the heart of the development of an area, if transportation access is easy then the development of an area is easier to achieve. One of the most popular means of transportation in Indonesia and being a mass transportation that is very effective for human and goods mobilization is the train. So that the existence of train access can be a determining factor and support the accessibility of an area. This research was conducted to determine the role of trains in supporting the accessibility of the region. Research data collection was carried out by conducting observations, interviews, and literature reviews. Based on the results of the study it was found that since the first time it was built by the Dutch East Indies government in 1864, 26 km in the Kemijen Tanggung area currently has 25,361 employees. The vision is to become the best rail service provider that focuses on customer service and meets stakeholder expectations. Good and smooth transportation growth is a collaboration between three supporting forces in the form of good spatial planning, policies or regulations in the field of road network infrastructure and multi-modal transport, road traffic behavior and law enforcement. PT. KAI tries to give choices so that the community is fulfilled its accessibility in carrying out activities to the destination.*

**Keywords:** *Regional Accessibility, Economic Activity, Development, Transportation*

### PENDAHULUAN

Seiring perkembangan waktu, manusia selalu memerlukan sesuatu yang dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan yang dapat dilakukan secara efisien dan seefektif untuk menjalani kehidupannya. Dalam kehidupan sehari-hari manusia sangat membutuhkan sarana dan prasarana infrastruktur penunjang aktivitasnya. Hampir diseluruh belahan dunia dalam menjalankan aktivitas keseharian seseorang memerlukan banyak sarana dan prasarana pendukung agar tujuannya berjalan dengan baik. Pendukung tersebut yaitu tersedianya infrastruktur yang memadai, dimana infrastruktur memiliki peranan yang sangat penting dalam kelancaran penggerak pembangunan nasional seperti transportasi, komunikasi dan informatika, energi dan listrik, perumahan dan bangunan, air, jalan raya (Bappenas, 2012). Ketersediaan infrastruktur berperan dalam jaringan distribusi, sumber energi yang dapat mendorong peningkatan produktivitas.

Bappenas menyebutkan sektor sosial budaya dan sejenisnya, infrastruktur berfungsi sebagai pengikat dan pemersatu wilayah dalam wadah NKRI.

Infrastruktur transportasi akan memberikan peran penting dalam mendukung mobilisasi, aksesibilitas baik orang maupun barang dari suatu tempat ke tempat lain sehingga menimalisir disparitas dan kesenjangan antar wilayah. Perbaikan transportasi diharapkan membuat area itu menjadi lebih menarik dan adanya pergeseran pertumbuhan, mempercepat pengembangan suatu area dalam wilayah (Murlok, 1984). Infrastruktur jasa komunikasi dan informatika diperlukan untuk melengkapi transportasi sehingga pertukaran informasi secara cepat menembus batas ruang dan waktu.

Transportasi berkembang dari waktu ke waktu sesuai kebutuhan dan kepentingannya serta seiring pertumbuhan penduduk dan pembangunan yang berjalan pada suatu wilayah. Transportasi memiliki pengertian mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau suatu tempat ke tempat lainnya (Setijowarno & Frazila, 2002). Transportasi juga dapat didefinisikan sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Kadir, 2006). Transportasi sebagai suatu tindakan, proses atau hal mentransportasikan atau memindahkan

dari suatu tempat ke tempat lain (Murlok, 1984). Terdapat empat unsur pokok dalam transportasi meliputi jalan (*street*), kendaraan dan alat angkut (*vichicle*), tenaga penggerak (*motive power*), terminal (*station*).

Ada dua macam kegunaan pengangkutan atau pemindahan penumpang/barang menggunakan transportasi yaitu kegunaan tempat (*place utility*) dan kegunaan waktu (*time utility*) (Salim, 2012). Penjelasan dari kegunaan tempat (*place utility*) adalah nilai manfaat dari suatu barang yang tercipta ketika barang tersebut terangkut dari sebuah tempat/daerah ke tempat dimana barang tersebut mempunyai manfaat atau nilai yang lebih besar pada tempat/daerah yang dituju (Kadir, 2006). Transportasi di suatu wilayah akan berbeda-beda dengan transportasi pada wilayah lainnya yang dipengaruhi luas wilayah, jumlah penduduk, kondisi geografis dan kondisi sosialnya. Terdapat model transportasi yang berbeda dalam arah penggunaan kendaraan bermotor sebagai transportasi perjalanannya. Pada model Eropa transportasi perkotaan menekankan angkutan umum dan tata kota bersifat *intensive/compact* (*memusat*), sedangkan pada model Amerika lebih condong mengembangkan jaringan jalan raya dan tata kota bersifat *extensive/sprawl* (*menyebar*).

Kondisi sistem tata kota yang ada mempengaruhi model transportasi yang diterapkan. Pembangunan yang cenderung terjadi pemusatan pertumbuhan wilayah pada suatu daerah tertentu akan berdampak pada kepadatan transportasi yang terkonsentrasi pada daerah tersebut. Kondisi ini biasanya beriringan dengan berkembangnya suatu daerah industrialisasi di daerah tersebut. Perkembangan daerah industrialisasi ini akan dibarengi dengan pembangunan pemukiman yang berada disekitaran daerah-daerah penyangga di pinggiran kota. Sehingga kemacetanpun akan muncul pada wilayah-wilayah itu, sehingga diperlukan transportasi yang memadai untuk menopang aksesibilitas dalam pergerakan menuju lokasi yang dituju baik tempat kerja, tempat tinggal maupun tempat aktivitas lainnya. Pada dasarnya prinsip dan teknik permintaan atas jasa transportasi adalah kebutuhan transportasi pemakai yang digunakan sebagai angkutan manusia atau angkutan barang, yang dijadikan dasar evaluasi transportasi dan fasilitasnya. Untuk membuat kualitas pelayanan sebaik mungkin sistem angkutan didisain untuk menyediakan kualitas pelayanan setingkat seperti terdapat pada kendaraan pribadi. Ketika pelayanan transportasi publik tidak signifikan maka orang akan berusaha mencari alternatif kendaraan pribadi berupa motor ataupun mobil. Seiring keperluan mobilitas seseorang dalam kehidupan kesehariannya, sehingga dengan kondisi seperti ini maka akan semakin memberburuk kondisi kepadatan kendaraan bermotor di jalan raya dan kemacetanpun

semakin parah, perjalanan semakin lambat, pemborosan konsumsi bahan bakar semakin banyak juga. Implikasi dari kondisi tersebut akan mengakibatkan ekonomi biaya mahal dan polusi udara yang tinggi. Ketersediaan sistem angkutan umum cepat massal berbasis rel kota-kota di Indonesia dapat mengurangi tingkat kemacetan, karena kota-kota besar dan menengah terancam kemacetan yang terkunci (*total gridlock*) yang dapat melumpuhkan roda kehidupan (Susanto, 2013).

Kondisi geografi Indonesia yang sangat beragam juga memerlukan suatu infrastruktur transportasi pendukung yang sesuai. Sektor transportasi yang bertujuan untuk mempermudah mobilisasi dan mempersingkat waktu dalam menunjang aktifitas berupa pesawat terbang, kapal laut, bus, mobil, motor dan lain sebagainya. Pada transportasi darat salah satunya kereta api merupakan transportasi publik massal yang memiliki beberapa keunggulan dan banyak diminati masyarakat. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api, perkeretaapian adalah satu kesatuan sistem yang terdiri atas prasarana, sarana, dan sumber daya manusia, serta norma, kriteria, persyaratan, dan prosedur untuk penyelenggaraan transportasi kereta api. Di beberapa negara maju seperti Jepang, Jerman, Perancis, kereta api menjadi transportasi andalan dalam menunjang aktifitas kehidupan penduduknya dan aksesibilitas antara daerah-daerah di negaranya. Sistem transportasi yang terintegrasi antar moda satu dengan lainnya tertata saling menunjang. Dislokasi stasiun kereta yang terhubung dengan sentra-sentra kegiatan menjadikan efektifitas mobilitas dapat terwujud. Selain infrastruktur yang terdukung dengan baik, faktor lain seperti hukum, regulasi, kesadaran individu, kebijakan menentukan terlaksananya suatu program berjalan dengan baik.

## METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metodologi diskriptif kualitatif. Penggunaan pendekatan kualitatif dipilih sesuai tema penelitian yang bersifat diskriptif, prosedur pengumpulan data melibatkan empat jenis dasar yaitu pengamatan, wawancara, dokumen dan gambar visual (Creswell, 2013).

Metode diskriptif kualitatif yang digunakan untuk memperoleh data sekunder dengan cara metode kepustakaan atau studi dokumen dan literature melalui buku, tesis, jurnal, perundang-undangan, internet, bahan kuliah, media massa. Sedangkan data primer diperoleh dari wawancara mendalam kepada narasumber atau pakar atau pejabat yang terkait yang berkompeten terhadap inti penelitian yaitu berkaitan dengan transportasi, KAI, kebijakan infrastruktur dan pelaku pengguna jasa transportasi KAI.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjalanan perkembangan perkeretaapian di Indonesia mengalami berbagai perubahan. Semenjak pertama kali dibangun oleh pemerintah Hindia pada tahun 1864 dengan panjang 26 km di daerah Kemijen Tanggung belanda saat itu sampai pada masa orde baru dengan nama PJKA Perumka dan mulai tahun 1998 -2010 berubah menjadi PT.Kereta Api (persero), terakhir berdasar intruksi dereksi No.16/OT.203/KA 2010 pada Mei 2010 sampai dengan sekarang bernama PT. KERETA API INDONESIA (Persero). Pada tahun 2015 PT.KAI memiliki karyawan 25.361 orang. Visi yang diemban adalah menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholder*. Sedangkan misinya adalah menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama: Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

PT KAI dalam menjalankan tugasnya memegang 5 (lima) budaya perusahaan atau lima nilai utama meliputi integritas, profesionalisme, keselamatan, inovasi dan pelayanan prima (*Ability* (Kemampuan), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggung jawab (*Accountability*). Beberapa jenis angkutan penumpang kereta api terdiri dari Kereta Api Eksekutif, Kereta Api Ekonomi AC, Kereta Api Bisnis, Kereta Api Ekonomi, Kereta Api Campuran, Kereta Api Lokal dan Kereta Rel Listrik (KRL).

KAI mempunyai inventarisir sarana pasarana serta asetnya yang menopang kinerjanya. Untuk mengoptimalkan kinerja dalam jasa angkutan kereta api KAI ditopang dengan sejumlah sarana berupa lokomotif sebanyak 516 unit, Kereta Rel Listrik (KRL) 816 unit, Kereta Rel Diesel 157 unit, kereta penumpang 1.722 unit dan kereta pengangkut barang 8.171 unit. Angkutan penumpang non KRL terdiri dari kelas eksekutif, kelas bisnis, kelas ekonomi dan lokal ekonomi, lokal bisnis. Kereta angkutan penumpang bertenaga listrik yaitu KRL Jabodetabek, sedangkan KA bandara yaitu KA bandara Kuala Namu yang berada di kota Medan, Sumatera Utara. Untuk KA angkutan barang berupa angkutan barang batubara, angkutan BBM, petikemas, general kargo, semen, komoditi lain. Prasarana pendukung berupa jalur lintasan rel kereta api, bangunan gedung perkantoran dan stasiun-stasiun, area penyimpanan petikemas (*container yard*), dipo perawatan, *gantry crane* (katrol petikemas), area multi usaha dan lainnya. Terdapat kurang lebih 441 stasiun kereta api penumpang dan barang berada di pulau Jawa dengan sembilan daerah operasi (Daop), sejumlah 129 stasiun

kereta api penumpang dan barang di pulau Sumatera terbagi dalam tiga divisi regional (Divre).

### Peran dan Kinerja KAI dalam Memenuhi Kebutuhan Transportasi Masyarakat

Pertumbuhan transportasi yang baik dan lancar merupakan kolaborasi antara tiga daya dukung berupa tata ruang yang baik, kebijakan atau regulasi di bidang infrastruktur jaringan jalan raya dan angkutan multi moda, perilaku berlalu lintas di jalan raya dan penegakan hukumnya. Ketiganya harus bersinergi, apabila salah satu tidak berjalan atau gagal maka sistem transportasi akan gagal juga.

Pola tata ruang dan tata guna lahan perkotaan DKI Jakarta yang terdiri dari 5 wilayah kotamadya dan 1 kabupaten administratif, 13 sungai, 2 kanal dengan ketinggian rata-rata  $\pm 7$  meter diatas permukaan laut mempengaruhi model transportasi yang diterapkan dan diimplikasikan dalam kebijakan transportasi. Kebutuhan terhadap angkutan penumpang terhadap manfaat angkutan tersebut untuk seseorang (*personal place utility*) untuk melakukan perjalanan keperluan pribadi atau keperluan usaha (Salim, 2012). Juga kegunaan pengangkutan atau pemindahan penumpang/barang menggunakan transportasi yaitu kegunaan tempat (*place utility*) dimana akan memiliki nilai lebih tinggi di tempat tujuannya dan kegunaan waktu (*time utility*) dimana memiliki nilai lebih tinggi dengan waktu yang tepat, secepatnya di tempat tujuan. Perbaikan transportasi diharapkan membuat area itu menjadi lebih menarik dan adanya pergeseran pertumbuhan, mempercepat pengembangan suatu area dalam wilayah (Murlok, 1984). Dari ketiga daya dukung transportasi diatas bahwa perilaku masyarakat dibarengi dengan penegakan hukum merupakan faktor yang paling mempengaruhi karena meskipun infrastruktur baik, tata guna lahan tertata baik, akan tetapi apabila perilaku masyarakat tidak baik dalam melaksanakan aturan-aturan dan penggunaan di jalan raya maka tidak akan terwujud sistem transportasi yang diharapkan, seandainya berjalan pasti kurang optimal terjadi ketimpangan.

Ketimpangan ini menimbulkan suatu keadaan ketidakaturan lalu lintas yang mengakibatkan kemacetan dimana laju kendaraan mengalami kendala dan hambatan mengakibatkan kecepatan kendaraan turun, melambat atau bahkan berhenti. Seperti terjadinya kemacetan di Jakarta karena selain transportasi umum yang belum tersedia dengan baik, disebabkan perilaku masyarakat yang tidak tertib dan tidak taat berlalu lintas serta perilaku yang masih senang menggunakan kendaraan pribadi. Penggunaan kendaraan pribadi yang masih tinggi meningkatkan kondisi kemacetan terus bertambah karena jumlah kendaraan begitu banyak sehingga kendaraan saling

<sup>1</sup>Ketut Biomantara, <sup>2</sup>Herdis Herdiansyah

berdekatan satu dengan lainnya. Kondisi macet yang diakibatkan hal tersebut disebut dengan *traffic congestion* yaitu kepadatan kendaraan yang melewati suatu jalan dalam interval cukup lama (Panjaitan, 2001). Perilaku masyarakat dalam penggunaan kendaraan harus mulai dirubah untuk menggunakan transportasi umum agar volume kendaraan di jalan dapat dikendalikan. Setiap hambatan-hambatan yang muncul perlu menjadi perhatian dan dihilangkan untuk mendorong perilaku masyarakat agar menggunakan transportasi umum yang telah didukung dengan sarana untuk disabilitas dan juga orang tua (Iwarsson, Jensen, & Ståhl, 2000; Jensen, Iwarsson, & Ståhl, 2002).

### **Peran KAI dalam Memenuhi Kebutuhan Transportasi**

Kebutuhan transportasi masyarakat di seluruh belahan dunia tidak terkecuali wilayah Indonesia merupakan suatu hal yang mutlak. Sejak jaman dahulu transportasi merupakan bagian dalam kehidupan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan untuk memenuhi mobilitas masyarakat. Upaya untuk memenuhi kebutuhan transportasi ini dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai pendayagunaan sarana prasarana yang ada serta terus dikembangkan. Kreteria pemilihan transportasi dengan mempertimbangkan faktor ketepatan waktu, keamanan, keteraturan jadwal, kecepatan, kepuasan, kenyamanan, dan kesenangan dijadikan landasan dalam pemenuhan transportasi kereta api yang kemudian dikembangkan menggunakan konsep QCD (*Quality, Cost and Delivery*).

Infrastruktur transportasi yang baik dan handal memberikan dampak yang positif berupa aksesibilitas antar wilayah yang baik, meningkatnya produktivitas ekonomi, meningkatkan hubungan dan kondisi sosial budaya dan stabilitas pertahanan keamanan. Pada sektor sosial budaya dan sejenisnya, infrastruktur berfungsi sebagai pengikat dan pemersatu wilayah dalam wadah NKRI. Dalam sasaran sistem transportasi nasional disebutkan terselenggaranya transportasi secara efektif dan efisien. Efektif dalam arti aksesibilitas tinggi, selamat, terpadu, kapasitas yang mencukupi, mudah dicapai, lancar dan cepat, teratur, tepat waktu, aman dan nyaman, tertib, aman, tarif terjangkau, serta tidak mengeluarkan emisi yang menyebabkan pencemaran tinggi. Efisien dalam satu kesatuan jaringan transportasi nasional yang berarti beban publik rendah dan utilitas tinggi ("Sistranas. <http://hubud.dephub.go.id/> diakses pada Selasa, 25 November 2014.," n.d.)(Sistranas, 2014). Dari buku Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi yang ditulis oleh Edward Murlok disebutkan bahwa sistem transportasi yang merupakan bagian tak terpisahkan dari infrastruktur setiap daerah, baik daerah perkotaan maupun pedesaan, negara maju ataupun negara berkembang, maka perencanaan sistem transportasi

sangat erat hubungannya dengan kebijakan ekonomi dan sosial secara luas (Murlok, 1984).

KAI dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan jaringan pelayanan perkeretaapian sesuai peruntukannya. PP No.72/2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api pasal 2 ayat 2 menyebutkan jaringan pelayanan perkeretaapian terdiri dari dua jaringan pelayanan yaitu jaringan pelayanan perkeretaapian antar kota dan perkotaan. Pelayanan kereta api ini dapat berupa jaringan multimoda transportasi dan dapat bersifat komersial atau penugasan sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam menyiapkan pelayanan kebutuhan transportasi KAI harus memerhatikan; (a) kebutuhan masyarakat untuk dilayanan; (b) kapasitas lintas yang dibutuhkan masyarakat; (c) kebutuhan jasa angkutan; (d) komposisi jenis pelayanan angkutan kereta api sesuai dengan tingkat pelayanan; (e) keterpaduan intra dan antar moda transportasi; (f) perbedaan jarak dan waktu antara kereta api (*headway*), jarak antara stasiun dan perhentian; (g) jarak pusat aktivitas terhadap stasiun; dan (h) kapasitas waktu untuk perpindahan transportasi.

PT. KAI mencoba memberikan pilihan agar masyarakat terpenuhi aksesibilitasnya dalam melakukan kegiatan ke tempat tujuan. Prinsip pelayanan transportasi hampir semuanya telah diterapkan oleh operator kereta api, kendala di lapangan muncul saat penumpang turun dari kereta api kemudian moda penyambung ke tempat tujuan masih belum terintegrasi dengan sinergi sehingga terkesan terputus, seandainya ada kurang memberikan kenyamanan seperti angkot, bajai, metromini belum memberikan harapan kenyamanan sehingga masyarakat kembali berfikir lebih menggunakan kendaraan pribadi. Perubahan kondisi lalu lintas jalan raya yang berubah dari waktu ke waktu memerlukan perencanaan dalam pemenuhan transportasi masyarakat. Dengan kelancaran penggunaan transportasi kereta api diharapkan aksesibilitas antar wilayah di perkotaan dan wilayah penyangga sekitarnya dapat diwujudkan.

Pembagian kelas pelayanan penumpang untuk memberikan kenyamanan dan kebutuhan sesuai tingkat ekonomi masyarakat oleh KAI Daop 1 diwadahi dalam beberapa kelas. Pilihan untuk masyarakat yang menghendaki kenyamanan yang ekstra diwujudkan pada angkutan kereta api kelas eksekutif dengan fasilitas lebih tinggi dari kelas lainnya seperti tempat duduk lebar dapat disetel, satu gerbong kereta hanya memuat 50 tempat duduk saja. Dalam satu rangkaian kereta eksekutif terdiri dari 8 gerbong untuk penumpang ditambah satu gerbong restorasi dan satu gerbong sebagai pemangkit listrik. Dibawah kelas eksekutif adalah kelas bisnis dengan fasilitas kursi model 2-2 kanan kiri, tidak bisa disetel, satu gerbong memuat sekitar 64 tempat

duduk, jumlah gerbong dalam satu rangkaian sama dengan eksekutif. Kelas yang terbawah adalah kelas ekonomi dengan fasilitas tempat duduk model 2-3 atau 3-3 sisi kanan kiri dalam satu gerbong, tiap gerbong terdapat model 64 kursi, 80 kursi dan 106 kursi. Kelas ekonomi dengan 64 tempat duduk dalam satu gerbongnya diperuntukkan bagi penumpang yang terdapat penyandang cacat atau difabel, jumlah tempat duduk 80 diperuntukkan bagi kelas ekonomi komersial atau non subsidi, sedangkan kelas ekonomi 106 kursi diperuntukkan ekonomi non komersial atau bersubsidi.

Selain angkutan kereta api penumpang, Daop 1 melayani jasa angkutan kereta api barang yang meliputi dua macam produk yaitu produk *retail* dan *corporate*. Angkutan barang jenis *corporate* berupa peti kemas, semen dan sejenisnya yang sebagian besar barang-barang milik industri, dimana sasarannya merupakan kawasan industri seperti Krakatau Steel, semen Tiga Roda, semen Holcim, kawasan industri Cikarang, kawasan industri karawang. Area penampungan petikemas dengan kereta api saat ini disiapkan di stasiun Jakarta Gudang, stasiun Cigading, stasiun Pasoso, stasiun Lagoa dan Cikarang. Jenis produk retail bersifat kontrak perorangan yang pengirimannya sebagian besar digandengkan dengan kereta angkutan penumpang yang sering disebut sebagai kiriman ekspedisi. Bila dilihat perbandingan konsumsi bahan bakar antara beberapa moda jasa angkutan barang darat lainnya dan besaran daya yang dibutuhkan untuk memindahkan satuan per-ton, kereta adalah pilihan yang tepat. Teknis pembiayaan pengiriman perusahaan ekspedisi dengan jasa kereta api ditetapkan berdasar pada patokan biaya tarif dari PT.KAI.

Industrialisasi di segala sektor dalam rangka pembangunan sangat membutuhkan transportasi dalam mendukung kegiatan industry itu (Salim, 2012). Penyediaan sarana dan prasarana yang mampu menjamin kelancaran perpindahan dan penyebaran barang, jasa, dan informasi untuk menambah tingkat daya saing produk nasional harus memprioritaskan arah kebijakan dalam rangka mendukung peningkatan daya saing sektor riil (Bappenas, 2012). Dislokasi keberadaan industri di wilayah DKI Jakarta mencapai 1.410 (Jakarta dalam angka 2014) sangat erat berhubungan jasa angkutan barang. Ketersediaan angkutan kereta api barang akan mendorong bertumbuh dan berkembangnya kegiatan dan usaha perekonomian, bersama aktivitas yang menyertainya seperti pengolahan (*processing*), penyimpanan (*storing*), pembiayaan (*financing*), iklan/promosi (*advertising*), pengemasan (*packaging*), *merchandising* (Kadir, 2006).

Pengembangan jaringan dan pelayanan *point to point* perlu dikembangkan kepada sistem *door to door* sehingga masyarakat tidak merasa kesulitan untuk

transportasi penghubungnya. Seperti perusahaan Canadian Pacific Railway yang mengoperasikan kereta api, truk, angkutan udara dan angkutan laut sekaligus atau seperti perusahaan White Pass and Yukon Railway yang mengoperasikan sistem transportasi angkutan yang terintegrasi melalui air, rel dan truk (Murlok, 1984). Sistem terintegrasi adalah jawaban dari peningkatan penggunaan transportasi umum kereta ini. *Grand strategy* dengan melibatkan multi sektoral eksekutif, legeslatif dan pengusaha harus segera dibangun agar penyelesaian tidak terkesan jalan sendiri-sendiri.

Berdasarkan Peraturan Menteri Nomor 43 tahun 2011 tentang Rencana Induk Perkeretaapian Nasional untuk menyajikan layanan transportasi yang merata pada masyarakat maka layanan moda kereta harus terintegrasi dengan layanan moda lainnya seperti moda darat, moda udara dan moda laut. Integrasi antar moda tersebut menjadi cita-cita dan harapan masyarakat pengguna angkutan umum agar perjalanannya lancar. Akan tetapi pada tingkat regulator dan penentu kebijakan masih terjadi permasalahan lintas sektoral, antara instansi yang terkait masih bekerja secara parsial sendiri-sendiri. Kemenhub hanya terfokus pada program-program bidang sarana prasarana, dirjen perkeretaapian terfokus pada program-program dan produk-produk administrasi birokrasi perkeretaapian, sedangkan PT.KAI terfokus pada pelaksanaan di lapangan dengan strategi, program dan kerjanya yang berorientasi bidang bisnis, kualitas pelayanan saja. Harus ada kordinasi yang terencana, tersusun dan teratur berkesinambungan antara instansi yang terkait termasuk Pemda dan KAI sebagai pelaksana di lapangan.

Keunggulan menggunakan kereta api adalah jangkauan pelayanan dengan kapasitas angkut besar, penggunaan energi berdampak efisiensi harga, tepat waktu karena menggunakan jalur tersendiri, polusi kecil, kecepatan dapat divariasikan dan aksesibilitas baik (Utomo, 2004). Jasa angkutan barang kereta dibuka pertama kali tahun 1992 dengan nama kereta Babarajang dengan kapasitas masih kecil sebanyak 6 gerbong tujuan Surabaya. Sebutan angkutan parcel waktu itu karena hanya dapat mengangkut barang ukuran kecil, kapasitas terbatas berupa barang-barang konsumsi saja. Inovasi dikembangkan dengan menambahkan gerbong angkutan barang yang menempel pada kereta angkutan penumpang dengan tujuan membantu bagi penumpang yang mudik membawa banyak barang tambahan. Pelayanan awalnya hanya melayani lintas wilayah Utara pulau Jawa, yang berkembang saat ini dengan penambahan jalur untuk melayani lintas Selatan. Permasalahan muncul pada ketersediaan fasilitas pergudangannya, sebagai perhitungan apabila kereta angkutan dengan 12 gerbong dimana memuat 20 ton/gerbong maka total ada 240 ton, yang akan memerlukan gudang

<sup>1</sup>Ketut Biomantara, <sup>2</sup>Herdis Herdiansyah

minimal 5000 m<sup>2</sup>, sehingga dengan kapasitas daya angkut yang ada sekarang sebesar 2.878.548 ton (KAI Daop I tahun 2014) akan diperlukan penggudangan yang sangat besar, kapasitas yang ada di Jakarta maupun tempat lain belum dapat menampungnya, oleh karena itu perlu pembenahan sistem pergudangan dibarengi sinergisitas antara KAI bersama pengusaha jasa ekspedisi untuk membuat manajemen angkutan barang yang baik dan tertata secara modern.

### Peran KAI Dalam Menunjang Aksesibilitas

Dalam kerangka pikir kebijakan pembangunan sarana dan prasarana Bappenas dijelaskan bahwa percepatan pembangunan infrastruktur transportasi dilakukan secara terus menerus dalam rangka untuk meningkatkan aksesibilitas dan keterhubungan antar wilayah (*domestic connectivity*) guna mendukung pemerataan dan pengembangan wilayah. Memiliki prioritas untuk memastikan distribusi barang berlangsung lancar, peningkatan saing produk nasional sektor riil melalui jasa dan informasi serta kerjasama pemerintah dan swasta (KPS).

Jasa transportasi perintis di wilayah pedalaman dan perbatasan, terpencil, dan *public service obligation* (PSO) khusus perkeretaapian angkutan penumpang kelas ekonomi dan angkutan laut dengan begitu biaya untuk menggunakan transportasi menjadi terjangkau dan murah. Dengan mudahnya biaya transportasi penyebaran atau kegiatan ekonomi dapat lebih mudah dilaksanakan dan jumlah penduduk yang dapat didukung pada suatu wilayah akan bertambah besar dengan meningkatnya transportasi. Perbaikan transportasi diharapkan membuat area itu menjadi lebih menarik dan adanya pergeseran pertumbuhan, mempercepat pengembangan suatu area dalam wilayah (Murlok, 1984). Selain itu, dengan transportasi yang baik dan berlangsung lancar akan meningkatkan perkembangan kota-kota satelit dan pemukiman pinggiran kota serta dapat menunjang lapangan pekerjaan, kegiatan masyarakat, dan usaha. Hal ini akan mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan dan usaha perekonomian, bersama aktivitas disekitarnya. Meningkatnya kecepatan transportasi dan minimnya biaya akan menyebabkan bertambahnya keberagaman ruang aktivitas manusia. Transportasi merupakan permintaan turunan (*derived demand*) yang ada karena permintaan akan komoditi atau jasa lain. Transportasi diturunkan dari; a) kebutuhan seseorang untuk bergerak dan berpindah dalam melakukan aktivitasnya; b) kebutuhan untuk memindahkan barang agar tersedia tempat yang diinginkan (di tempat tujuan dan tempat asal).

Transportasi kereta api KRL khususnya di wilayah Jakarta memberikan dampak aksesibilitas yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas wilayah. Pada suatu peningkatan jalan/transportasi

umumnya akan memungkinkan terjadinya perjalanan yang lebih banyak dan akan mengakibatkan bertambah cepatnya perkembangan ekonomi di daerah tersebut (Murlok, 1984). Peningkatan aksesibilitas kereta api telah terbukti membuat meningkatkan potensi ekonomi suatu kota dan membuatnya menjadi lebih makmur (Zhu, Diao, & Fu, 2016).

Interaksi antar daerah terlihat pada kondisi fasilitas yang tersedia pada transportasi beserta arus dari perpindahan manusia, barang dan juga jasa, terpenuhinya (a) ketersediaan barang (*availability of goods*), (b) stabilitas dan penyamaan harga (*stabilization and equalization*), (c) penurunan harga (*price reduction*), (d) meningkatkan nilai tanah (*land value*), (e) terjadinya spesialisasi antar wilayah (*territorial division of labor*), (f) berkembangnya usaha skala besar (*large scale production*), dan (g) akan terjadinya urbanisasi dan konsentrasi penduduk (*urbanization and population concentration*) pada kehidupan. Membuka peluang terjadinya pembangunan antar wilayah, menghilangkan isolasi pada suatu wilayah, mengurangi perbedaan antar wilayah. Sebagai gambaran diatas daerah dengan kondisi geografis yang terpelosok, pinggiran memunculkan kesenjangan disebabkan keterjangkauan pelayanan sarana prasarana infrastruktur serta aksesibilitas belum memadai seperti Maja (wilayah Rangkas Bitung-Merak) sehingga membutuhkan biaya/ongkos, waktu tempuh dan hal lainnya yang cukup merepotkan. Tetapi dengan terlayannya jalur tersebut oleh KRL sangat membantu masyarakat setempat memperlancar aktivitasnya menuju ke/dari tempat tujuan serta menurunkan biaya akomodasi mereka sehingga meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas wilayah tersebut.

Hal serupa juga terjadi pada daerah Nambo yang berlokasi di sekitaran kecamatan Klapanunggal-Kabupaten Bogor dimana wilayah tersebut sudah 8 tahun tidak terlayani kereta tetapi dengan terlayani jalur KRL mulai april 2015 memberikan *place utility* dan *time utility* sehingga peningkatan pembangunan dapat berjalan. Ketersediaan infrastruktur kereta api pada tingkat nasional maupun regional guna pengembangan wilayah regional dan menunjang aksesibilitas perkotaan bersama daerah lintas batas wilayah perkotaan dalam hal ini DKI Jakarta dan sekitarnya. *Essential rail infrastructure endowment data available at national and regional level, Special fokus on regional dimension, Assess accessibility of cities and performance of cross-border connections* (Ackermans & Poelman, 2016). Aksesibilitas antara wilayah baik tingkat nasional maupun regional, perkotaan dan sekitarnya atau lintas batas dapat meningkatkan pembangunan antar wilayah dengan menginteraksikan antara jaring jalan dan tata guna lahan yaitu berupa “konsep daerah lingkungan”.

Dimana terdapat daerah untuk ruang lingkungan, orang dapat melakukan aktivitas tempat tinggal, bekerja, berbelanja dan lainnya melalui baik jaringan jalan darat berupa jaringan jalan ekspres, arteri ataupun jalan pengumpul. Interaksi tersebut dapat dihubungkan dengan transportasi jalan raya maupun kereta api antar wilayah atau daerah perkotaan.

Pada kereta api angkutan barang yang sebagian besar terkait dengan para pengusaha angkutan dan pengiriman barang *corporate* yaitu kontainer atau peti kemas, semen, pupuk, dan lain-lain. Aksesibilitas yang terwujud dengan menggunakan kereta api angkutan barang sangat erat terkait dengan sektor ekonomi niaga. Keterhubungan antar wilayah masih dikombinasikan dengan penggunaan angkutan truk karena lokasi stasiun kereta belum menjangkau sampai titik akhir tujuan barang.

Pembangunan transportasi kereta api harus dibarengi dengan pengembangan transportasi darat lainnya. Pengembangan transportasi darat jalan raya Jabodetabek telah banyak dilaksanakan akan tetapi karena kondisi dan jumlahnya kurang memadai maka masyarakat enggan menggunakannya, ditambah keamanan serta kenyamanan, jadwal tidak teratur memperburuk kondisi transportasi yang beroperasi di Jabodetabek. Kereta api sebagai transportasi tulang punggung (*back bone*) harus ditopang dengan sistem transportasi terintegrasi moda lainnya yang sifatnya sebagai penghubung (*feeder*) dari kereta api. Jaringan antar moda harus menyebar mencakup seluruh tempat-tempat tujuan masyarakat sehingga aksesibilitas antara tempat-tempat tersebut terwujud. Dengan kondisi sistem transportasi terkoneksi maka secara perlahan masyarakat pasti beralih menggunakan transportasi umum tersebut. Kualitas stasiun dan fasilitas akses/jalan ditemukan memiliki efek penting pada persepsi umum bepergian dengan kereta api (Givoni & Rietveld, 2007).

## KESIMPULAN

Transportasi kereta api sebagai transportasi umum massal telah memberikan peningkatan aksesibilitas dan keterhubungan antar wilayah guna mendukung pemerataan dan pengembangan wilayah. Transportasi kereta api KRL khususnya di wilayah Jakarta memberikan dampak aksesibilitas yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas wilayah. Contoh nyata pada daerah Maja (wilayah Rangkas Bitung-Merak) yang terpelosok menjadi terakomodir aktivitas dan mobilitas kehidupannya.

## REFERENSI

- Ackermans, L., & Poelman, H. (2016). *Towards Regional and Urban Indicators On Rail Passenger Services, Using Timetable Information*.
- Bappenas. (2012). Bidang Sarana dan Prasarana, Bab V RKP (p. BAB V).
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Givoni, M., & Rietveld, P. (2007). The access journey to the railway station and its role in passengers' satisfaction with rail travel. *Transport Policy*, 4(5), 357–365.
- Iwarsson, S., Jensen, G., & Ståhl, A. (2000). Travel chain enabler: Development of a pilot instrument for assessment of urban public bus transport accessibility. *Technology and Disability*, 12, 3–12.
- Jakarta Dalam Angka 2014," *DKI Jakarta*, 2014. [Online]. Available: <https://jakarta.bps.go.id/publication/2014/10/21/bb081af3fabf3f5432c74056/jakarta-dalam-angka-2014.html>.
- Jensen, S., Iwarsson, S., & Ståhl, A. (2002). Theoretical understanding and methodological challenges in accessibility assessments, focusing the environmental component: an example from travel chains in urban public bus transport. *Disability and Rehabilitation*, 24(5), 231–241.
- Kadir, A. (2006). Transportasi: Peran Dan Dampaknya dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah Wahana Hijau*, 1(3), 121–131.
- Murlok, E. K. (1984). *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi. Civil and Urban Engineering Departement, University of Pennsylvania*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Panjaitan, P. (2001). *Faktor Yang Mempengaruhi Kemacetan*. Program Pascasarjana Ketahanan Nasional, Universitas Indonesia.
- Peraturan Menteri no.43 tahun 2011 tentang Rencana Induk Perkeretaapian Nasional, Arah Kebijakan dan Peran Perkeretaapian Nasional, Strategi Investasi dan Pendanaan
- Peraturan Pemerintah No.72 Tahun 2009. Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api, Bab I Pasal 1 (1).
- PT. KAI. (2016). Profil PT.KAI. <https://www.kereta-api.co.id/> diakses pada Senin, 21 Maret 2016.
- Salim, A. A. (2012). *Manajemen Transportasi, Cetakan ke-10*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Setijowarno, D., & Frazila, R. B. (2002). *Pengantar Rekayasa Dasar Transportasi*. Bandung: Teknik Sipil Universitas Katolik Soegijapranata.
- Sistranas. <http://hubud.dephub.go.id/> diakses pada

<sup>1</sup>Ketut Biomantara, <sup>2</sup>Herdis Herdiansyah

Selasa, 25 November 2014. (n.d.).

- Susanto, B. (2013). *Transportasi dan Investasi, Tantangan dan Perspektif Multidimensi*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Utomo, S. H. T. (2004). *Jalan Rel, Ed. Revisi*. Yogyakarta: Beta Offset Perum Fakultas Teknik UGM.
- Zhu, Y., Diao, M., & Fu, G. (2016). The Evolution Of Accessibility Surface Of China In The High-Speed-Rail Era. *Environment and Planning A: Economy and Space*, (48), 2108–2111.

#### **PROFILE PENULIS**

Ketut Biomantara adalah magister dari ketahanan nasional program Pascasarjana Universitas Indonesia

Herdis Herdiansyah adalah staf pengajar dari Sekolah Ilmu Lingkungan Universitas Indonesia yang mendalami isu-isu sosial dalam kajian lingkungan.

## Analisis Hubungan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Bukopin, Tbk Jakarta

Firstianty Wahyuhening Fibriany

Universitas Bina Sarana Informatika, Program Studi Manajemen Informatika  
e-mail: firstianty.fbr@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Wahyuhening Fibriany, F. (2019). Analisis Hubungan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Bukopin, Tbk Jakarta. *Cakrawala*, 19(1), 9–14. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>.

---

**Abstract:** *Human resources play a very important role in the company. The superior man and professional in his work will be able to improve the productivity of the company. To get a superior and professional employees in her work, companies need to provide training for employees to produce a good performance. This research aims to mengevaluasi the influence of the training provided by the company against the performance of its employees. The methods used in this research is quantitative methods using the questionnaire as a primary data collection techniques and by using probability sampling a sampling technique that is giving the same opportunities in population to be selected into the sample. The sample used as many as 40 of the subject and will be tested using the test of the correlation coefficient, coefficient of determination test and regression equation using SPSS ver 22.0. Test results on the correlation koefisien, resulting in the existence of a relationship between variables X and Y, although weak, namely his relationship of 33.8% and the rest affected other variables. Based on the results of the test results obtained any t that there is presence of influence between training on performance of employees.*

**Keywords:** *Human Resources, Evaluation, Training, Compliance, Performance*

### PENDAHULUAN

Peningkatan persaingan pada industri perbankan menyebabkan perusahaan harus menyiapkan karyawannya dengan baik. Sumber Daya Manusia (SDM) dengan kualitas yang unggul dan profesional sangat penting dan sangat dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan perusahaan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan visi dan misinya agar dapat tercapai produktivitas perusahaan secara maksimal (Fibriany, 2017).

Dalam rangka mengantisipasi dan menghadapi persaingan tersebut, perlunya pelaksanaan kegiatan peningkatan sumber daya manusia secara optimal. Salah satu cara peningkatan SDM perusahaan dalam menghadapi persaingan adalah dengan menyelenggarakan pelatihan terhadap karyawannya. Kegiatan pelatihan karyawan adalah sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, pengetahuan umum serta keahlian pada bidang dan tugas para karyawan (Prasetyo & Relawan, 2017). Karena kinerja karyawan perlu dikembangkan dan dijaga untuk menghasilkan kualitas dan kuantitas yang baik. Dari pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, diharapkan dapat merubah kinerja karyawan menjadi kompeten, yang dapat dilihat pada hasil perkerjaan yang dilakukan oleh karyawan (Fahmi, 2016)

Setiap karyawan dituntut agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dengan hasil kualitas dan kuantitas kinerja karyawan yang baik sehingga perusahaan dapat bersaing dengan maksimal. Selain bekerja secara efektif dan efisien, karyawan juga harus patuh terhadap aturan yang berlaku di perusahaan maupun di dunia perbankan. Karyawan yang patuh terhadap aturan diharapkan dapat meningkatkan

kinerja karyawan tersebut maupun perusahaan. Kinerja merupakan hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi yang dihasilkan selama satu periode waktu menurut (Fahmi, 2016) dalam (Fibriany, 2017). Menurut (Hartati & Amir, 2016) kinerja yang baik dapat diperoleh dari beberapa hal yang dapat menunjang dalam suatu pekerjaan yang diembannya. Manajemen dapat melihat apakah dengan dilakukannya pelatihan dapat memberikan pengaruh positif atau negatif terhadap kinerja karyawan

PT. Bank Bukopin, Tbk Jakarta (KP) merupakan salah satu bank swasta nasional yang sangat memperhatikan peningkatan kinerja karyawannya. Untuk mencapai peningkatan kinerja tersebut, salah satu cara yang digunakannya adalah dengan melakukan pelatihan terhadap karyawannya. Berbagai macam pelatihan diselenggarakan oleh PT. Bank Bukopin Tbk, Jakarta. Salah satu pelatihan yang diberikan adalah pelatihan kepatuhan. Dalam hal ini, PT. Bank Bukopin, Tbk Jakarta (KP) ingin mengetahui dengan cara menganalisis adakah pengaruh pelatihan kepatuhan yang diberikannya, apakah memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawannya tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat menuliskan pada perumusan masalah dalam bentuk hipotesis untuk menganalisis kegiatan pelatihan yang diberikan PT. Bank Bukopin, Tbk, Jakarta (KP) kepada karyawannya.

Hipotesis merupakan dugaan jawaban dari pertanyaan yang diajukan (Sujarweni, 2015). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat pengaruh program pelatihan kepatuhan terhadap kinerja karyawan di PT. Bank Bukopin Tbk, Jakarta (KP)

Ho: Tidak terdapat pengaruh program pelatihan kepatuhan terhadap kinerja Karyawan di PT. Bank Bukopin Tbk, Jakarta (KP)

### **Pelatihan Karyawan**

Menurut (Prasetyo & Relawan, 2017) pelatihan adalah “proses peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan”

Sedangkan menurut (Sedarmayanti, 2016) mengatakan bahwa “pelatihan merupakan usaha mengurangi atau menghilangkan terjadinya kesenjangan antara kemampuan karyawan dengan yang dikehendaki organisasi”

### **Tujuan Pelatihan**

Tujuan pelatihan menurut Sedarmayanti (2016) dalam (Fiibriany, 2017) adalah terdapat 2 tujuan pelatihan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dari pelatihan adalah meningkatkan produktivitas sesuai dengan tujuan organisasi. Sedangkan tujuan khususnya adalah:

- a. Kualitas kerja karyawan
- b. Produktivitas kerja
- c. Mutu perencanaan tenaga kerja
- d. Meningkatkan semangat dan moral kerja
- e. Kesehatan dan Keselamatan Kerja Karyawan dan Organisasi
- f. Mencegah kadaluarsa pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan
- g. Pengembangan diri karyawan

### **Manfaat Pelatihan**

Menurut (Hartati & Amir, 2016) manfaat pelatihan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas
- b. Mengurangi waktu belajar yang diperlukan karyawan untuk mencapai standar kinerja yang diterima
- c. Membentuk sikap, loyalitas, dan kerjasama yang lebih menguntungkan
- d. Memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia
- e. Mengurangi frekuensi dan biaya kecelakaan kerja
- f. Membantu karyawan dalam meningkatkan dan mengembangkan pribadi mereka

### **Langkah Penyusunan Program Pelatihan**

Menurut (Sedarmayanti, 2016) agar penyusunan program pelatihan sesuai dengan tujuan yang akan diwujudkan, penyusunan program pelatihan harus dilakukan dengan sistematis. Langkah penyusunan dalam mengorganisasikan program pelatihan antara lain:

1. Melakukan penelitian dan pengumpulan data tentang aspek obyek yang akan dikembangkan
2. Menentukan materi
3. Menentukan metode pelatihan
4. Memilih pelatih sesuai kebutuhan
5. Mempersiapkan fasilitas yang dibutuhkan
6. Memilih peserta
7. Melaksanakan program
8. Melakukan evaluasi program

### **Jenis dan Metode Pelatihan**

Menurut (Sedarmayanti, 2016) pelatihan bagi para karyawan atau pegawai di suatu organisasi atau institusi biasanya dikelompokkan menjadi 2, yakni:

#### **1. Pelatihan pra-jabatan (*pre-service training*)**

Pelatihan ini diikuti oleh para pegawai baru atau calon pegawai baru di suatu institusi atau organisasi. Tujuan utama pelatihan ini memberikan wawasan kepada para

pegawai baru tersebut terhadap organisasi atau institusi tempat mereka bekerja. Melalui pelatihan ini para pegawai baru akan mengenal dan memahami visi, misi, dan budaya kerja (*corporate culture*) organisasi sehingga dapat bekerja dengan baik, loyal dan penuh dedikasi.

#### **2. Pelatihan dalam jabatan (*in service training*).**

Pelatihan ini ditujukan kepada karyawan yang sudah bekerja di berbagai unit atau divisi dari suatu organisasi atau institusi. Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kinerja karyawan. Pelatihan dalam jabatan ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

##### **a. Pelatihan di luar tugas (*off the job side training*)**

Karyawan sebagai peserta pelatihan keluar sementara dari kegiatan, tugas atau pekerjaannya. Kemudian mengikuti pelatihan dengan teknik belajar mengajar seperti lazimnya. Pada umumnya metode ini mempunyai dua macam teknik, yaitu:

- 1) Teknik presentasi informasi  
Teknik ini menyajikan informasi yang tujuannya memperkenalkan kemampuan, pengetahuan, sikap dan keterampilan baru kepada para peserta. Yang termasuk kedalam teknik ini adalah:
  - a) Ceramah biasa
  - b) Teknik diskusi
  - c) Teknik pemodelan perilaku (*behaviour modeling*)
  - d) Teknik magang

##### **2) Metode-metode simulasi**

Simulasi adalah suatu peniruan karakteristik atau perilaku tertentu dari dunia riil sedemikian rupa sehingga, para peserta pelatihan dapat merealisasikan seperti keadaan sebenarnya. Maka peserta pelatihan akan mampu mempraktikkan apa yang telah disimulasikan. metode simulasi ini mencakup:

- a) *Business game* (permainan peran dalam bisnis)
- b) *Vestibule* (pelatihan beranda)
- c) *Laboratory training* (pelatihan dengan peralatan laboratorium)

##### **b. Pelatihan dalam pekerjaan (*on the job training*)**

(Sedarmayanti, 2016) mengatakan bahwa *On the job training* adalah pelatihan dimana pegawai baru atau yang belum berpengalaman belajar dengan pertama mengamati teman kerjanya atau manajer yang melakukan pekerjaan dan selanjutnya berusaha meniru perilaku mereka. Pembelajaran terfokus dan biasanya lebih cepat, karena instruktur dan peserta terlibat dalam produksi yang sebenarnya dan menggunakan peralatan dan materi yang sebenarnya dari pekerjaan langsung. Yang termasuk dalam metode ini adalah:

- 1) *Coaching*
- 2) *Mentoring*
- 3) Penugasan *understudy*

### **Keuntungan Pelatihan**

Adapun keuntungan pelatihan menurut (Hartati & Amir, 2016) bagi karyawan maupun perusahaan setelah mengikuti pelatihan sebagai berikut:

1. Akan memiliki kemampuan  
Setelah mengikuti pelatihan, karyawan akan memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang diberikan kepadanya.
2. Sikap dan mental karyawan



- Dalam pelatihan, karyawan juga dilatih untuk menanamkan sikap mental karyawan menjadi positif dan lebih baik. Karyawan dapat bekerja keras dan tidak mudah putus asa.
3. Kerja sama  
Di lembaga pelatihan karyawan dibentuk agar dapat bekerja sama antar teman dan saling menghargai.
  4. Disiplin kerja  
Karyawan yang mengikuti pelatihan juga diajarkan tentang disiplin dalam hal waktu kerja seperti jam masuk kerja, mengerjakan pekerjaan sampai tuntas dan mengikuti jam pulang kerja sesuai aturan yang ditetapkan.
  5. Perilaku karyawan  
Pelatihan juga mampu mengubah pandangan atau perilaku karyawan ke arah yang lebih positif sesuai aturan perusahaan.
  6. Jenjang karir  
Dengan melalui pelatihan calon karyawan akan dapat menentukan jenjang karirnya ke depan, terkadang pelatihan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan jenjang karir agar dapat dipertimbangkan.
  7. Loyalitas dan rasa memiliki  
Dengan mengikuti pelatihan juga akan meningkatkan loyalitas calon karyawan kepada perusahaan. Sehingga akan bersungguh-sungguh dalam bekerja di perusahaan.
  8. Pengetahuan baru  
Di dalam pelatihan semua informasi akan diberikan, sehingga semakin sempurna pengetahuan yang diperoleh calon karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya.

### Kinerja

Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut berorientasi profit maupun organisasi non profit yang dihasilkan selama satu periode waktu (Fahmi, 2016).

Dilanjutkan oleh (Fahmi, 2016) kinerja karyawan mencerminkan pada proses tingkatan pencapaian hasil dengan diterapkannya keterampilan, kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki karyawan. Dari hasil kinerja karyawan tersebut dapat dilihat pada kuantitas dan kualitas produktivitasnya. Kinerja juga dapat dikatakan sebagai suatu perbuatan, prestasi dan kontribusi karyawan dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut (Fahmi, 2016) ada delapan dimensi perilaku dalam kinerja pegawai yaitu:

1. Kemampuan tugas spesifik  
Seberapa baik pegawai dapat melakukan tugas yang merupakan persyaratan teknis utama dari suatu pekerjaan dan yang membedakan suatu pekerjaan dari pekerjaan lainnya.
2. Kemampuan tugas yang tidak spesifik pekerjaan  
Seberapa baik bagi pegawai dapat melakukan tugas yang tidak khusus untuk pekerjaan itu, namun diperlukan oleh kebanyakan atau sebagian besar pekerjaan di dalam organisasi.
3. Komunikasi lisan  
Seberapa baik pegawai dapat menulis atau berbicara dengan orang lain atau sekelompok orang.
4. Menunjukkan usaha  
Seberapa besar orang berkomitmen terhadap tugas pekerjaannya dan seberapa tekun dan intensif seorang pegawai melakukan tugas pekerjaannya.
5. Memelihara disiplin pribadi

6. Memfasilitasi kinerja tim dan rekan kerja  
Seberapa baik pegawai mendukung, membantu dan mengembangkan rekan kerjanya dan membantu sebuah tim atau kelompok yang berfungsi sebagai kesatuan yang efektif.
7. Supervisi  
Seberapa baik seseorang mempengaruhi pegawai dalam interaksi tatap muka.
8. Manajemen dan administrasi  
Seberapa baik seseorang menjalankan fungsi lain manajemen yang bukan bersifat mengawasi, seperti menetapkan tujuan, mengorganisasi orang dan sumber daya, memantau kemajuan, mengendalikan biaya dan mencari sumber daya tambahan.

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini melakukan uji pengaruh menggunakan hipotesis yang nantinya akan menghasilkan diterima atau ditolak berdasarkan perhitungan matematika dan statistik dengan menggunakan program SPSS ver 22.0.

Penelitian ini akan mengevaluasi adanya pengaruh pelatihan karyawan yang diberikan perusahaan terhadap kinerja karyawan tersebut. Ruang lingkup penelitian ini hanya akan mengevaluasi pengaruh pemberian pelatihan kepatuhan untuk karyawan yang sedang melakukan pelatihan pada PT. Bank Bukopin.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari pengisian kuisioner yang disebarkan pada karyawan yang sedang mengikuti pelatihan. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuisioner dan wawancara Kuisioner diberikan kepada karyawan mengenai topik penelitian yang akan dibahas, yaitu pelatihan terhadap kinerja yang didukung dengan melakukan wawancara sebagai penegasan terhadap isian yang diberikan kepada karyawan.

Metode pengumpulan sampel data untuk penelitian ini adalah dengan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama dalam populasi untuk dipilih menjadi sampel (Prasetyo & Relawan, 2017). Namun, karena kondisi lapangan yang tidak memungkinkan pengambilan sampel jenuh, maka penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin (Sujarweni, 2015). Jumlah sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 40 responden berdasarkan rumus slovin dengan pengambilan batas toleransi eror dilakukan sebesar 10% untuk mengurangi dan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam menjawab kuisioner akibat kurang pemahannya responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

Hipotesis pada penelitian ini adalah bahwa pelatihan kepatuhan yang diselenggarakan oleh PT Bank Bukopin, Tbk Jakarta akan mempengaruhi kinerja karyawan tersebut. Hipotesis ini dibangun dengan asumsi bahwa kemampuan karyawan, sikap dan mental karyawan, kerjasama, perilaku karyawan, loyalitas karyawan, jenjang karir, dan pengetahuan akan mempengaruhi kemampuan tugas spesifik dan tidak spesifik, komunikasi, usahanmeningkatkan diri, kedisiplinan, motivasi, supervisi, dan manajemen administrasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode kuesioner. Kuesioner tersebut disebarluaskan kepada para responden. Responden yang dilibatkan adalah karyawan PT Bank Bukopin Tbk. (Kantor Pusat) Jakarta dengan jumlah karyawan sebanyak 65 orang berdasarkan. 65 orang ini untuk selanjutnya disebut dengan populasi.

### Uji Instrumen Penelitian

Pengujian terhadap hasil instrumen penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini variabel dependen dan independen. Variabel dependen di simbolkan dengan variabel X, yaitu pelatihan, sedangkan variabel independen di simbolkan dengan variabel Y, yaitu kinerja.

Variabel X terdiri dari 9 pertanyaan, dimana pertanyaan tersebut meliputi variabel kemampuan karyawan, sikap dan mental karyawan, kerjasama, perilaku karyawan, loyalitas karyawan, jenjang karir, dan pengetahuan. Variabel tersebut kemudian diuraikan menjadi pertanyaan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan
2. Pencapaian target kerja dengan tepat waktu
3. Mengelola emosi dalam bekerja, sikap positif, integritas serta cara menghadapi orang lain dengan emosi cerdas
4. Membangun team work yang baik demi mencapai tujuan bersama
5. Menjaga hubungan dan berkomunikasi dengan baik dalam team
6. Mengerti dan paham aturan dan kebijakan-kebijakan yang berlaku di perusahaan
7. Pelatihan yang diberikan sesuai dengan jabatan karyawan
8. Memiliki rasa tanggung jawab atas pekerjaan
9. Mendapatkan pengetahuan baru yang sebelumnya belum pernah diketahui/dimengerti

Sedangkan variabel Y, pertanyaan yang diajukan meliputi kemampuan tugas spesifik dan tidak spesifik, komunikasi, usaha meningkatkan diri, kedisiplinan, motivasi, supervisi, dan manajemen administrasi. Pertanyaan tersebut dituangkan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Keterampilan dan keahlian dalam mengerjakan pekerjaan yang sedang dikerjakan
2. Kemampuan dalam mengoperasikan alat-alat elektronik seperti komputer, scanner, dan alat lain yang mendukung pekerjaannya
3. Mempunyai kepercayaan diri untuk melakukan komunikasi dengan antar individu maupun sekelompok orang
4. Berkomitmen dan bersungguh-sungguh dalam mengerjakan pekerjaan sampai selesai
5. Penyelesaian tugas tepat waktu
6. Mampu melakukan diskusi dengan tim kerja untuk memecahkan suatu masalah dalam mencapai target dan tujuan bersama
7. Memahami dan mengerti tentang tugas-tugas yang diberikan dan mengerjakannya dengan baik
8. Memahami masalah dan menyelesaikan/memberikan keputusan bagi masalah tersebut secara individu

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap variabel X dan Y tersebut di atas, maka diperoleh dilakukan uji validitas dan

uji reliabilitas untuk mendapatkan data yang valid dan data yang menjawab konsistensi responden dalam menjawab kuisisioner yang diberikan. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas yang diperoleh dari hasil penelitian:

### 1. Uji Validitas

Instrumen atau item yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid. Jika instrumen tersebut sudah valid, maka dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur atau dicari dalam penelitian. Tetapi jika instrumen atau item-item kuesioner tersebut tidak valid berarti tidak dapat digunakan untuk mengukur.

#### a. Uji Validitas Variabel Pelatihan (X)

Pada variabel pelatihan (variabel x) memiliki 9 item pertanyaan kuesioner. Berdasarkan penilaian melalui *software* SPSS 22.0, item-item dari variabel pelatihan dinyatakan valid. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas variabel X:

Tabel 1  
Uji Validitas Variabel Pelatihan Kepatuhan (X)

Item	r hitung	r table	Keterangan
Pertanyaan 1	0,347	0,2638	Valid
Pertanyaan 2	0,442	0,2638	Valid
Pertanyaan 3	0,539	0,2638	Valid
Pertanyaan 4	0,308	0,2638	Valid
Pertanyaan 5	0,345	0,2638	Valid
Pertanyaan 6	0,494	0,2638	Valid
Pertanyaan 7	0,462	0,2638	Valid
Pertanyaan 8	0,526	0,2638	Valid
Pertanyaan 9	0,381	0,2638	Valid

Setelah diuji coba dengan menggunakan kuisisioner, diperoleh hasil bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel pelatihan merupakan pernyataan yang valid. responden menjawab dengan baik pertanyaan yang diberikan dan menghasilkan r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan yang telah valid dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian selanjutnya.

#### b. Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Pada variabel pelatihan (variabel x) memiliki 8 item pertanyaan kuesioner Berdasarkan penilaian melalui *software* SPSS 22.0, item-item dari variabel pelatihan dinyatakan valid. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas variabel Y:

Tabel 2  
Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan

Item	r hitung	r table	Keterangan
Pertanyaan 1	0,253	0,2638	Valid
Pertanyaan 2	0,301	0,2638	Valid
Pertanyaan 3	0,313	0,2638	Valid
Pertanyaan 4	0,259	0,2638	Valid
Pertanyaan 5	0,564	0,2638	Valid
Pertanyaan 6	0,584	0,2638	Valid
Pertanyaan 7	0,360	0,2638	Valid
Pertanyaan 8	0,515	0,2638	Valid

Berdasarkan tabel diatas, pertanyaan yang diajukan dalam variabel Y, yaitu hal yang berkenaan dengan kinerja

Tabel 6  
Correlations

		X	Y
Pelatihan	Pearson Correlation	1	,338*
	Sig. (2-tailed)		,033
	N	40	40
Kinerja Karyawan	Pearson Correlation	,338*	1
	Sig. (2-tailed)	,033	
	N	40	40

menghasilkan semua jawaban yang valid, yaitu pertanyaan dapat dijawab dengan baik oleh responden. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan yang telah valid dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Kriteria pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach's Alpha*. Pengujian ini merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Dasar pengambilan keputusan atas reliabilitas variabel penelitian ini adalah:

Tabel 3.  
Interprestasi Reliabilitas

Nilai Reliabilitas	Interprestasi
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang/cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat rendah

### a. Uji Reliabilitas Variabel Pelatihan (X)

Data yang sudah diperoleh, selanjutnya diproses dengan perhitungan uji reliabilitas pada variabel pelatihan (X). Berdasarkan penilaian melalui *software* SPSS 22.0, Cronbach's Alpha telah menghasilkan nilai reliabilitas 0,749 (Tabel 4.). Dari nilai tersebut telah menunjukkan bahwa variabel pelatihan (X) memiliki nilai interprestasi tinggi, yaitu pada rentang 0,6000-0,7999. Maka instrumen penelitian pada variabel pelatihan (X) dapat dinyatakan reliabel atau responden konsisten dan stabil dalam menjawab pertanyaan yang diajukan di dalam kuisioner. Berikut hasil uji reliabilitas variabel pelatihan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.  
Uji Reliabilitas Variabel Pelatihan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Interprestasi Reliabilitas	Keterangan
Pelatihan	0,749	$0,50 \leq r \leq 0,79$	Korelasi Sedang Secara Positif

### b. Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Karyawan

Sama halnya dengan variabel pelatihan (X), variabel kinerja karyawan (Y) juga diproses dengan perhitungan uji reliabilitas. Berdasarkan penilaian melalui *software* SPSS 22.0, Cronbach's Alpha menghasilkan nilai reliabilitas 0,704. Dari nilai tersebut telah menunjukkan bahwa variabel kinerja karyawan (Y) memiliki nilai interprestasi tinggi, yaitu pada rentang 0,6000-0,7999. Maka item-item atau instrumen penelitian pada variabel pelatihan (X) dapat dinyatakan reliabel atau responden menjawab pertanyaan secara konsisten dan stabil terhadap pertanyaan yang diberikan didalam kuisioner. Berikut hasil uji reliabilitas variabel pelatihan dalam bentuk tabel:

Tabel 5  
Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Karyawan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Interprestasi Reliabilitas	Keterangan
Kinerja Karyawan	0,704	$0,50 \leq r \leq 0,79$	Korelasi Sedang Secara Positif

### Hasil Analisis Pengaruh Pelatihan terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan hasil validitas dan reliabilitas yang diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah mencari koefisien korelasi yang bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Terdapat korelasikah antara pelatihan dengan kinerja karyawan? Berikut hasil perhitungan yang dilakukan:

### Uji Koefisien Korelasi Melihat Hubungan Variabel Dependen dan Independen

Uji koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui ukuran besar kecilnya atau kuat tidaknya hubungan antara variabel pelatihan (dependen) dengan variabel kinerja karyawan (independen). Penelitian ini menggunakan teknik korelasi pearson yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel berskala pengukuran interval dan rasio (skala). Pengujian dengan menggunakan teknik analisis korelasi pearson (*product moment*) dan dengan bantuan *software* SPSS 22.0 dalam bentuk tabel. Berikut adalah hasil uji variabel Independen dan variabel dependen yang diteliti untuk melihat korelasi:

Dari output tersebut (Tabel 6) diketahui bahwa korelasi antara variabel pelatihan dengan variabel kinerja karyawan didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,338. Namun nilai 0,338 menunjukkan besarnya koefisien korelasi dan dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y lemah karena berdasarkan tabel kekuatan korelasi, nilai 0,338 berada pada rentang 0,20 – 0,399.

Tingkat signifikansi berdasarkan Tabel 6. di atas adalah bernilai 0,033 menyatakan lebih kecil dari pada 0,1 (0,033 < 0,1). Maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima.

Dengan demikian, dinyatakan bahwa pelatihan memberikan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan tersebut.

### Uji Hipotesis Simultan dengan Uji Anova Untuk Menekankan Hubungan Variabel Dependen dan Independen

Tabel 7.  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	64,391	1	64,391	4,890	,033 <sup>b</sup>
Residual	500,384	38	13,168		
Total	564,775	39			

Penggunaan uji anova atau F test untuk melakukan hipotesis secara simultan antara variabel X (pelatihan) terhadap variabel Y (kinerja karyawan) dengan membandingkan antara nilai f hitung (f<sub>0</sub>) dengan f tabel (f nilai kritis).

Berdasarkan hasil uji Anova yang diperoleh, dapat diketahui bahwa F hitung > F tabel yang didapat adalah 4,890 > 2,84 atau dengan melihat tingkat sig.F lebih kecil dari pada 0,1 yaitu 0,033 < 0,1. Maka keputusannya adalah H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, dimana:

Ha: Terdapat pengaruh pelatihan kepatuhan terhadap kinerja karyawan

Ho: Tidak terdapat pengaruh pelatihan kepatuhan terhadap kinerja Karyawan

Dengan menggunakan uji Anova pun diperoleh hasil bahwa variabel X yang terdiri atas kemampuan karyawan, sikap dan mental karyawan, kerjasama, perilaku karyawan, loyalitas karyawan, jenjang karir, dan pengetahuan memberikan pengaruh terhadap variabel Y yang terdiri atas kemampuan tugas spesifik dan tidak spesifik, komunikasi, usahanmeningkatkan diri, kedisiplinan, motivasi, supervisi, dan manajemen administrasi karyawan. Dengan kata lain, pelatihan kepatuhan yang dilakukan oleh PT. Bank Bukopin, Tbk. Jakarta memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawannya. Oleh karena itu, PT. Bank Bukopin harus selalu memberikan pelatihan terhadap karyawannya untuk meningkatkan kinerja karyawannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dinyatakan bahwa pelatihan kepatuhan memiliki hubungan dengan tingkat rendah dan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan dengan nilai sebesar 33,8%. Dilihat dari beberapa hasil analisis, yaitu analisis korelasi didapatkan nilai 0,338, dilihat dari hasil analisis uji anava diperoleh F hitung > F tabel yang didapat adalah 4,890 > 2,84 atau dengan melihat tingkat sig.F lebih kecil dari pada 0,1 yaitu 0,033 < 0,1. Maka keputusannya adalah H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, yaitu terdapat pengaruh pelatihan kepatuhan terhadap kinerja karyawan, dan pernyataan ini diperkuat dengan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai koefisien beta bernilai positif.

## REFERENSI

- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja*. (R. Fachruddin, Ed.) (Pertama). Jakarta.
- Fiiibriany, F. W. (2017). Peningkatan Produktivitas Melalui Pelatihan Karyawan Pada PT . Giordano Indonesia. *Jurnal Cakrawala*, 17(September).
- Hartati, T., & Amir, H. (2016). Pengaruh Pelatihan Kerja

Terhadap, 13(1), 13–20. Retrieved from <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/download/805/513>

- Prasetyo, A. I., & Relawan, I. N. (2017). *Ecodemica. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 107–117. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/1553/pdf>
- Sedarmayanti. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. (D. Sumayyah, Ed.) (Revisi). Jakarta: Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. (Florent, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.

## PROFIL PENULIS

Penulis bernama Firstianty Wahyuhening Fibriany, S. TP, MM. Lahir di Jakarta pada tanggal 24 Februari 1978. Penulis tamat pendidikan Strata satu dari IPB Jurusan Teknik Industri Pertanian tahun 2000 dengan menyandang gelar Sarjana Teknologi Pertanian (S. TP) dan menamatkan pendidikan Strata Dua di MMA IPB sekarang SB IPB dengan menyandang gelar Magister Manajemen (MM) pada tahun 2003. Tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 penulis bekerja sebagai HRD di perusahaan swasta nasional. Sejak tahun 2010 menjadi dosen tetap pada Akademi Bina Sarana Informatika sekarang menjadi Universitas BSI pada jurusan Manajemen Informatika.

## Biaya Iklan dan Promosi Serta Pengaruhnya terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Lilik Yuliatwati

Universitas Bina Sarana Informatika  
e-mail: lilik.lyw@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Yuliatwati, L. (2019). Biaya Iklan dan Promosi Serta Pengaruhnya terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. *Cakrawala*, 19(1), 15–20. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

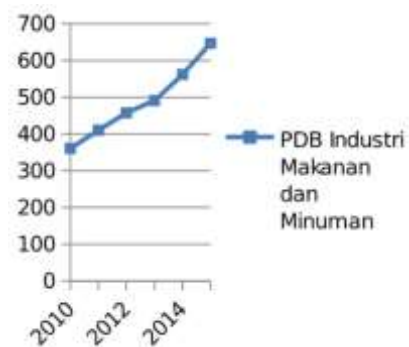
**Abstract** - Food and beverage industry is a sub-sector of manufacturing industry which contributes the most to GDP where the prices always increase every year. The food and beverage industry in Indonesia has a monopolistic competition market structure where there are many companies engaged in this field and none of these companies has a market share of more than 10%. However, there are several companies that are quite well-known for their flagship brands that are very much in demand by Indonesian people, one of which is PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. In its business activities, each company requires some costs for advertising and promotion in order to make its products known to the public. However, as a big company that is well-known to the public, does PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk still need vigorous advertising and promotion so that its products sold well? This research aims to know the effect of advertising and promotion costs on the sales of PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. The data used is secondary data. This research used descriptive and quantitative methods. The data analysis technique of the research is Simple Linear Regression. The result of this research shows that there is a significant effect of advertising and promotion costs on the sales of PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. In another words, as one of the big companies in food and beverage industry, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk still needs advertising and promotion to increase the sales volume.

**Keywords :** Cost, Advertising, Promotion, Sales

### PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan sektor yang paling menjanjikan bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia dimana sumbangan sektor industri pada PDB Indonesia merupakan yang terbesar dibandingkan dengan sektor lainnya. Lima sektor usaha yang memiliki kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia adalah sektor industri, pertanian, perdagangan, konstruksi, dan pertambangan dimana kontribusi paling besar dimiliki oleh sektor industri dengan persentase sebesar 20.16% jauh lebih tinggi dibandingkan dengan sektor pertanian yang berada di bawahnya yaitu sebesar 13.14% pada tahun 2017 (katadata, 2018).

Industri makanan dan minuman juga merupakan subsektor dari industri pengolahan yang memberikan sumbangan terbesar pada PDB Indonesia dimana jumlahnya selalu meningkat setiap tahunnya seperti yang terlihat pada grafik di bawah ini.



Gambar 3  
PDB Industri Makanan dan Minuman atas Dasar Harga Berlaku (Miliar)  
Sumber: Bank Indonesia (2018)

Terlebih lagi, industri makanan dan minuman merupakan industri yang menempati peringkat pertama hasil industri dengan nilai ekspor terbesar dan peran ekspor sebesar 23.93% terhadap total ekspor hasil industri. Angka ini jauh di atas dari peran sektor industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia yang berada pada urutan ke dua, yaitu sebesar 9,33% (kemenperin, 2018). Selain itu, kontribusi sektor industri terhadap PDB Indonesia berada di urutan keempat terbesar di dunia pada tahun 2015.



Gambar 2

4 Besar Kontribusi Industri Terbesar terhadap PDB  
Sumber: databoks.katadata.co.id (2018)

Industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki struktur pasar persaingan monopolistik dimana terdapat banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam bidang ini dan masing-masing perusahaan tersebut tidak ada yang memiliki pangsa pasar lebih dari 10%. Dengan kata lain, tingkat monopoli dari setiap perusahaan cukup rendah (Yuliawati, 2017).

Namun, ada beberapa perusahaan yang cukup terkenal dengan merek-merek andalan yang sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk berdiri sejak tahun 1990 dan mendaftarkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia dengan kode INDF pada tahun 1994. Dari awal berdirinya hingga sekarang, PT. Indofood Sukses Makmur terus mengembangkan usahanya dimana saat ini perusahaan tersebut telah memiliki banyak sekali produk dengan merek yang telah dikenal masyarakat.

Kegiatan yang menjadi tujuan inti dari suatu perusahaan adalah penjualan. Menurut Kotler (2009), penjualan adalah proses pemenuhan kebutuhan pembeli dan penjual melalui pertukaran informasi dan kepentingan. "Penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan" (Rangkuti, 2009). Yang mempengaruhi jumlah penjualan diantaranya adalah kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, serta faktor lainnya seperti periklanan dan pemberian hadiah (Swastha, 2008).

Dalam kegiatan usahanya, setiap perusahaan memerlukan sejumlah biaya. Menurut Hubeis (2012), biaya merupakan pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memperoleh barang atau jasa; atau pengeluaran yang dilakukan sekarang untuk mendapatkan manfaat pada masa mendatang dimana pengeluaran tersebut dapat diestimasi serta dapat

dihitung secara kuantitatif dan tidak dapat dihindarkan.

Biaya pada usaha industri meliputi harga pokok produksi, biaya usaha, dan biaya di luar usaha (Hubeis, 2012). Harga pokok produksi terdiri dari biaya bahan baku, yaitu biaya yang membentuk bagian menyeluruh dari barang jadi selama proses produksi; biaya tenaga kerja, yaitu biaya untuk membayar upah tenaga kerja yang secara langsung mengerjakan bahan baku, baik manual maupun mesin; dan biaya *overhead* pabrik/biaya tidak langsung produksi, yaitu biaya produksi tidak langsung selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Selanjutnya, biaya usaha meliputi biaya penjualan (misalkan gaji, iklan, dan promosi), serta administrasi dan umum (misalkan alat tulis, biaya telepon, dan biaya listrik). Sedangkan, biaya di luar usaha terdiri dari biaya bunga.

Untuk memperkenalkan produk baru kepada konsumen, menumbuhkan *brand awareness* pada suatu produk, membujuk konsumen untuk membeli produknya, serta meningkatkan total penjualan produknya, perusahaan dapat melakukan beragam cara dalam kegiatan promosi. Menurut (Dane, Sukaatmadja, & Budiasa, 2013), promosi merupakan beragam kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan keunggulan produknya dan menunjuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Aktivitas promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pengiriman brosur (*direct-mail*), promosi melalui toko (*in-store promotion*), *telemarketing*, *sponsorship*, dan pameran produk (Arsyad & Kusuma, 2014). Ada empat jenis promosi menurut Kotler & Armstrong (2008), yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan personal (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Menurut Kotler (2002), periklanan merupakan bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa yang bersifat persuasif secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu melalui media massa yang memerlukan biaya. Sedangkan, Menurut Lipczynski, et al. dalam (Arsyad & Kusuma, 2014), periklanan merupakan metode yang digunakan oleh perusahaan penyedia barang dan jasa untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai barang dan jasa yang harus dibeli sesuai kebutuhan dan anggarannya. Aktivitas periklanan juga merupakan strategi yang paling banyak digunakan untuk menginformasikan kepada konsumen mengenai keuntungan yang akan diperoleh jika mereka menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2013), "Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk

meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya". Promosi penjualan ini dilakukan untuk membujuk calon pembeli melalui insentif-insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan dalam transaksi pembelian seperti pemberian hadiah langsung, kupon undian, potongan harga, dan lain-lain.

Biaya iklan dan promosi dikeluarkan dalam rangka menjadikan produknya dikenal oleh masyarakat. Hal ini pula yang dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk yang mengeluarkan sejumlah biaya setiap tahunnya untuk keperluan iklan dan promosi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan hasil penjualan. Namun, sebagai sebuah perusahaan besar yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat, masihkan PT. Indofood memerlukan iklan dan promosi yang gencar agar produknya laris di pasaran? Apakah besarnya biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualannya?

Penelitian yang membahas mengenai periklanan dan promosi serta hubungan dan pengaruhnya terhadap hasil penjualan perusahaan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya.

Salah satu dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Jika biaya promosi naik, penjualan akan naik. Sebaliknya, jika biaya promosi turun, penjualan pun akan menurun (Syaharuddin, 2015). Hal ini senada dengan hasil penelitian dari (Novera, 2014) dimana biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan motor Honda pada CV Mitra Makmur Samarinda. Lebih jauh lagi, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dane et al., 2013) menunjukkan bahwa biaya iklan dan promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan PT. Agung Automall Soetomo dimana biaya iklan cetak memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan biaya siaran radio dan brosur/buklet. Biaya promosi melalui pameran bulanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan biaya kupon undian.

Sebagian besar penelitian mengenai pengaruh iklan dan promosi terhadap hasil penjualan perusahaan selama ini dilakukan pada perusahaan dalam skala menengah ke bawah dimana masih banyak masyarakat yang memang belum begitu mengenal perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, penulis bermaksud untuk meneliti apakah biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan akan cukup berpengaruh terhadap hasil penjualan dari PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk mengingat perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan terbesar dalam bidang makanan dan minuman di Indonesia dimana masyarakat sudah banyak yang mengenal produk-produk yang dikeluarkan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan strategi iklan dan promosi yang digunakan oleh PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Sedangkan, metode kuantitatif (kausalitas) digunakan untuk menguji pengaruh biaya iklan dan promosi terhadap hasil penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder berupa biaya iklan dan promosi serta total penjualan bersih perusahaan yang didapat dari laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia selama periode 2010 - 2017. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program *SPSS version 20.0 for Windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Indofood Sukses Makmur merupakan perusahaan besar yang telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan *Total Food Solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Perusahaan ini memiliki lima kelompok usaha strategis, yaitu Produk Konsumen Bermerek (CBP), Bogasari, Agribisnis, Distribusi, serta Budidaya dan Pengolahan Sayuran.

PT Indofood Sukses Makmur merupakan salah satu produsen makanan dan minuman terkemuka di Indonesia serta memiliki banyak merek yang dikenal oleh masyarakat. Berikut adalah daftar diversifikasi dan merek dagang produk PT Indofood Sukses Makmur:

Tabel 1  
Diversifikasi dan Merek Dagang  
Produk PT Indofood Sukses Makmur

No.	Diversifikasi Produk	Merek Dagang
1	Mie Instan	Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun, Mi Telur Cap 3 Ayam, La Fonte
2	Dairy	Indomilk, Enaak, Nice Yogurt, Indo Es Krim,
3	Makanan Ringan	Chitato, Lays, Qtela, JetZ, Cheetos, Trenz, Wonderland, Bim-Bim
4	Penyedap Makanan	Indofood Bumbu Racik, Sambal Indofood, Kecap Indofood,
5	Nutrisi & Makanan Khusus	Promina, Sun
6	Minuman	Freiss, Ichi Ocha, Pepsi, Mirinda, Tekita, Fruitamin, Club

7	Tepung Terigu	Kunci Biru, Segitiga Biru, Cakra Kembar, Chesa
8	Minyak Goreng & Margarin	Bimoli, Palmia

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2018)

Strategi iklan dan promosi merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dan minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk tersebut. Strategi iklan dan promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam industri makanan dan minuman adalah dengan mengiklankan produknya melalui beragam media, seperti media cetak maupun media elektronik. Tabel di bawah ini merupakan gambaran dari strategi iklan dan promosi yang digunakan oleh PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Tabel 2  
Strategi Iklan dan Promosi PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Media Iklan dan Promosi	Tagline Produk
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Televisi</li> <li>• Majalah</li> <li>• Surat Kabar</li> <li>• Spanduk</li> <li>• Billboard</li> <li>• Radio</li> <li>• Website dan <i>social media</i></li> <li>• Sponsor <i>event</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indomie seleraku (Indomie)</li> <li>• Kelezatan yang tak terganti (Supermi)</li> <li>• Susu Indomilk, susu untuk kita semua (Indomilk)</li> <li>• Kasih SUN, kasih alami ibu (SUN)</li> </ul>

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2018)

Mengiklankan produk melalui media televisi merupakan salah satu cara yang paling ampuh untuk memperkenalkan produk baru kepada masyarakat dan juga untuk menarik perhatian serta minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Dalam beriklan di televisi, perusahaan dituntut untuk menyajikan iklan yang unik dan menarik. Sebagai contoh, iklan produk dengan merek dagang “Indomie” menyajikan iklan dengan mengajak konsumennya untuk bercerita seputar pengalamannya bersama “Indomie”. Cara ini tergolong cukup sukses jika dilihat dari antusiasme masyarakat dalam mengirim cerita-ceritanya tersebut yang kemudian dimuat dalam iklan televisi. Selain itu, adanya *tagline* atau slogan produk juga turut berperan dalam menumbuhkan *brand awareness* kepada masyarakat. Contoh-contoh slogan produk yang familiar di telinga masyarakat, diantaranya adalah: “Indomie seleraku”, “Susu Indomilk, susu untuk kita semua”.

Selanjutnya, media lain yang cukup efektif untuk digunakan adalah melalui website dan *social media* yang dalam sepuluh tahun terakhir cukup populer di Indonesia dan mencakup semua kalangan dari kategori umur yang berbeda-beda. Melalui website dan *social media* ini, perusahaan dapat mengiklankan dan mempromosikan produknya tanpa harus mengeluarkan dana yang sangat besar. Salah satu cara untuk berpromosi melalui *social media* adalah

dengan membuat akun fanpage pada laman *facebook*. Fanpage tersebut kemudian dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan juga menjalin hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui informasi-informasi yang diberikan.

Selain beriklan melalui beragam media, strategi *sponsorship* juga seringkali diterapkan perusahaan. Perusahaan makanan dan minuman seringkali mensponsori bermacam-macam *event*, seperti *event* olahraga, musik, acara televisi, serta seni dan budaya. Dalam *event* Jakarta Fair yang diadakan tiap tahun PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. juga turut berpartisipasi menjadi sponsor di acara ini.

Untuk produk *dairy*, promosi langsung ke lokasi segmen yang dituju merupakan cara yang cukup efektif untuk memperkenalkan serta mempromosikan produknya. Perusahaan mendatangi sekolah-sekolah maupun tempat-tempat komunitas dan memberikan *sample* dari produk mereka sebagai upaya untuk menarik minat konsumen. Hal seperti seringkali dilakukan perusahaan ketika mereka ingin memperkenalkan produk yang baru diluncurkan.

Untuk menjalankan strategi iklan dan promosi, perusahaan tentunya membutuhkan sejumlah dana. Dengan dikeluarkannya dana untuk iklan dan promosi, perusahaan berharap mampu meningkatkan volume penjualan perusahaannya. Berikut adalah data mengenai jumlah biaya iklan dan promosi yang dialokasikan oleh PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. beserta total penjualan bersih yang dihasilkan perusahaan selama tahun 2010-2017 untuk kebutuhan iklan dan promosi:

Tabel 3  
Biaya Iklan & Promosi Serta Total Penjualan Bersih PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Tahun	Biaya Iklan dan Promosi (dalam jutaan Rupiah)	Penjualan Bersih (dalam miliaran Rupiah)
2010	454836	38403.4
2011	352314	45332.3
2012	481095	50201.5
2013	365818	55623.7
2014	682980	63594.5
2015	745801	64061.9
2016	910605	66750.3
2017	1448701	70186.6

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2018)

Dengan data pada tabel di atas, hasil analisis mengenai pengaruh biaya iklan dan promosi terhadap hasil penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk dengan menggunakan Uji Regresi Sederhana adalah sebagai berikut:



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.545	7618.28015

a. Predictors: (Constant), IKLAN DAN PROMOSI

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	543740163.066	1	543740163.066	9.369	.022 <sup>b</sup>
	Residual	348229155.029	6	58038192.505		
	Total	891969318.095	7			

a. Dependent Variable: PENJUALAN BERSIH

b. Predictors: (Constant), IKLAN DAN PROMOSI

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	40449.524	5973.524		6.771	.001
IKLAN DAN PROMOSI	.024	.008	.781	3.061	.022

a. Dependent Variable: PENJUALAN BERSIH

Dari output di atas, pada tabel Model Summary dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0.781 yang artinya hubungan antara biaya iklan & promosi dan hasil penjualan sebesar 78.1%. Sedangkan, nilai koefisien determinasi sebesar 0.610 yang artinya pengaruh biaya iklan & promosi terhadap hasil penjualan adalah sebesar 61% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Berikutnya, pada tabel ANOVA dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung} = 9.369$  dengan tingkat signifikansi  $0.022 < 0.05$  yang artinya biaya iklan & promosi berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan.

Pada tabel Coefficients, dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 40449.524 dan nilai koefisien

regresi sebesar 0.24, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 40449.524 + 0.24X$$

Persamaan regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- Jika biaya iklan dan promosi nilainya adalah nol, maka hasil penjualan sebesar 40449.524.
- Koefisien regresi sebesar 0.24, artinya jika biaya iklan dan promosi mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan akan mengalami peningkatan sebesar Rp.0.24.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. memperkenalkan produk-produknya melalui beragam iklan dan promosi serta tagline-tagline yang menarik perhatian masyarakat. Dan dari biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk iklan dan promosi per tahun dan total hasil penjualan bersih perusahaan per tahun dalam periode 2010-2017, diketahui bahwa biaya iklan & promosi berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dengan kata lain, sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak dalam sektor industri makanan dan minuman di Indonesia, PT. Indofood tetap memerlukan iklan dan promosi dalam upaya meningkatkan hasil penjualannya.

## REFERENSI

- Akmal, et. al. (2015). Pengaruh Biaya Periklanan dan Biaya Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan pada PT. Agung Automall Soetomo Pekanbaru. *Jom FEKON Vol.2 No.1 (1-17)*.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Arsyad, L. & Kusuma, S.E. (2014). *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aswin & Syaharudin. (2015). Pengaruh Biaya Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada Perumahan Grand Aeropala di Makassar. *Iqtisaduna, Vol.1 No.2 (1-17)*.
- Dane, N., Sukaatmadja, I. P. G., & Budiasa, I. W. (2013). Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD . Kopi Bali Banyuwatis , Singaraja. *Jurnal Manajemen Agribisnis, 1(1)*, 1–15.
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Ritel Kreatif dan Inovatif dalam bisnis*. Jakarta: Inti Prima.
- Jaya, W.K. (2008). *Ekonomi Industri: Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium*. Jakarta: Prehallindo.

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Novera, A. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda di CV . Mitra Makmur Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(4), 899–913.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Syahrudin, A. (2015). Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan rumah pada perumahan grand aroepala di makassar. *Iqtisaduna*, 1(2), 1–17.
- Yulawati, L. (2017). Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Ecodemica*, 1(2), 257–264.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Kontribusi dan Pertumbuhan Sektoral PBB Indonesia (2017)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/04/06/industri-masih-mendominasi-kontribusi-perekonomian-indonesia>.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. [https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL7\\_1.pdf](https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL7_1.pdf).
- \_\_\_\_\_. (2018). *Kontribusi Industri Indonesia terhadap PDB Urutan 4 Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/04/16/kontribusi-industri-indonesia-terhadap-pdb-urutan-4-dunia>
- \_\_\_\_\_. (2017). *Laporan Tahunan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk*. [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate\\_Actions/New\\_Info\\_JSX/Jenis\\_Informasi/01\\_Laporan\\_Keuangan/04\\_Annual%20Report//2017/INDF/INDF\\_Annual%20Report\\_2017.pdf](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Keuangan/04_Annual%20Report//2017/INDF/INDF_Annual%20Report_2017.pdf).
- \_\_\_\_\_. (2016). *Laporan Tahunan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk*. [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate\\_Actions/New\\_Info\\_JSX/Jenis\\_Informasi/01\\_Laporan\\_Keuangan/04\\_Annual%20Report//2016/INDF/INDF\\_Annual%20Report\\_2016.pdf](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Keuangan/04_Annual%20Report//2016/INDF/INDF_Annual%20Report_2016.pdf).

## PROFIL PENULIS

Penulis bernama lengkap Lilik Yulawati; lahir di Bekasi, 3 Juli 1989. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 nya dengan program studi Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S2 dengan program studi Manajemen di Universitas BSI dan lulus pada tahun 2015. Di tahun

yang sama, penulis melanjutkan kembali studi S2-nya di Universitas Indraprasta PGRI dengan program studi Pendidikan Bahasa Inggris dan lulus pada tahun 2017.

Penulis merupakan seorang dosen di Universitas Bina Sarana Informatika. Penulis juga merupakan tutor *freelance* untuk program pelatihan TOEFL, TOEIC, IELTS, TOEP, English Conversation, Business English, dan lain-lain. Penulis memiliki ketertarikan pada penelitian di bidang manajemen, ekonomi manajerial, dan Bahasa Inggris. Hal ini sesuai dengan bidang keahlian dan studi yang ditempuh oleh penulis.

Sejak berada di Sekolah Menengah Atas, penulis telah menunjukkan ketertarikannya pada bidang ekonomi dan Bahasa Inggris dengan mengikuti beberapa kompetisi. Ada beberapa penghargaan yang pernah didapat oleh penulis, diantaranya menjadi juara 3 pidato bahasa Inggris di Universitas Islam As-Syafi'iyah tahun 2006, juara 2 pidato bahasa Inggris di Universitas As-Syafi'iyah tahun 2007, empat besar finalis kompetisi ekonomi se-Jawa dan Sumatera di Universitas Indonesia tahun 2006, dan pemakalah terbaik pada Konferensi Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi tahun 2016 di STMIK Nusa Mandiri.

## Pengendalian Mutu: Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi Pengendalian Dalam Dunia Pendidikan

Apriyanti Widiansyah

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya/Fakultas Ilmu Pendidikan  
e-mail: apriyanti.widiansyah@ubharajaya.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Widiansyah, A. (2019). Pengendalian Mutu : Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi Pengendalian Dalam Dunia Pendidikan. *Cakrawala*, 19(1), 21–26. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>.

---

**Abstract** - Research was conducted to explain the concept of quality control, understanding the role of human resources, and to know the implementation of quality control in education. Qualitative methods are used with the types of Descriptive Research. Results and discussion related to college research should be able to answer the needs of the labor problems of the present and the future. Human resources efforts in quality control can run effectively and efficiently, then the necessary planning are clear, complete and integrated. Therefore, an increase in the quality of education is not just the responsibility of the Government/State, but will be a shared responsibility between all components of the nation in realizing national development in education.

**Keywords:** Implementation, Quality Control, Education

### PENDAHULUAN

Tujuan negara Indonesia tercantum jelas pada pembukaan UUD 1945 yakni melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia. Oleh karena itu, Negara membuat suatu sistem pemerintahan yang bertujuan untuk mewujudkan tujuan negara secara keseluruhan dan berkesinambungan berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Persoalan mutu pendidikan memang masih menjadi persoalan serius yang dihadapi oleh bangsa Indonesia. Disparitas mutu pendidikan, baik antar daerah, antar lembaga pendidikan swasta dan negeri, serta persoalan-persoalan lain terus mengemukakan dan menjadi diskursus yang muncul secara pasif di ruang publik.

*Case I.* Sebagai contoh nyata adalah keberadaan RSBI dan serta perguruan tinggi bertaraf internasional seperti London School. Keberadaan dua lembaga tersebut memberikan penawaran dan keunggulan komparatif yang dalam hal ini adalah mutu atau kualitas pendidikan.

*Case II.* Pendidikan secara umum telah tersebar di hampir seluruh wilayah negara Indonesia, demikian pula Perguruan Tinggi dapat dikatakan bahwa hampir tersedia di seluruh Propinsi bahkan Kabupaten/Kota di Indonesia. Namun, seiring dengan proses dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).

Perguruan Tinggi di Indonesia dituntut untuk mampu bersaing di bidang Iptek dengan negara-negara lain.

Berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah dan lembaga-lembaga yang selama ini memiliki konsen terhadap pendidikan dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu pilar utama dalam meningkatkan kualitas mutu pendidikan tersebut adalah melalui optimalisasi peran sumber daya manusia pendidikan. Baik dalam konteks tenaga pengajar/dosen, pengelola, staff dan lain sebagainya.

Sistem Pengendalian Mutu merupakan suatu proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa suatu output dapat memenuhi tujuan dan spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya yang diwujudkan dengan menggunakan pedoman atau standar yang telah ditetapkan. (Fauji, Sudarma, & Achsin, 2015)

Standar mutu meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi. Menurut Feigenbaum (1992), pengendalian mutu adalah pengukuran kinerja produk, membandingkan dengan standar dan spesifikasi produk, serta melakukan tindakan koreksi apabila terdapat penyimpangan. Ariani (2002) menyatakan bahwa piranti atau alat pengendalian mutu dibedakan atas alat yang menggunakan data numerik atau kuantitatif dan alat yang menggunakan data verbal atau kualitatif. Alat yang digunakan untuk mengolah data numerik, yaitu Kertas periksa (*check sheet*), Pareto chart, Histogram, diagram Pencar (*scatter diagram*), Grafik Kendali dan diagram Perjalanan (*run chart*). Sedangkan yang menggunakan data verbal adalah diagram Alur (*flow*

*chart*), Brainstorming, Fishbone diagram, diagram Gabungan (*affinity diagram*), dan diagram Pohon keputusan (*decision tree diagram*). (Sonalia, 2013)

Sejalan dengan konsep pengendalian mutu di atas. Pengendalian terhadap mutu pendidikan memang menyangkut unsur input, proses dan output. Karena itu dalam melaksanakan pengendalian mutu pendidikan, maka hal tersebut difokuskan terhadap unsur input, proses dan output pendidikan.

Pendidikan merupakan faktor utama dalam pembentukan pribadi manusia. Menyadari akan hal tersebut, pemerintah sangat serius menangani pendidikan dan berusaha terus untuk peningkatan mutu pendidikan, sebab dengan sitem pendidikan yang baik diharapkan muncul generasi penerus bangsa yang berkualitas dan mampu mengadakan perubahan kearah yang lebih baik dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

Dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan tersebut pada tahun 2005 pemerintah mengeluarkan Peraturan RI nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, peraturan ini merupakan usaha pemerintah untuk meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia. Peraturan pemerintah tersebut berbunyi: 1. Proses pembelajaran pada satu satuan pendidikan diselenggarakan secara interaktif, inspiratif, menyenangkan, menantang, memotivasi peserta didik untuk berprestasi aktif serta memberikan ruang yang cukup bagi prakarsa, kreatifitas dan kemandirian sesuai bakat, minat dan perkembangan fisik serta psikologis peserta didik, 2. Dalam proses pembelajaran pendidik dituntut dapat memberikan keteladanan (sebagai panutan, contoh yang baik bagi siswa), 3. Setiap satuan pendidikan melakukan perencanaan proses pembelajaran, pelaksanaan proses pembelajaran, penilaian hasil pembelajaran, dan pengawasan proses pembelajaran untuk terlaksananya proses pembelajaran yang aktif dan dinamis. (Moh. Saifulloh, Zainul Muhibbin, 2012)

Undang-undang dan Peraturan pemerintah tersebut mengindikasikan tentang pentingnya memperhatikan mutu pembelajaran guna meningkatkan mutu pendidikan di sekolah. Usaha baik pemerintah tersebut perlu ditindak lanjuti oleh institusi pendidikan sekolah baik negeri maupun swasta, dengan mengadakan kegiatan ilmiah yang dapat mengembangkan potensi guru melalui seminar, pelatihan, workshop dan lainnya secara berkelanjutan sehingga guru menjadi profesional yang mempunyai kemampuan meningkatkan mutu pembelajaran di sekolah, pada gilirannya peningkatan mutu pendidikan akan terwujud dan menjadi kenyataan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, untuk mempertegas dan mengarahkan penelitian,

maka fokus penelitian yang dikaji adalah, “Bagaimana konsep pengendalian mutu melalui optimalisasi peran sumberdaya manusia?

## METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif dan Jenis Penelitian Deskriptif, dengan maksud untuk memperoleh gambaran tentang dimensi-dimensi korelatifitas sinergisitas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi Pengendalian dalam Dunia Pendidikan. Dengan harapan terbangun sebuah pemikiran substantif yang utuh (tidak terdiktomis dan parsial). Setelah didapati data kualitatif, untuk kemudian dianalisis berdasarkan pengamatan atau penemuan yang ada di lapangan.

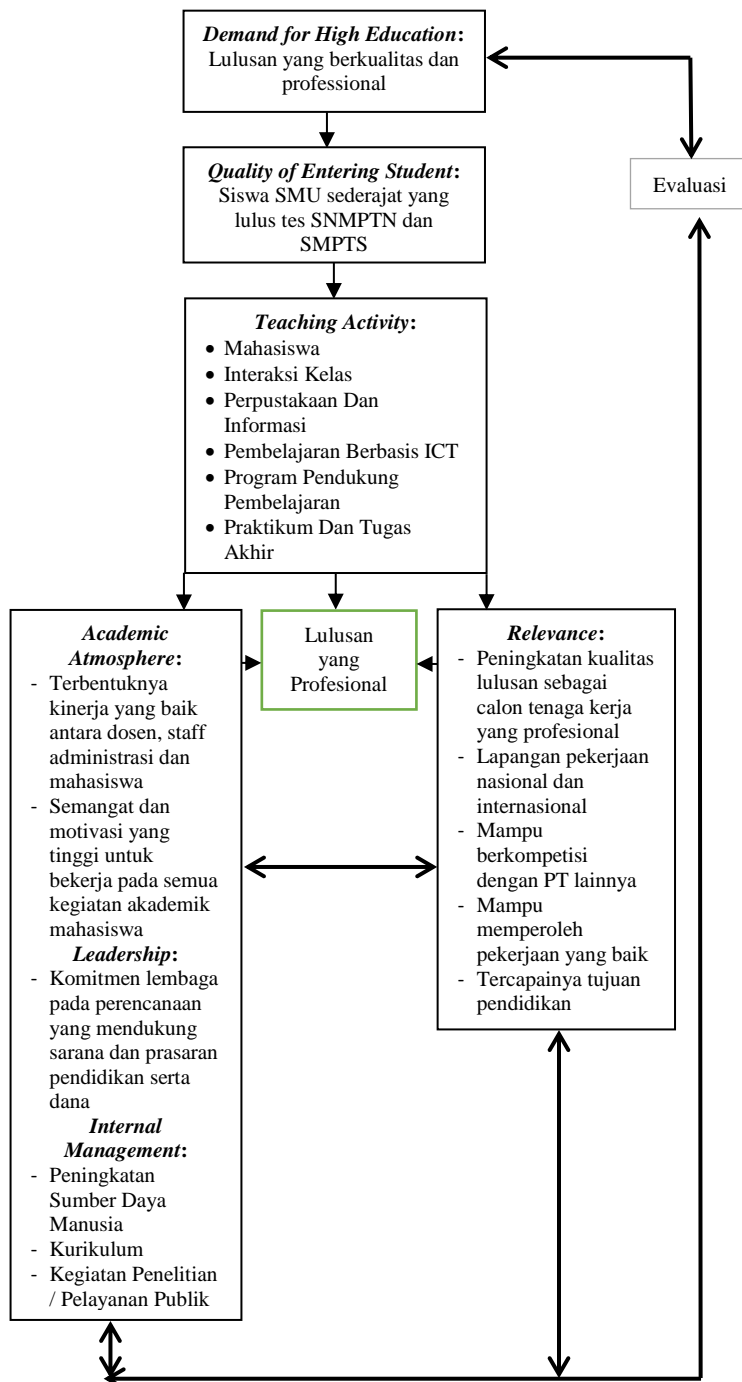
Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut: (Widiansyah, 2018)

1. Observasi  
Penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik observasi partisipan, dengan melakukan kegiatan langsung dalam pelaksanaan proses kegiatan penulisan.
2. Wawancara  
Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, penulis melakukan wawancara pada subjek penelitian. Informan pada wawancara tersebut adalah para praktisi pendidikan.
3. Kepustakaan  
Metode kepustakaan dijadikan salah satu cara dalam mengumpulkan data, karena dapat menambah pengetahuan penulis mengenai teori-teori yang mendukung penelitian.
4. Dokumentasi  
Untuk melengkapi penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa Dokumentasi.

Dengan demikian, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang menggambarkan secara jelas dimensi-dimensi korelatifitas-sinergisitas mengenai Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Optimalisasi Fungsi Pengendalian dalam Dunia Pendidikan secara objektif yang menggambarkan keadaan subjek/objek berdasarkan fakta-fakta yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep pengendalian mutu pendidikan melalui optimalisasi peran sumber daya manusia, dalam uraian penelitian ini, disampaikan melalui desain sebagai berikut.



Berdasarkan desain bagan di atas maka dapat diuraikan dari masing-masing konsep Pengendalian mutu pendidikan tersebut, antara lain:

### 1. Demand for High Education (Tuntutan pada Perguruan Tinggi)

Perguruan tinggi dapat menjawab kebutuhan pasar tenaga kerja masa kini serta mendatang. Bahkan sejak mulai pada proses rekrutmen calon mahasiswa, perguruan tinggi harus

mampu membuat dan merumuskan proyeksi pasar tenaga kerja. Sehingga semua lulusan Perguruan Tinggi mampu sepenuhnya terserap oleh pasar dan mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain.

Pada konteks yang demikian, maka kualitas lulusan Perguruan Tinggi dapat diukur melalui penguasaan bidang pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Sehingga lulusan Perguruan Tinggi dapat termasuk kategori yang profesional dan mampu bersaing dengan lulusan dari perguruan tinggi lain.

### 2. Quality of Entering Student (Input calon mahasiswa)

Calon mahasiswa adalah siswa-siswa SMU sederajat yang telah lulus tes SNMPTN untuk perguruan tinggi negeri dan SMPTS untuk perguruan tinggi swasta. Dimana kemampuan kognitif calon mahasiswa telah di uji kelayakannya secara nasional. Sehingga diharapkan mereka telah memiliki kemampuan kognitif yang baik sebagai modal awal untuk belajar pada bidang keilmuan tertentu.

Karakteristik calon mahasiswa yang berbeda-beda dalam hal psikologi/emosional, akademik, sosial dan kultur/ras/etnik, sehingga akan mempengaruhi proses belajar. Di antaranya:

- Psikologis / emosional;
- Akademik;
- Sosial;
- Kultural/Ras dan Etnik.

Input calon mahasiswa yang beragam tersebut diatas harus dapat diatasi, agar tidak menjadi hambatan dalam proses kegiatan belajar mengajar guna mencetak mahasiswa calon lulusan yang berkualitas dan profesional.

### 3. Teaching Activity (Aktivitas Pengajaran)

Proses pembelajaran adalah seperangkat kegiatan belajar yang dilakukan peserta didik. Kegiatan belajar yang dilakukan siswa dibawah bimbingan guru. Guru bertugas merumuskan tujuan-tujuan yang hendak dicapai pada saat mengajar. Untuk mencapai tujuan pembelajaran, guru dituntut untuk merancang sejumlah pengalaman belajar. Yang dimaksud dengan pengalaman belajar adalah segala sesuatu yang diperoleh siswa sebagai hasil belajar (*learning experience*). Belajar ditandai dengan mengalami perubahan tingkah laku, karena mengalami pengalaman baru.

Sedangkan makna belajar (*learning*) dari sudut pandang psikologi adalah suatu proses

perubahan perilaku individu seseorang berdasarkan praktek atau pengalaman baru, perubahan yang terjadi bukan karena perubahan secara alami atau karena menjadi dewasa yang dapat terjadi dengan sendirinya, namun yang dimaksud perubahan perilaku disini adalah perubahan yang dilakukan secara sadar dari reaksi dan dari situasi yang dihadapi. (Iskandar, 2009)

Pada kegiatan pembelajaran terjadi interaksi antara guru/dosen/tenaga pendidik dengan siswa/mahasiswa/peserta didik. Dimana masing-masing memiliki peranan yang berbeda. Guru/dosen/tenaga pendidik berperan sebagai pendidik dan pengajar yang mentransformasikan ilmu pengetahuan kepada peserta didik untuk mengembangkan diri menjadi dewasa. Sedangkan peserta didik berperan sebagai pembelajar yang memiliki potensi-potensi belum berkembang seperti pendidik. Oleh sebab itu guru/tenaga pendidik/dosen harus mengenal potensi-potensi psikologis yang dimiliki peserta didik untuk dikembangkan.

Adapun komponen-komponen yang mempengaruhi aktivitas pengajaran antara lain:

- a. Mahasiswa/peserta didik;
- b. Interaksi Kelas;
- c. Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- d. Program pendukung pembelajaran;
- e. Perpustakaan dan Informasi;
- f. Praktikum dan tugas akhir.

#### 4. *Academic Atmosphere* (Lingkungan Akademik)

Lingkungan akademik yang baik dalam membentuk mahasiswa, antara lain:

- a. Terbentuknya kinerja yang baik antara dosen, staff administrasi dan mahasiswa;
- b. Semangat dan motivasi yang tinggi untuk bekerja pada semua kegiatan akademik mahasiswa.

Adapun komponen lingkungan akademik yang menunjang mutu pendidikan pada perguruan tinggi, antara lain:

- a. Leadership  
Kepemimpinan dalam lembaga tingkat program studi adalah pemimpin yang berkomitmen untuk meningkatkan kualitas lulusan yang profesional.
- b. Internal management

Pelaksanaan program studi dapat berjalan dengan baik jika didukung oleh internal manajemen yang baik. Dimana proses pembelajaran akan berjalan dengan baik jika diorganisir dengan baik, sehingga akan dihasilkan lulusan yang berkualitas dan profesional. Kebijakan manajemen internal menyangkut peningkatan sumber daya manusia, kurikulum, dan kegiatan penelitian/ layanan publik.

#### 5. Relevansi

Relevansi yang harus diperhatikan adalah lulusan Perguruan Tinggi harus memiliki kemampuan berpikir kritis, kreatif, kolaboratif, memahami berbagai budaya, komunikasi, menguasai *e-learning*, dan mampu mengendalikan diri sendiri untuk belajar sepanjang hayat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Berpikir kritis;
- b. Kreatif;
- c. Kolaborasi;
- d. Memahami berbagai budaya;
- e. Komunikasi.

Sejalan dengan relevansi pengendalian mutu tersebut di atas, maka pengendalian mutu pada program pendidikan diperlukan agar produk layanan pendidikan terjaga kualitasnya sehingga memuaskan masyarakat sebagai pelanggan. Melakukan pengendalian ini menjadi tugas penilik sebagai pengawas satuan pendidikan menjadi strategis karena memiliki tugas pokok sebagai pengendali mutu satuan pendidikan. Satu tugas yang sebenarnya sangat berat. Pengendalian diperlukan dalam manajemen mutu pendidikan untuk menjamin agar layanan pendidikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan pelanggan (stakeholders). Pengendalian mutu sangat dekat dengan aktivitas pengawasan mutu, sedangkan pengawasan mutu merupakan upaya untuk menjaga agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana dan menghasilkan keluaran yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

#### 6. Peran Sumber Daya Manusia dalam Pengendalian Mutu

Menurut Armand V. Feigenbaum, Kualitas produk dan jasa ialah adalah seluruh gabungan sifat-sifat produk atau jasa pelayanan dari pemasaran, engineering, manufaktur, dan

pemeliharaan di mana produk atau jasa pelayanan dalam penggunaannya akan bertemu sesuai harapan pelanggan. Menurut ASQC (American Society for Quality Control), Kualitas ialah gambaran total sifat dari suatu produk atau jasa pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memberikan kebutuhan kepuasan.

Menurut M. Juran, Kualitas adalah kesesuaian spesifikasi untuk penggunaan (fitness for use). Lebih jauh lagi Juran mengemukakan lima dimensi kualitas yaitu [1] rancangan (design) ; sebagai spesifikasi produk, [2] kesesuaian (conformance) ; yakni kesesuaian antara maksud desain dengan penyampaian produk actual, [3] ketersediaan (availability) ; mencakup aspek dapat dipercaya, serta ketahanan, dan produk itu tersedia bagi konsumen untuk digunakan, [4] Keamanan (safety); aman dan tidak membahayakan konsumen, [5] kegunaan praktis (field use); kegunaan praktis yang dapat dimanfaatkan pada penggunaannya oleh konsumen.

Sedangkan menurut W. Edwards Deming, Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selanjutnya Deming mengemukakan 14 poin yang dapat membantu dalam perbaikan dan peningkatan kualitas, yaitu [1] membuat tujuan yang konsisten, [2] memimpin dalam mempromosikan perubahan, [3] membangun kualitas pada produk, menghentikan ketergantungan pada inspeksi untuk menangkap permasalahan, [4] membangun hubungan jangka panjang berdasarkan kinerja bukan pada harga, [5] meningkatkan produk, kualitas, dan jasa secara terus menerus, [6] memulai pelatihan, [7] menekankan kepemimpinan, [8] membuang rasa takut, [9] mendobrak batasan antar departemen, [10] menghentikan pidato panjang lebar pada pekerja, [11] mendukung, membantu, memperbaiki, [12] mendobrak penghalang untuk bangga atas kinerja masing-masing, [13] mendidikan program pendidikan yang kuat dan perbaikan mandiri, [14] menempatkan orang di perusahaan untuk bekerja pada suatu transformasi.

Oleh karena itu, agar pengendalian mutu berjalan efektif perlu perencanaan yang jelas, lengkap dan terintegrasi agar dapat dilaksanakan sistem pengawasan yang efektif dan efisien, maka sumber daya manusia yang ada diharapkan mampu menyusun perencanaan program pengendalian mutu.

Melalui perencanaan yang jelas, lengkap dan terintegrasi akan memberikan arahan dan pedoman agar dapat melaksanakan dan mengendalikan kegiatan dengan baik. Lebih dari pada itu pengendalian mutu memerlukan adanya struktur yang jelas, artinya siapa yang bertanggung jawab terhadap penyimpangan yang terjadi serta tindakan perbaikan apa yang perlu diberikan dan oleh siapa tindakan perbaikan itu dilakukan.

## KESIMPULAN

Peningkatan mutu pendidikan tentu bukan hanya tanggung jawab pemerintah/negara. Tetapi menjadi tanggung jawab bersama antar semua komponen bangsa. Karena pendidikan menjadi salah satu pilar penting bagi upaya mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Pengendalian mutu dalam manajemen mutu merupakan suatu sistem kegiatan teknis yang bersifat rutin yang dirancang untuk mengukur dan menilai mutu produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, Pengendalian diperlukan dalam manajemen mutu untuk menjamin agar kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan pelanggan.

## REFERENSI

- Fauji, L., Sudarma, M., & Achsin, M. (2015). PENERAPAN SISTEM PENGENDALIAN MUTU (SPM) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS AUDIT. *Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 6(1), 38. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6005>
- Iskandar. (2009). *Psikologi pendidikan: sebuah orientasi baru*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Moh. Saifulloh, Zainul Muhibbin, H. (2012). Strategi peningkatan mutu pendidikan di sekolah. *Sosial Humaniora*, 5(2), 206–218.
- Sonalia, D. (2013). Pengendalian Mutu Pada Proses Produksi Di Tiga Usaha Kecil Menengah Tahu Kabupaten Bogor. *Manajemen Dan Organisasi*, IV(2), 112–127.
- Widiansyah, A. (2018). Peranan Sumber Daya Pendidikan sebagai Faktor Penentu dalam Manajemen Sistem Pendidikan. *Cakrawala Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 229–234.

### **PROFIL PENULIS**

Apriyanti Widiansyah, S.S, M.Pd yang merupakan Dosen Tetap Fakultas Ilmu Pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saat ini sedang menyelesaikan Studi Doktorat (S3) Program Studi Manajemen Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta sejak 2013 dan sedang dalam proses penulisan Disertasi.



## Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013)

Rahmat Saputra

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya/Fakultas Hukum  
e-mail: rahmatsaputrafhubj@gmail.com

---

**Cara Sitasi:** Saputra, R. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013). *Cakrawala*, 19(1), 27–38. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** – *The purpose of conducting research is to find out the legal protection of foreign ownership copyrights that have not been registered in Indonesia. The method used in this study is normative juridical. The results showed that copyright infringement occurred in the manufacture of strip painting logos and painting logo variations in decisions 189 K / Pdt.Sus-HKI (H.C) / 2013. The conclusion, that the copyright violations raised in this writing are violations committed by the intention of the perpetrators to use and register creations in the territory of Indonesia without the right and permission of the actual creator, and in the decision. That the verdict of the Commercial Court and the Supreme Court resulted in legal consequences requiring the creator to lose copyright for the creation of painting logo strips and other variation painting logos in the territory of Indonesia. That a work owned by a foreign citizen must be protected in the territory of Indonesia, whether the creation has been announced or not, based on the provisions stipulated in Law No. 28 of 2014 concerning Copyright. That against the creation of foreigners, the state must protect the provisions of the Copyright Act. Regarding the problem, the author hopes that the government should focus more on protection in the field of copyright both preventive and repressive protection, given that copyright infringement has become commonplace among the people of Indonesia.*

**Keywords:** *Copyright protection, a creation belonging to a foreign national.*

### PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang berkenaan dengan kekayaan yang timbul karena kemampuan intelektual manusia. Kemampuan tersebut dapat berupa karya dibidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Secara umum Hak Kekayaan Intelektual terdiri dari dua hal yaitu Hak kekayaan Industri dan Hak Cipta. (Muhammad Ahkam Subroto & Suprapedi, 2008)

Sejak dasawarsa delapan puluhan (era 1980-an), Hak atas Kekayaan Intelektual kian berkembang menjadi bahan pencatutan yang sangat menarik di bidang ekonomi, terutama industri dan perdagangan internasional, Hak Kekayaan Intelektual menjadi demikian penting dalam hubungan antar bangsa, kaitannya yang erat dengan perdagangan internasional tidak jarang memberi warna politik tersendiri baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual menjadi hal penting bagi negara-negara di dunia saat ini, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual sama pentingnya dengan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi terutama dalam perdagangan Internasional. (Suyud Margono & Amir Angkasa, 2002) Pada tahun 1982, pemerintah Indonesia mencabut pengaturan tentang hak cipta berdasarkan *Auteurswet Staatblad* Nomor

600 Tahun 1912 dan menetapkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta, yang merupakan Undang-Undang Hak Cipta pertama di Indonesia, Undang-Undang tersebut kemudian di ubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002, dan pada akhirnya dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang kini berlaku.

Perubahan undang-undang tersebut juga tak lepas dari peran Indonesia dalam hubungan antarnegara. Pada tahun 1994, pemerintah meratifikasi pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization – WTO*), yang mencakup pula *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Propertyrights – TRIPs* (“Persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang Hak Kekayaan Intelektual”). Ratifikasi tersebut diwujudkan dalam bentuk Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994. Pada tahun 1997, pemerintah meratifikasi kembali Konvensi Bern melalui Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 1997 dan juga meratifikasi *World Intellectual Property Organization Copyrights Treaty* (“Perjanjian Hak Cipta WIPO”) melalui Keputusan Presiden Nomor 19 Tahun 1997. (“Sejarah Hak Cipta Di Indonesia,” n.d.) Fenomena-fenomena *memplagiarisme* atau memplagiat ciptaan milik warga negara asing di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini telah

terjadi 2 (dua) kali, dimana yang pertama perusahaan asal Italia yang bernama Diesel,S.p.A. adalah pemilik atas ciptaan seni lukis logo bermotif abstrak berbentuk kepala orang yang bernama "Diesel-Only-The-Brave" yang dimana seni lukis logo tersebut telah menjadi ciri khas dari perusahaan Diesel dalam produk dagangannya, namun ciptaan seni lukis logo tersebut di plagiat dan didaftarkan di Indonesia oleh warga negara Indonesia atas nama Jemmy Wantono sebelum perusahaan Diesel mendaftarkannya di Indonesia.

Fenomena *memplagiarisme* ciptaan milik asing yang kedua dialami juga oleh perusahaan *Asics Corporation* yang berbadan hukum asal Jepang, bergerak dibidang manufaktur dan penjualan barang-barang olahraga adalah pemilik ciptaan seni lukis logo strip, yang dimana ciptaan seni lukis logo strip milik *Asics Corporation* telah dijiplak atau diplagiat dan didaftarkan di Indonesia atas nama Theng Tjhing Djie (pemegang hak cipta) dan Liong Hian Fa (pencipta). Sehingga *Asics Corporation* mengajukan gugatan pembatalan untuk beberapa pendaftaran Hak Cipta yang dilakukan oleh Theng Tjhing Djie (pemegang hak cipta) dan Liong Hian Fa (pencipta) ke Pengadilan Niaga untuk yang pertama kalinya dan dilanjutkan ke Mahkamah Agung untuk mengajukan permohonan kasasi atas ketidakpuasan putusan Pengadilan Niaga yang menganggap merugikan pihak *Asics Corporation*. Alasan *Asics Corporation* mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran hak cipta tersebut, bahwa sebelum dilakukannya pendaftaran yang dilakukan oleh Theng Tjhing Djie di Indonesia, *Asics Corporation* telah mengumumkan terlebih dahulu melalui katalog produknya dalam bentuk telah terwujudnya hasil ciptaan seni lukis logo strip sebagai ciptaan.

Dalam hal putusan Pengadilan Niaga dengan Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN dan putusan permohonan kasasi Mahkamah Agung dengan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013 yang di ajukan oleh *Asics Corporation* telah dinyatakan ditolak dalam pengajuan gugatan dan permohonan kasasi yang dikarenakan gugatan yang di anggap kabur karena telah menyinggung merek oleh Pengadilan Niaga dan Mahkamah Agung. Aktivitas mengakui atau *memplagiat* suatu karya cipta secara langsung tentu akan sangat berpengaruh terhadap produktifitas Pencipta dalam menghasilkan karya cipta baru di Indonesia, dikarenakan hak ekonomi yang menjadi milik Pencipta tidak lagi dihargai di Indonesia. Sehingga Pencipta tidak lagi memiliki alasan dan motivasi untuk memperoleh hak ekonomi yang menguntungkan bagi dirinya dalam karyanya. Selain itu, fenomena seperti ini tentu akan berdampak negatif pada jati diri bangsa Indonesia sebagai negara yang menjadikan hukum di atas segala-galanya, dan yang telah mengikuti perjanjian-perjanjian internasional akan tetapi Indonesia masih belum bisa melindungi

Hak Cipta milik warga negara asing, yang menjadi perumusan masalah adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap hak cipta milik asing yang belum didaftarkan (studi kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013) dan apa akibat hukum terhadap Putusan Pengadilan Niaga Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI/2013 Terhadap Sengketa Hak Cipta Milik Negara Asing.

## METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan Penelitian hukum normatif (*normative law research*) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum, misalnya mengkaji undang-undang. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara *in concreto*, sistematik hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum. (Abdulkadir Muhammad, 2004)

Metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis adalah pendekatan terhadap masalah dengan cara melihat peraturan perundang-undangan yang berlaku (Peter Mahmud Marzuki, 2008), khususnya dalam hal ini peraturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual, khususnya terkait dengan Hak Cipta serta perlindungan terhadap ciptaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari dua bahan hukum, yaitu : Bahan hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan, norma, putusan pengadilan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Bahan hukum skunder, yaitu bahan hukum yang akan menjelaskan mengenai bahan-bahan hukum primer antara lain berupa literatur-literatur yang dalam hal ini memiliki keterkaitan Hak Kekayaan Intelektual, khususnya terkait dengan Hak Cipta serta perlindungan terhadap ciptaan.

Penulis dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan pengumpulan data melalui studi kepustakaan, yaitu dengan melakukan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, pendapat sarjana, surat kabar, artikel, kamus, dan juga data-data yang diperoleh dari internet. Analisis secara deskriptif kualitatif yaitu analisa terhadap data yang tidak bisa dihitng. Bahan hukum yang diperoleh selanjutnya dilakukan pembahasan, pemeriksaan dan pengelompokan ke dalam bagian-bagian tertentu untuk diolah menjadi data informasi. Hasil analisa bahan hukum akan diinterpretasikan menggunakan metode interpretasi (a) sistematis; (b) gramatikal; dan (c) teleologis. (Jimly Asshiddiqie, 1997)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Warga Negara Asing Yang Belum Didaftarkan

Suatu perlindungan hukum terhadap Hak Cipta yang tertuang dalam bentuk peraturan perundang-undangan merupakan wujud atau bentuk penghargaan terhadap Pencipta atas hasil karya yang di ciptakannya dan dengan memberi perlindungan hukum kepada Pencipta juga dapat lebih memberi Pencipta gairah dalam menciptakan sesuatu dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Akan tetapi pemerintah Indonesia dalam hal memberi perlindungan hukum terhadap Hak Cipta berasa masih belum bisa seutuhnya memberi rasa aman bagi para Pencipta untuk menghasilkan suatu Ciptaan, mengingat dewasa ini masih banyak pelanggaran-pelanggaran dibidang Hak Cipta yang akan mengakibatkan lesunya hasrat seseorang untuk berkarya di dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra.

Perlindungan hukum sendiri sangat dibutuhkan bagi berbagai pihak karena perlindungan hukum merupakan sarana untuk memberikan salah satu bentuk wujud pengayoman terhadap Hak Asasi Manusia (HAM) yang diberikan oleh hukum itu sendiri atas tindakan yang dianggap merugikan bagi pihaknya oleh pihak lainnya, dan perlindungan ini diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum itu sendiri. Perlindungan hukum sendiri juga dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat dapat berupa perlindungan hukum secara preventif atau perlindungan hukum dalam hal mencegah, guna memberi batasan kepada berbagai pihak agar tidak terjadi ada pihak yang terugikan oleh pihak lain karena perbuatannya tersebut. Dan juga perlindungan hukum secara represif atau perlindungan hukum dalam hal penegakkan atas pelanggaran yang dibuat oleh pihak lain, merupakan tindakan yang diberikan secara langsung terhadap pihak pelanggar berupa sanksi-sanksi yang telah dituangkan dalam peraturan perundang-undangan itu sendiri. Namun sangat disayangkan masalah pelanggaran Hak Cipta di Indonesia merupakan delik aduan, yang jika tidak ada laporan dari pihak yang resmi secara langsung maka pemerintah tidak bisa bergerak. Sebagaimana perlindungan hukum secara preventif yang dilakukan dengan cara yang baik dan benar oleh para penegak hukum sangat dibutuhkan dalam menangani pelanggaran Hak Cipta, mengingat perlindungan Hak Cipta atas suatu Ciptaan masih sangat kurang diperhatikan dan masih belum dianggap Hak Cipta merupakan salah satu bidang yang penting dan harus mendapat perlindungan ekstra.

Permasalahan mengenai Hak Cipta sendiri dapat menyentuh berbagai aspek seperti aspek teknologi, industri, sosial, budaya dan berbagai aspek lainnya. Namun aspek yang terpenting jika dihubungkan dengan dengan perlindungan bagi karya intelektual adalah aspek hukum. Dimana hukum diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan yang timbul berkaitan dengan Hak Cipta tersebut, dan hukum juga harus dapat memberikan perlindungan bagi karya intelektual, sehingga mampu mengembangkan daya kreativitas masyarakat yang pada akhirnya bermuara pada tujuan berhasilnya perlindungan Hak Cipta di Indonesia. Pelanggaran hak cipta atas perkara hak cipta milik *Asics Corporation* di Indonesia sendiri juga tidak terlepas dari beberapa faktor yang diantaranya sikap masyarakat Indonesia yang kurang menghargai sebuah karya cipta, sikap dan keinginan dalam memperoleh keuntungan dengan cara cepat dan mudah, sikap dan tindakan para aparat penegak hukum dalam menghadapi pelanggaran hak cipta.

Salah satu contoh kasus pelanggaran hak cipta milik warga negara asing yang diperkarakan ialah perkara antara *Asics Corporation* sebagai Penggugat/Permohon Kasasi melawan Theng Tjhing Djie dan Liong Hian Fa sebagai Tergugat/Termohon Kasasi yang didaftarkan dalam perkara Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst, yang diputus tanggal 22 November 2012 jo. Nomor Putusan 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013, yang diputus tanggal 28 Mei 2015. Gugatan ini dilatarbelakangi adanya perbuatan para Tergugat/Termohon Kasasi yang melakukan peniruan, penjiplakan secara keseluruhan bentuk Ciptaan dan melakukan pendaftaran hak cipta yang kesemua perbuatan tersebut tidak dilandasi izin terlebih dahulu dari Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta. Namun Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dan tingkat Kasasi pada Mahkamah Agung, memutuskan bahwa gugatan Penggugat/Permohon Kasasi di tolak karena dianggap gugatan tersebut kabur karena telah mencampuradukan masalah Merek dengan Hak Cipta. Jika melihat kepada fakta-fakta di dalam persidangan Tergugat/Termohon Kasasi jelas telah melakukan pelanggaran hak cipta dan gugatan Penggugat/Pemohon Kasasi pun sebenarnya tidak mencampuradukan masalah Merek dengan Hak Cipta, melainkan Penggugat/Pemohon Kasasi hanya sekedar menceritakan awal mula terbentuknya Ciptaan tersebut yang selanjutnya digunakan dalam Merek produk dagangnya.

Sebelum Penulis membahas lebih lanjut terhadap Ciptaan yang dilindungi dan segala hak-hak yang ada dalam Hak Cipta *Asics Corporation*, Penulis akan memberikan penjelasan mengenai Ciptaan milik *Asics Corporation* yang berupa seni lukis logo. Kata “seni lukis logo” dan yang dimaksud seni lukis logo dalam menurut Undang-Undang Hak Cipta Indonesia, sehingga tidak membuat pembaca bertanya-tanya

yang akan menimbulkan kebingungan atas pembahasan dalam penulisan ini. Dari kata seni lukis logo sendiri memiliki tiga kata yang terpisah, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia kata “seni” adalah suatu keahlian membuat karya yang bermutu (dilihat dari segi kehalusannya, keindahannya, dan sebagainya) atau karya yang diciptakan dengan keahlian yang luar biasa, seperti tari, lukisan, ukiran. Kata “lukis/melukis” adalah membuat gambar dengan menggunakan pensil, pulpen, kuas, dan sebagainya, baik dengan warna maupun tidak. Sedangkan kata “logo” adalah huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya. Sehingga seni lukis logo merupakan suatu keahlian membuat karya berupa gambar baik berbentuk huruf atau lambang dengan menggunakan pensil, pulpen, kuas, atau sebagainya. Sedangkan seni lukis logo sendiri menurut Undang-Undang Hak Cipta Indonesia masuk kedalam seni rupa gambar, dimana gambar yang dimaksud dalam Undang-Undang Hak Cipta Indonesia antara lain berupa motif, diagram, sketsa, logo, unsur-unsur warna dan bentuk huruf indah.

*Asics Corporation* sendiri merupakan perusahaan yang berbadan hukum asal Jepang, dimana dalam fakta-fakta dipengadilan bahwa *Asics Corporation* telah menjalankan usahanya sejak tahun 1977 di bidang manufaktur dan penjualan barang-barang olahraga. Dalam menjalankan usahanya *Asics Corporation* telah memiliki beberapa Ciptaan yang digunakan dalam produk dagangannya sebagai pembeda dan ciri khas perusahaan.

Adapun peraturan-peraturan mengenai perlindungan hak cipta dan segala hak-haknya yang ada didalam hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing baik yang sudah maupun belum diumumkan atau baik yang sudah maupun belum didaftarkan yang tertuang dalam bentuk peraturan perundang-undangan baik dalam Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku di Indonesia maupun peraturan atas perjanjian Internasional mengenai hak cipta, dalam hal ini mengenai perkara hak cipta *Asics Corporation*.”

Bentuk perlindungan hukum terhadap hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing baik yang sudah maupun belum didaftarkan, dan menjadi kewajiban pelaksanaannya untuk menegakkan ketentuan tersebut secara yang ada dalam Undang-Undang Hak Cipta Indonesia maupun ketentuan Internasional dalam *Bern Convention*. (Alif Lutviansori, 2010) Adapun yang dimuat dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku ditahun saat terjadinya sengketa hak cipta atas ciptaan milik *Asics Corporation* juga telah diatur dalam Pasal 2 ayat (1), Pasal 7, Pasal 9, Pasal 12, Pasal 35 ayat (4), dan Pasal 76 yang menegaskan bahwa Undang-Undang tersebut dapat berlaku dan harus memberi

perlindungan hukum terhadap hak cipta atas ciptaan milik asing dalam hal ini ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation* sebagaimana pemerintah Indonesia dengan negara asal *Asics Corporation* yaitu negara Jepang memiliki hubungan dengan menjadi peserta dalam perjanjian multilateral mengenai perlindungan hak cipta.

Terkait permasalahan perlindungan hukum terhadap hak cipta milik warga negara asing dalam hal ini perkara *Asics Corporation*, berdasarkan fakta-fakta yang didapat dalam Bab sebelumnya, bahwa telah terjadi bebrapa pelanggaran atas perbuatannya yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi. Dimana Tergugat/Termohon Kasasi telah melakukan pendaftaran hak cipta atas Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation*, dengan melakukan pendaftaran tersebut jelas Tergugat/Termohon Kasasi telah merebut hak-hak yang ada didalam hak cipta yang biasa disebut dengan hak eksklusif pencipta untuk mempertahankan keorisinan ciptaannya yang disebut sebagai hak moral dan untuk melakukan penerbitan atau melakukan sesuatu hal yang membuat pencipta mendapatkan manfaat ekonomis atas ciptaannya tersebut. Selain itu pendaftaran hak cipta yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi sebenarnya tidak bisa dilakukan di wilayah Indonesia, melihat Tergugat/Termohon Kasasi tidak bisa dianggap sebagai Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta yang berhak mengajukan pendaftaran tersebut dan juga jika melihat pada ketentuan Pasal 65 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang saat ini telah diatur atas suatu objek hak cipta yang tidak dapat didaftarkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas mengenai perlindungan hak cipta yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan yang telah diberlakukan pada tahun terjadinya sengketa hak cipta milik *Asics Corporation* dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta maupun yang diberikan dalam ketentuan *Bern Convention*, dan mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi dalam perkara hak cipta *Asics Corporation*, penulis berpendapat perbuatan Tergugat/Termohon Kasasi telah melanggar baik ketentuan yang berlaku di wilayah Indonesia Undang-Undang Hak Cipta Indonesia maupun ketentuan *Bern Convention* yang berlaku secara *universal* bagi negara-negara peserta konvensi, meskipun ada beberapa ketentuan yang pada saat itu belum diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta atas objek hak cipta yang tidak dapat didaftarkan.

Pemerintah Indonesia telah memuat ketentuan perlindungan hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing baik yang sudah maupun belum

dilakukan Pengumuman dan/atau pendaftaran hak cipta, sebagaimana dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Dalam Pasal 2 huruf c Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 76 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, menyebutkan bahwa keberlakuan Undang-Undang ini juga berlaku kepada warga negara asing dengan memiliki beberapa ketentuan dimana negaranya dengan negara Republik Indonesia mempunyai perjanjian bilateral atau merupakan pihak peserta perjanjian multilateral mengenai perlindungan hak cipta.

Negara Republik Indonesia dan negara Jepang sendiri merupakan negara-negara yang masuk sebagai negara peserta dalam konvensi Internasional mengenai perlindungan Hak Cipta yang membuat negara Indonesia secara langsung memiliki hubungan yang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf c Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 76 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yaitu hubungan multilateral dengan negara Jepang, dimana Indonesia melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 telah meratifikasi salah satu konvensi besar dalam lingkup perlindungan Hak Cipta secara Internasional, yaitu Konvensi Bern (*Bern Convention For The Protection Of Literary And Artistic Work*). (Chairul Anwar, 1999) Dengan dilakukannya ratifikasi tersebut mewajibkan untuk para negara peserta konvensi menegakkan ketentuan-ketentuan *Bern Convention* atau menyelaraskan ketentuan *Bern Convention* dalam peraturan perundang-undangan lokalnya mengenai hak cipta terhadap perlindungan Hak Cipta yang ada dalam ketentuan-ketentuan *Bern Convention*, selain harus menegakkan ketentuan dan menyelaraskan ketentuan Undang-Undang Hak Ciptanya masing-masing dengan ketentuan *Bern Convention*, negara-negara peserta juga harus menjalankan tiga prinsip dasar *Bern Convention*. Adapun tiga prinsip dasar *Bern Convention* sebagai berikut : (Eddy Damian, 2005) 1) *National Treatment* yakni Ciptaan yang berasal dari dari negara peserta perjanjian (yaitu ciptaan seorang warga negara peserta perjanjian, atau ciptaan yang kali pertama diterbitkan disalah satu negara peserta perjanjian) harus mendapat perlindungan; 2) *Automatic Protection* yakni Pemberian perlindungan hukum harus diberikan secara langsung tanpa harus memenuhi syarat apa pun; 3) *Independent of Protection* yakni Perlindungan hukum diberikan tanpa harus bergantung pada peraturan perundangan hukum negara asal pencipta.

Perlindungan hak cipta sebagaimana yang masuk dalam ketentuan *Bern Convention* disebutkan dalam *Article 3 (1) (a)* “*The protection of this Convention shall apply to: Author who are nationals of one of the countrie of the Union for their work, whether*

*published or not.*” Bahwa segala perlindungan Hak Cipta dari konvensi ini akan berlaku untuk Pencipta yang merupakan warga negara dari salah satu negara peserta atas karya Ciptaan si Pencipta, baik yang telah dilakukan pengumuman atau tidak dilakukan pengumuman.

Melihat dari tiga prinsip dasar *Bern Convention* dan ketentuan tersebut diatas tentu akan menimbulkan kewajiban bagi negara-negara peserta untuk menerapkan dan memberikan perlindungan hak cipta kepada warga dari negara-negara peserta konvensi, berdasarkan ketentuan lainnya dari *Bern Convention* dalam memberikan perlindungan hak cipta kepada Pencipta atas karya Ciptaannya warga dari negara-negara peserta, sebagaimana yang disebutkan dalam *Article 5 (1)* yang menjelaskan Pencipta juga akan menikmati dalam hal karya yang dilindungi *Bern Convention* di wilayah negara peserta konvensi lainnya selain di negara asalnya, hak-hak berdasarkan yang diberlakukan oleh Undang-Undang negara peserta masing-masing baik yang berlaku sekarang maupun yang akan berlaku dikemudian hari yang diberikan kepada warga negaranya, tentunya hal ini Indonesia yang sebagai negara peserta *Bern Convention* harus memberikan perlindungan hak cipta sebagaimana yang disebutkan *Article 5 (1) Bern Convention* dalam memberlakukan Undang-Undang Hak Ciptanya kepada warga negara asing yang negaranya salah satu dari negara peserta *Bern Convention*, sehingga dengan demikian akan timbul kepastian hukum terhadap hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing di wilayah Indonesia, dan *Article 5 (3)* juga menjelaskan ketika Pencipta bukanlah dari warga negaranya berdasarkan karya yang dilindungi dalam *Bern Convention*, maka Pencipta akan menikmati hak yang sama di negara itu seperti yang diberikan kepada warga negaranya dengan dianggap sebagai Pencipta nasional.

Jika melihat keharusan suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia atau perjanjian secara Internasional mengenai perlindungan hak cipta atas karya Ciptaan sebagaimana yang telah diungkapkan dari keempat pasal tersebut, bahwasannya keempat pasal tersebut jika dikaitkan dengan perkara hak cipta *Asics Corporation* yang dimana *Asics Corporation* bukan merupakan orang atau badan hukum asal Indonesia, berdasarkan kriteria yang masuk dalam perlindungan hak cipta baik perlindungan hak cipta di Indonesia maupun perlindungan hak cipta yang diberikan oleh *Bern Convention*, *Asics Corporation* yang memiliki beberapa Ciptaan seharusnya sudah mendapat perlindungan hak cipta atas Ciptaan seni lukis strip dan seni lukis logo variasi lainnya di wilayah Indonesia karena melihat negara Indonesia dan negara Jepang sendiri memiliki tujuan yang sama dimana kedua negara ini ingin mengembangkan hukum maupun aspek lainnya yang terkait di bidang hak cipta

sehingga kedua negara ini mengikuti salah satu konvensi besar dalam lingkup hak cipta secara Internasional yang secara langsung membuat kedua negara ini memiliki ikatan dalam pelaksanaannya untuk memberikan perlindungan di bidang hak cipta baik untuk warga negaranya sendiri maupun warga negara asing yang dimana negaranya memiliki hubungan sebagaimana yang telah diuraikan diatas.

Terkait atas suatu Ciptaan yang masuk dalam objek Ciptaan yang dilindungi dalam perkara hak cipta *Asics Corporation*, *Asics Corporation* sendiri merupakan perusahaan yang berbadan hukum asal Jepang, dimana berdasarkan fakta-fakta yang didapat penulis pada Bab sebelumnya bahwa *Asics Corporation* telah menjalankan usahanya sejak tahun 1977 di bidang manufaktur dan penjualan barang-barang olahraga. Dalam menjalankan usahanya *Asics Corporation* telah memiliki beberapa Ciptaan yang digunakan dalam produk dagangnya sebagai pembeda dan ciri khas perusahaan, jika melihat kepada ketentuan Undang-Undang Hak Cipta Indonesia dalam membedakan Ciptaan yang dilindungi atau yang tidak dilindungi, Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya jika dilihat dari bentuk dan sifatnya milik *Asics Corporation* telah masuk kedalam objek perlindungan hak cipta atas Ciptaan yang dilindungi, melihat sebagaimana Pasal 40 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 12 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa segala bentuk jenis karya seni rupa seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase adalah suatu Ciptaan yang dilindungi atas hasil dari intelek seseorang atau Pencipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Ketentuan perlindungan hak cipta atas Ciptaan warga negara asing yang sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan ketentuan yang berlaku pada saat terjadinya sengketa hak cipta milik *Asics Corporation* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku di wilayah Indonesia dan yang diatur dalam *Bern Convention* yang berlaku bagi negara-negara peserta konvensi, dalam hal pemberian perlindungan Hak Cipta yang belum atau tidak diumumkan bukanlah satu syarat suatu Ciptaan akan dilindungi tetapi sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta maupun ketentuan dalam *Konvensi Bern*. Pasal 40 ayat (3) dan ditegaskan kembali dalam Pasal 64 ayat (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 12 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta menyebutkan bahwa terhadap Ciptaan yang belum atau tidak diumumkan atau dalam hal ini tidak dilakukannya pendaftaran Hak Cipta tetapi sudah diwujudkan dalam bentuk nyata yang memungkinkan penggandaan Ciptaan tersebut, sudah mendapatkan

suatu perlindungan hak cipta atas Ciptaan yang dihasilkan dan pendaftaran/pencatatan hak cipta bukan merupakan keharusan bagi pencipta untuk mendapatkan hak cipta, sementara *Bern Convention* sendiri juga memberi perlindungan hak cipta bukan dilihat dari apakah Ciptaan tersebut telah diumumkan atau tidaknya, sebagaimana *Article 3 (1) (a)* menyebutkan perlindungan hak cipta dalam konvensi ini berlaku terhadap Ciptaan baik yang sudah diumumkan atau yang belum diumumkan, sehingga dapat dibilang *Bern Convention* pun dalam memberi perlindungan hak cipta kepada Pencipta tidak melihat apakah Ciptaan tersebut sudah diumumkan atau belum diumukannya. Adapun hasil karya yang tidak dilindungi hak cipta sebagaimana Pasal 41 huruf a Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyebutkan bahwa Ciptaan yang tidak atau belum diwujudkan dan hanya masih berupa ide yang belum diekspresikan dalam bentuk nyata ia tidak termasuk terhadap Ciptaan yang di lindungi.

Menurut L.J Taylor dalam bukunya *Copyright for Librarians* (Henry Soelistyo, 2011) menyatakan “bahwa yang dilindungi Hak Cipta adalah ekspresinya dari sebuah ide, jadi bukan idenya itu sendiri.” Sehingga dapat dikatakan bahwa suatu Ciptaan yang belum didaftarkan tetapi sudah diwujudkan dalam bentuk nyata yang memungkinkan Penggandaan terhadap Ciptaan tersebut bukanlah jadi suatu Ciptaan yang tidak dilindungi hak ciptanya, melainkan sebaliknya Ciptaan yang tidak dilindungi hak cipta ialah Ciptaan yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata atau masih berupa ide.

Pada dasarnya Hak Cipta adalah hak eksklusif Pencipta yang timbul secara otomatis yang berdasar pada prinsip deklaratif setelah suatu Cipta diwujudkan dalam bentuk nyata, hak eksklusif Pencipta itu sendiri terdiri dari hak moral dan hak ekonomi, dimana hak eksklusif tersebut adalah hak yang hanya diperuntukkan bagi Pencipta yang sehingga tidak ada pihak lain yang dapat memanfaatkan hak-hak tersebut tanpa izin dari si Pencipta. Sementara hak eksklusif yang dimiliki Pemegang Hak Cipta hanya sebagian dari hak eksklusif tersebut yaitu hanya bisa melaksanakan hak ekonomi atas suatu Ciptaan yang telah diberikan oleh si Pencipta.

Hak Cipta merupakan hak eksklusif sehingga Hak Cipta atas Ciptaan seni lukis logo *Asics Corporation* yang dalam perkara ini sebagai Pencipta dan Pemegang Hak Cipta juga memiliki apa yang dimaksud dengan hak eksklusif dimana hak eksklusif itu terdiri dari hak moral dan hak ekonomi milik *Asics Corporation*. Dalam permasalahan hak cipta yang dialami oleh *Asics Corporation* dapat dilihat bahwasannya hak eksklusif milik *Asics Corporation* berdasarkan fakta-fakta yang didapat dalam Bab sebelumnya seluruhnya telah di rebut oleh Theng Tjhing Djie (Tergugat I/Termohon Kasasi I) dan

Liong Hian Fa (Tergugat II/Termohon Kasasi II), dimana perbuatan yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi dalam melakukan pendaftaran dan penggunaan Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation* secara pribadi dengan tanpa izin dari *Asics Corporation* sebagai Pencipta dan Pemegang Hak Cipta yang sebenarnya.

Hal tersebut jelas telah melanggar hak moral milik *Asics Corporation* dimana hak moral adalah hak perorangan terhadap karya Cipta yang dihasilkan, yang intinya untuk tidak sedikitpun dari Ciptaan diubah oleh siapapun terkecuali hanya oleh Penciptanya sendiri dan juga untuk mempertahankan haknya dalam hal terjadinya distorsi atau pemutar balikan suatu fakta atas identitas Ciptaannya. Menurut Tim Lindsey (Alif Lutviansori, 2010) “hak moral adalah hak pribadi pencipta yang dapat mencegah perubahan atas karyanya dan untuk tetap disebut sebagai pencipta atas karya tersebut.”

Secara umum dapat dikatakan bahwa hak moral ini merupakan hak yang melindungi kepentingan pribadi Pencipta, dan hak moral mencakup hak agar Ciptaan tidak diubah atau dirusak tanpa persetujuan, sehingga hak moral merupakan hak yang melekat pada diri Pencipta, yaitu hak untuk selalu dicantumkan nama Pencipta dalam setiap Ciptaannya dan hak atas keutuhan Ciptaannya tersebut yang tidak dapat dihilangkan atau dihapus meskipun Hak Cipta dan/atau Hak Terkait telah dialihkan. Sebagaimana hak moral telah diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 24 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku ditahun terjadinya sengketa hak cipta *Asics Corporation*.

Selain Tergugat/Termohon Kasasi telah melanggar hak moral milik *Asics Corporation*, Tergugat/Termohon Kasasi juga atas perbuatannya telah melanggar hak ekonomi milik *Asics Corporation* dalam mencari keuntungan ekonomi, dimana hak ekonomi ini diartikan sebagai sebuah hak untuk mendapatkan keuntungan dari hasil Ciptaannya, hak ini lebih kepada hak untuk menjamin bertambahnya nilai ekonomis Pencipta, dimana hanya Pencipta dan Pemegang Hak Cipta lah yang dapat melakukan Penerbitan Ciptaan, Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya, Pendistribusian Ciptaan, dan Pengumuman Ciptaan, sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Adapun kekurangan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, dimana Undang-Undang tersebut belum mengaturnya perihal hak ekonomi milik Pencipta, tetapi dalam hal untuk melakukan pengumuman atau memperbanyak ciptaan atas suatu ciptaannya telah diatur dalam Pasal 1 angka 1 yang menjelaskan dalam hak eksklusif milik si Pencipta.

Sehingga pelanggaran terhadap Hak Cipta milik *Asics Corporation* yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi jelas telah terjadi, sebagaimana ketentuan baik yang berlaku pada tahun terjadinya sengketa hak cipta milik *Asics Corporation* maupun ketentuan yang baru berlaku setelah terjadinya sengketa telah mengatur hak yang menjadi hak eksklusif yang dimiliki Pencipta bahwa hak-hak tersebut hanya bisa dilakukan oleh Pencipta, dengan *Asics Corporation* tidak pernah memberi izin pihak manapun untuk menjalankan segala hak-haknya yang menjadi hak eksklusifnya, terlebih lagi dengan dilakukannya pendaftaran Hak Cipta di wilayah Indonesia dimana berdasarkan fakta-fakta yang didapat dalam Bab sebelumnya dengan kata lain Tergugat/Termohon Kasasi telah melakukan pendaftaran Hak Cipta tersebut dan melakukan pelanggaran Hak Cipta yang dilakukannya secara sadar dan disengaja melihat bahwa hak cipta seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation* telah ada atau diumumkan melalui surat kabar ataupun katalog produknya jauh sebelum tahun Tergugat/Termohon Kasasi pertama kali mengumumkan dan mendaftarkannya di Indonesia.

*Asics Corporation* dapat disebut sebagai Pencipta dan Pemegang Hak Cipta atas Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya berdasarkan fakta-fakta yang didapat oleh penulis dalam Bab sebelumnya penulisan tugas akhir ini. Jika melihat arti dari kata Pencipta dan Pemegang Hak Cipta sendiri. Pencipta adalah seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu Ciptaan yang bersifat khas dan pribadi, sedangkan Pemegang Hak Cipta adalah sebagai pemilik hak cipta atau pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah. Adapun pasal-pasal yang menyebutkan yang dianggap sebagai Pencipta dalam perkara *Asics Corporation*, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 34, dan Pasal 37 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Pasal 7, Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.

Salah satu bukti *Asics Corporation* dalam menciptakan seni lukis logo yang berbentuk kalimat “*ASICS TIGER*” dari kedua kata “*ASICS*” dan “*TIGER*” merupakan Ciptaan asli milik *Asics Corporation* yang dimana *Asics Corporation* hanya mengontrak salah satu kantor desain guna menyempurnakan dari kedua Ciptaan yang awalnya terpisah satu sama lain, yang sehingga dijadikan menjadi satu yang akhirnya terbentuklah seni lukis logo gabungan kata “*ASICS*” dengan tambahan kata “*TIGER*” yang sekarang menjadi “*ASICS TIGER*”.

Dapat ditarik kesimpulan dari kedua pasal tersebut bahwa yang disebut sebagai Pencipta ialah orang yang

merancang dan/atau sudah memiliki dasar Ciptaan dalam hal ini *Asics Corporation* telah memiliki terlebih dahulu seni lukis logo kata “ASICS” dan kata “TIGER” yang kemudian mempekerjakan salah satu kantor desain untuk menggabungkan kedua kata tersebut sehingga yang dapat dianggap Pencipta ialah *Asics Corporation*, dan sekiranya jika ada nama Pencipta yang dicantumkan oleh *Asics Corporation* atas pengumuman yang dilakukan dalam seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya memanglah yang dicantumkan namanya tersebut sebagai Pencipta dan *Asics Corporation* dianggap sebagai Pemegang Hak Cipta.

Terkait permasalahan pendaftaran hak cipta yang dilakukan oleh Theng Tjhing Djie dan Liong Hian Fa atas Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya dengan Pendaftaran Nomor 012405, 012406, 015299 dan 018085 yang terdaftar atas nama Pemegang Hak Cipta Theng Tjhing Djie (Tergugat I/Termohon Kasasi I) dan Pencipta Liong Hian Fa (Tergugat II/Termohon Kasasi II) yang sangat mirip secara substantial dengan Hak Cipta milik *Asics Corporation* dapat dikatakan Hak Cipta dengan Pendaftaran Nomor 012405, 012406, 015299 dan 018085 bukanlah Ciptaan yang orisinal karena bukan berasal dari hasil karya buah pikir Liong Hian Fa (Tergugat II/Termohon Kasasi II). Mengingat fakta-fakta yang didapat dalam Bab sebelumnya bahwasannya Tergugat/Termohon Kasasi dalam mengumumkan maupun mendaftarkan hak ciptanya itu setelah adanya pengumuman terlebih dahulu yang dilakukan oleh *Asics Corporation* melalui surat kabar maupun katalog produk dagangannya dan *Asics Corporation* pun tidak pernah memberi izin kepada pihak manapun untuk menjalankan segala hak-haknya yang menjadi hak eksklusifnya, terlebih lagi dengan dilakukannya pendaftaran Hak Cipta di wilayah Indonesia dengan kata lain Tergugat/Termohon Kasasi melakukan pendaftaran Hak Cipta tersebut dan melakukan pelanggaran Hak Cipta yang dilakukannya secara sadar dan disengaja melihat bahwa hak cipta seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation* telah ada jauh sebelum tahun Tergugat/Termohon Kasasi pertama kali mengumumkan maupun mendaftarkannya di Indonesia.

Jika melihat Pendaftaran hak cipta yang dilakukan oleh Tergugat/Termohon Kasasi atas Ciptaan seni lukis logo di wilayah Indonesia dan jika melihat Undang-Undang Hak Cipta baru yang berlaku saat ini, dimana seharusnya ciptaan seni lukis logo tersebut yang sebelumnya telah digunakan terlebih dahulu oleh *Asics Corporation* yang dijadikan ciri khas perusahaan dalam produk dagangannya yang sebelum diumumkan dan/atau didaftarkan pertama kali oleh Tergugat/Termohon Kasasi di wilayah Indonesia semestinya tidak dapat didaftarkan, sebagaimana Pasal 65 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014

tentang Hak Cipta menyebutkan: “Pencatatan Ciptaan tidak dapat dilakukan terhadap seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barangnya/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum.”

Sehingga dapat dikatakan bahwa suatu Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya yang digunakan sebagai merek atau sebagai tanda pembeda seharusnya tidak dapat didaftarkan di wilayah Indonesia, karena melihat dari seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya tersebut yang bertujuan diciptakan dan digunakan hanya untuk sebagai pembeda dan ciri khas perusahaan dalam produk dagang *Asics Corporation*. Namun Ciptaan tersebut tetap mendapatkan perlindungan hak cipta atas hak eksklusif yang dimiliki Pencipta dalam menggunakan hak-haknya seperti hak melindungi Ciptaannya sendiri dan hak untuk menjalankan hak ekonominya guna mendapat keuntungan ekonomis atas hasil karya cipta yang dihasilkan Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta secara seutuhnya.

Dari adanya kedua putusan perkara Hak Cipta milik *Asics Corporation* tersebut tampak jelas bahwa mekanisme perlindungan hak cipta yang dilakukan oleh aparat penegak hukum yang berwenang menangani pelanggaran hak cipta maupun Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku pada saat terjadinya sengketa masih belum berpihak dan masih terdapat kekurangan dalam pengaturannya dalam melindungi hak dari Pencipta baik itu warga negara Indonesia sendiri maupun warga negara asing, mengingat belakangan ini Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta yang sudah jelas dirugikan masih harus berjuang untuk memperoleh apa yang memang menjadi haknya, yang pada akhirnya Pencipta tidak memperolehnya. Menurut *Fitzgerald*, dalam pendapatnya mengenai perlindungan hukum, bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Dari kedua putusan tersebut juga dapat menjadi cerminan bahwa perlindungan hukum terhadap hak-hak Pencipta masih belum optimal dalam penegakannya, melihat Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku di saat terjadinya sengketa hak cipta telah memberikan perlindungan hak cipta baik hak cipta milik warga negara asing dan warga negara Indonesia maupun hak cipta yang belum atau tidak dilakukan pengumuman. Hak cipta adalah hak eksklusif Pencipta yang timbul secara otomatis



berdasarkan prinsip deklaratif serta perlindungan hak cipta yang telah diatur oleh Undang-Undang Hak Cipta Indonesia, perlindungan hukum terhadap hak cipta didapat bukan hanya dari adanya pendaftaran saja melainkan perlindungan akan didapat jika ekspresi seseorang di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra telah diwujudkan dalam bentuk nyata.

## 2. Akibat Hukum Terhadap Putusan Pengadilan Niaga Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI/2013 Terhadap Sengketa Hak Cipta Milik Negara Asing

Akibat hukum merupakan segala akibat atau konsekuensi yang terjadi atas segala perbuatan hukum yang dilakukan oleh subjek hukum terhadap objek hukum atau akibat-akibat lainnya yang terjadi dari kejadian-kejadian tertentu yang oleh hukum sendiri telah ditentukan yang sehingga hal tersebut dianggap sebagai akibat hukum, dengan kata lain akibat hukum timbul karena adanya suatu pelanggaran yang dilakukan oleh subjek hukum terhadap peraturan yang telah diberlakukan.

Terkait akibat hukum yang ditimbulkan atas Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Putusan Kasasi pada Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI/2013 Terhadap Sengketa Hak Cipta Milik Negara Asing, adapun Majelis Hakim memutus sebagai berikut:

1. Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst :

Dalam Eksepsi:

- a. Majelis Hakim mengabulkan eksepsi Theng Tjhing Djie (Tergugat I) untuk sebagian;
- b. Majelis Hakim menyatakan gugatan *Asics Corporation* (Penggugat) tidak jelas (kabur);

Dalam Konvensi:

1. Majelis Hakim menyatakan gugatan *Asics Corporation* (Penggugat) *Konvensi* tidak dapat diterima;
2. Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI/2013 Terhadap Sengketa Hak Cipta Milik Negara Asing
3. Majelis Hakim menolak Permohonan Kasasi yang diajukan oleh Pemohon Kasasi yaitu *Asics Corporation*.

Di mana Penggugat/Pemohon Kasasi yang dalam perkara ini merupakan Pencipta dan Pemegang Hak Cipta sebenarnya atas Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya yang telah terdaftar di wilayah Indonesia atas nama Pencipta dan Pemegang Hak Cipta dari Tergugat I/Termohon Kasasi I dan Tergugat II/Termohon Kasasi II, adapun akibat hukum yang timbul atas putusan tersebut diatas, yakni berupa hilangnya hak cipta atas Ciptaan seni lukis

logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation* di Indonesia. Hal tersebut tentu akan berdampak kepada Pencipta yang mengalami kerugian materil maupun kerugian immateril yang mengharuskan hilangnya suatu hak-hak yang ada didalam sebuah hak cipta yang disebut sebagai hak eksklusif Pencipta. Selain hak-hak Pencipta yang hilang atas adanya putusan tersebut, nama Indonesia pun kemungkinan akan masuk dalam pertimbangan-pertimbangan Pencipta warga negara asing untuk menjalankan kegiatan usahanya yang terkait mengenai hak cipta di Indonesia, karena dewasa ini dalam masyarakat Internasional, Hak Kekayaan Intelektual sudah menjadi salah satu isu penting yang selalu diperhatikan oleh kalangan negara-negara maju, dengan terjadinya perkara hak cipta yang terus menerus tanpa adanya penyelesaian yang baik, tentunya situasi seperti ini adalah merupakan tantangan kepada Indonesia dalam memberikan perlindungan yang memadai atas Hak Kekayaan Intelektual khususnya hak cipta.

Pelanggaran hak cipta tentu akan terjadi lagi setelah adanya gugatan sampai kepada permohonan kasasi yang diajukan oleh *Asics Corporation*, melihat tujuan gugatan dan permohonan kasasi tersebut adalah guna menyelesaikan perkara pelanggaran hak cipta yang dialaminya. Namun hal tersebut justru harus dialami untuk kedua kalinya dimana *Asics Corporation* harus merelakan Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya untuk waktu yang sangat lama di wilayah Indonesia, mengingat perlindungan hak cipta berlaku seumur hidup sampai Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta meninggal dunia dan akan tetap berlaku 50 tahun setelah Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta meninggal dunia sebagaimana telah diatur dalam Pasal 29 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan ditambah masa berlakunya dalam Undang-Undang Hak Cipta baru selama 70 tahun Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta meninggal dunia, sebagaimana telah diatur dalam Pasal 58 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Adapun yang seharusnya didapat oleh *Asics Corporation*, dimana hukum hak cipta sendiri melindungi karya intelektual dan/atau seni dalam bentuk ekspresi, ekspresi yang dimaksud disini adalah ekspresi dibidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 12 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku ditahun terjadinya sengketa hak cipta *Asics Corporation* dan Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Jika dikaitkan dengan akibat hukum yang timbul atas putusan Pengadilan Niaga dan Mahkamah Agung dalam perkara hak cipta seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya milik *Asics Corporation*, merupakan akibat hukum yang tidak didasarkan

kepada pengertian perlindungan hak cipta yang seharusnya, melainkan putusan Pengadilan Niaga dan Mahkamah Agung dalam menyikapi pelanggaran hak cipta bertolak belakang atau bertentangan dengan pengaturan mengenai perlindungan hak cipta, justru akibat hukum tersebut akan secara tidak langsung mendukung pelanggaran hak cipta dengan melepas si pelanggaran atas perbuatannya yang tidak seharusnya dilakukan dengan menggunakan hak-hak yang ada dalam hak eksklusif Pencipta tanpa hak dan tanpa izin dari Pencipta terlebih dahulu.

Sementara upaya hukum yang seharusnya untuk menuntut para pelanggaran hak cipta sebagaimana ciptaan-ciptaan yang dilindungi tersebut diatas, yang dapat dilakukan oleh *Asics Corporation* terkait dengan Ciptaan tersebut melalui gugatan secara perdata maupun tuntutan pidana. Adapun tuntutan secara perdata Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta berhak mengajukan gugatan ganti rugi dan dapat memohon putusan provisi atau putusan sela atas Ciptaannya yang menjadi objek sengketa, sebagaimana Pasal 56 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Pasal 99 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyebutkan:

Sedangkan sanksi pidana berupa tuntutan pidana penjara dan denda atas perbuatan pelanggaran hak cipta seseorang yang melakukan hal tersebut atau hak eksklusif milik Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta hanya guna kepentingan pribadi dalam penggunaannya secara tanpa hak dan izin dari Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta diatur dalam ketentuan Undang-Undang Hak Cipta Indonesia, adapun yang diatur Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku ditahun terjadinya sengketa hak cipta *Asics Corporation* dimuat dalam pasal 72 atas ketentuan pidana dari pelanggaran hak cipta dan sedangkan berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku saat ini sebagaimana Pasal 112 dan Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyebutkan:

Pasal 112 “Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (3) dan/atau Pasal 52 untuk Penggunaan Secara Komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.300.000.000.00 (tiga ratus juta rupiah).”

Pasal 113:

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf I untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).

- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000.00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000.00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000.00 (empat miliar rupiah).

Sebagaimana peraturan perundang-undangan di Indonesia yang telah memberi sanksi-sanksi keperdataan maupun pidana berupa pidana penjara atau pidana denda dalam menyikapi pelanggaran hak cipta yang diperbuat oleh pihak yang berkepentingan pribadi atas suatu Ciptaan yang dimana bukan menjadi hak atau miliknya adalah sebagai upaya pemerintah Indonesia dalam memberi perlindungan hak cipta dalam bentuk peraturan perundang-undangan, akan tetapi hal tersebut masih belum cukup untuk memberi rasa takut para pelanggaran hak cipta, mengingat tindakan perlindungan hukum yang dilakukan aparat penegak hukum yang berwenang menangani permasalahan hak cipta lebih berdasar kepada ada atau tidaknya pengaduan pelanggaran atas hak cipta, sebagaimana Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku saat ini mengaturnya dalam Pasal 120 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyebutkan: “Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini merupakan delik aduan.”

Ketentuan sebagaimana Pasal 120 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, jika melihat masih banyaknya permasalahan pelanggaran hak cipta di Indonesia jelas delik yang dipergunakan dalam Undang-Undang Hak Cipta Indonesia akan memberi kesulitan dalam aparat penegak hukum melakukan pencegahan perkembangan pelanggaran hak cipta yang terus semakin bertambah. Karena dengan menggunakan delik aduan dalam melaksanakan Undang-Undang Hak Cipta Indonesia tersebut, maka akan berdampak juga terhadap penegakan hukum atas pelanggaran hak cipta akan semakin sulit dituntaskan

karena terbatasnya ruang gerak para penegak hukum untuk menegakkan pelanggaran hak cipta atas suatu Ciptaan.

Pelanggaran hak cipta jelas timbul setelah adanya putusan Pengadilan Niaga Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI/2013 terhadap sengketa hak cipta yang diperkarakan oleh *Asics Corporation*, hal ini tentu akan dipertanyakan bagaimana kepastian hukum yang dijalankan dalam perkara ini, Menurut Hans Kelsen, hukum adalah sebuah sistem norma. Norma adalah pernyataan yang menekankan aspek “seharusnya” atau *das sollen*, dengan menyertakan beberapa peraturan tentang apa yang harus dilakukan. Norma-norma adalah produk dan aksi manusia yang *deliberatif*. Undang-Undang yang berisi aturan-aturan yang bersifat umum menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama individu maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Aturan-aturan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan terhadap individu. Adanya aturan itu dan pelaksanaan aturan tersebut menimbulkan kepastian hukum. Kepastian hukum itu sendiri merupakan jaminan atas kepastian suatu peraturan perundang-undangan dalam memberikan kesejahteraan masyarakat umum dan jaminan keadilan bagi masyarakat umum. Melihat pelaksanaan hukum mengenai hak cipta perkara *Asics Corporation* juga jika melihat aturan ketentuan-ketentuan yang ada di Undang-Undang Hak Cipta Indonesia sebenarnya Undang-Undang Hak Cipta Indonesia secara keseluruhan telah cukup memadai untuk memberi perlindungan dan penegakkan pelanggaran hak cipta. Sehingga terkait masalah *Asics Corporation* yang mengharuskan kehilangan hak ciptanya di Indonesia kesalahan seperti ini bukan pada aturan hukum yang mengaturnya, melainkan pelaksanaan aturan hukum tersebut yang dirasa masih belum maksimal, mengingat fakta-fakta atas kepemilikan hak cipta atas Ciptaan seni lukis logo strip dan seni lukis logo variasi lainnya telah masuk sebagai kriteria Ciptaan yang harus dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang berlaku di wilayah Indonesia.

Melihat pelanggaran hak cipta dewasa ini masih sering ditemukan, pelanggaran-pelanggaran tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang dimana hanya memiliki kepentingan pribadi guna mendapatkan keuntungan ekonomi dengan cara yang singkat dan mudah. Hal tersebut jelas akan berakibat terhadap produktivitas dan kreativitas Pencipta yang dimatikan secara perlahan oleh para pelanggar hak cipta, yang jika pelanggaran hak cipta atas perbuatan memplagiarisme atau merugikan milik Pencipta secara berkelanjutan tanpa adanya perlindungan yang lebih baik lagi, maka tidak dapat dipungkiri jika semakin besarnya pengaruh terhadap perkembangan di segala

aspek yang terkait dengan hak cipta akan menurun. Salah satu bentuk pelanggaran hak cipta yakni pihak yang melakukan peniruan, penjiplakan dan pendaftarannya suatu karya seni lukis logo strip dan beberapa seni lukis logo lainnya yang ditimbulkan atas putusan Pengadilan Niaga dan Mahkamah Agung, dalam hal ini milik *Asics Corporation* yang dilakukan oleh pihak yang memiliki kepentingan pribadi atas penggunaan yang tidak mempunyai hak atau izin dari Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta, sehingga perbuatan melanggar tersebut dapat merugikan hak-hak yang dimiliki Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta. Dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah memberikan ketentuan jika seseorang tidak memiliki hak dan izin dalam menjalankan hak eksklusif yang ada pada diri Pencipta, maka Tergugat/Termohon Kasasi dalam hal ini sebagai pihak yang mempergunakan hak eksklusif milik Pencipta akan mendapatkan sanksi berupa sanksi perdata berupa gugatan ganti kerugian dan dapat juga diterapkan sanksi pidana berupa tuntutan pidana penjara dan denda sebagaimana telah disebut diatas.

Terjadinya pelanggaran hak cipta atas suatu Ciptaan bukan hanya dalam hal ini dikarenakan para aparat penegak hukumnya saja, mengingat selama ini pun berbagai usaha untuk mensosialisasikan penghargaan terhadap Pencipta atas suatu hasil karya cipta intelektual sebenarnya telah dilakukan secara bersama-sama oleh aparat penegak hukum terkait dengan hak cipta beserta lembaga-lebaga pendidikan dan lembaga swadaya masyarakat. Akan tetapi sejauh ini upaya mensosialisasikan penghargaan terhadap Pencipta atas suatu hasil karya cipta intelektual, tampaknya belum cukup berhasil, hal tersebut dikarenakan konsep dari hak cipta atau Hak Kekayaan Intelektual itu sendiri dan kebutuhan atas hak cipta belum benar-benar dipahami secara baik dan disadari oleh beberapa kalangan masyarakat, serta dalam perkara hak cipta *Asics Corporation* dikarenakan kurang optimalnya penegakan hukum oleh aparat penegak hukum yang berwenang terkait mengatasi permasalahan pelanggaran hak cipta.

## KESIMPULAN

1. Perlindungan hukum terhadap hak cipta milik warga negara asing dalam hal ini perkara hak cipta milik *Asics Corporation* jika mendasar pada ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang berlaku pada saat terjadinya sengketa hak cipta *Asics Corporation* dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta maupun ketentuan dalam *Bern Convention*, seharusnya Ciptaan milik warga negara asing sudah dapat perlindungan hak cipta atas suatu Ciptaannya, sebagaimana Pasal 76

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Pasal 2 huruf c Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah memberlakukan beberapa ketentuan yang ada didalam Undang-Undang tersebut terhadap perlindungan hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing, dimana dalam perkara ini negara Indonesia dan negara Jepang memiliki hubungan perjanjian multilateral mengenai perlindungan hak cipta, sebagaimana pemerintah Indonesia telah meratifikasi salah satu konvensi Internasional mengenai hak cipta melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pengesahan *Bern Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* dimana sebagai negara peserta melalui peratifikasian *Bern Convention* mewajibkan negara peserta untuk menjalankan ketentuan yang ada didalamnya untuk memberikan perlindungan hak cipta kepada warga negaranya sendiri maupun warga negara asing yang negaranya tersebut salah satu sebagai negara peserta *Bern Convention*, ketentuan yang ada dalam *Bern Convention* sendiri yang mewajibkan negara peserta harus saling melindungi hak cipta milik negara peserta lainnya terdapat didalam *Article 5 (1) a* dan *Article 5 (3)*. Dan pada dasarnya hak cipta adalah hak eksklusif yang timbul secara otomatis dan telah mendapatkan perlindungan hukum sejak suatu Ciptaan tersebut telah diwujudkan dalam bentuk nyata, sehingga perlindungan hak cipta atas Ciptaan milik warga negara asing dalam perkara hak cipta *Asics Corporation* berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta Indonesia dan ketentuan yang ada dalam *Bern Convention* sudah sangat jelas aturan mengenai perlindungan yang harus diberikan kepada Pencipta yang merupakan bukan dari warga negaranya sendiri.

2. Akibat hukum dalam perkara Hak Cipta milik *Asics Corporation* terhadap Putusan Pengadilan Niaga Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Putusan Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013, selain akan berdampak negatif kepada jati diri bangsa Indonesia sendiri dikanca Internasional terlebih lagi Indonesia telah mengikuti beberapa konvensi Internasional terkait dengan perlindungan Hak Cipta yang dikarenakan belum baiknya perlindungan hukum Hak Cipta di wilayah Indonesia, tentunya juga akan berdampak langsung terhadap produktivitas Pencipta untuk menghasilkan karya-karya selanjutnya, karena atas kekhawatiran para Pencipta atau Intelektual yang akan mudahnya masyarakat Indonesia untuk meniru, menjiplak, menggunakan tanpa izin dan sampai mendaftarkan karya Cipta yang bukan menjadi haknya termasuk dalam hal ini adalah perkara Hak Cipta milik *Asics Corporation* yang harus kehilangan seluruh haknya atas Ciptaan di wilayah Indonesia terhadap Putusan Pengadilan

Niaga Nomor 48/HAK CIPTA/2012/PN Niaga.Jkt.Pst dan Putusan Mahkamah Agung Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013 yang dimana putusan tersebut telah meloloskan pelanggar Hak Cipta dari sanksi hukum atas perbuatannya.

## REFERENSI

- Abdulkadir Muhammad. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum* (Cet. 1). Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Alif Lutviansori. (2010). *Hak Cipta dan Perlindungan Folklor di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Chairul Anwar. (1999). *Hak Cipta Pelanggaran Hak Cipta dan Perundang-Undangan Terbaru Hak Cipta Indonesia*. Jakarta: CV Novindo Pustaka Mandiri.
- Eddy Damian. (2005). *Hukum Hak Cipta*. Bandung: PT.Alumni.
- Henry Soelistyo. (2011). *Hak Cipta Tanpa Hak Moral*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jimly Asshiddiqie. (1997). *Teori & Aliran Penafsiran Hukum Tata Negara*. Jakarta: Ind. Hill.Co.
- Muhammad Ahkam Subroto & Suprapedi. (2008). *Pengenalan HaKI: Konsep Intelektual Untuk Penumbuhan Inovasi*. Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang.
- Peter Mahmud Marzuki. (2008). *Penelitian Hukum* (Cet 2). Jakarta: Kencana.
- Sejarah Hak Cipta Di Indonesia. (n.d.). Retrieved from <http://www.yrci.or.id/>
- Suyud Margono & Amir Angkasa. (2002). *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

## PROFIL PENULIS

Rahmat Saputra, SH, MH yang merupakan Dosen Fakultas Hukum di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Disamping akademisi juga sebagai praktisi bidang hukum Advokat, Pengacara / Konsultan Hukum di Perhimpunan Advokat Indonesia (PERADI).

## Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program studi

I Ketut Martana<sup>1</sup>, Dina Andriana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program studi Administrasi Bisnis  
e-mail: ketut.martana@bsi.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Ilmu atau Sains Komunikasi, Program studi Periklanan  
e-mail: dina.daa@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Martana, I. K., & Andriana, D. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program studi. *Cakrawala*, 19 (1), 39–46. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** – *This study aims to determine the effect of marketing mix strategies (products, prices, promotions, places, processes, people, and services) on the selection of students in an advertising study program at a private university in Jakarta. The population of this research is the new students of Study Program at 2017 academic year totaling 139 people. The results of hypothesis testing show that R Square is equal to 0.895 where the marketing mix strategy (product, cost, promotion, place, person, process, and service) explains 89.5% has an effect on the dependent variable (Student Decision). While the remaining 10.5% is the influence of other independent variables that are not explained by this research model such as environmental influences. And testing the independent variable partially, the variable person ( $X_5$ ) with a value of  $t_{count}$  of 5.720 and service ( $X_7$ ) with a value of  $t_{count}$  of 7.916 which shows a greater influence than the other independent variables. And variables that show the lowest influence are in the process variable ( $X_6$ ), the  $t_{count}$  is 2.077. So that it can be concluded that the marketing mix variables simultaneously influence student decisions in choosing a study program, but if partially the person variable ( $X_5$ ) and service ( $X_7$ ) contribute to the decision making process of choosing a study program.*

**Keywords:** marketing mix, decision to choose

### PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi memberikan dasar hukum untuk membangun pendidikan nasional dengan menerapkan prinsip demokrasi, desentralisasi, otonomi, keadilan dan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Penerapan ketentuan dalam undang-undang ini diharapkan dapat mendukung segala upaya untuk memecahkan masalah pendidikan, guna memberikan sumbangan yang signifikan terhadap masalah-masalah makro bangsa Indonesia.

Dalam kerangka globalisasi, penyiapan pendidikan perlu disinergikan dengan tuntutan kompetisi. Oleh karena itu, dimensi daya saing dalam sumber daya manusia kelak menjadi faktor penting sehingga upaya memacu kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan merupakan tuntutan yang harus dikedepankan. Untuk itu, perguruan tinggi dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas lulusannya. Perguruan tinggi merupakan salah satu bentuk jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Umumnya target pasar perguruan tinggi adalah siswa yang sebagian akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Lulusan Sekolah Menengah Umum/Kejuruan (SMU/K) yang akan melanjutkan

pendidikannya ke perguruan tinggi tentu menginginkan agar nantinya selesai dengan cepat dan kemudian mudah mendapat pekerjaan.

Dalam kondisi sekarang ini terlihat bahwa daya tampung mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sangat terbatas. Maka seluruh Perguruan Tinggi Swasta (PTS), khususnya di DKI Jakarta memiliki peluang yang sama untuk dipilih calon mahasiswa yang tidak tertampung di PTN dalam melanjutkan studinya. Oleh karena itu setiap PTS harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan PTS lain. Besar kecilnya kemampuan untuk memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian informasi tentang PTS yang bersangkutan, yang secara nyata terlihat dari strategi bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh setiap PTS.

Salah satu akademi komunikasi di Jakarta menjadi fokus penelitian di mana terindikasi bahwa perolehan mahasiswa yang didapat dari tahun ke tahun cukup fluktuatif dan cenderung menurun. Perolehan mahasiswa baru pada tahun akademik 2015/2016 sebesar 157 orang, pada tahun akademik 2016/2017 mengalami kenaikan sebesar 31% dari tahun lalu sebesar 206 orang, dan selanjutnya pada tahun akademik 2017/2018 mengalami penurunan signifikan sebesar 67% dari tahun lalu yaitu 139

orang dan pada tahun akademik terbaru 2018/2019 hanya berhasil naik sebesar 1% dengan jumlah mahasiswa baru 141 orang.

Bauran pemasaran jasa memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan suatu strategi bauran pemasaran, karena strategi bauran pemasaran memiliki keterkaitan terhadap kebijakan strategi pemasaran. Dalam memahami pemasaran jasa pendidikan tinggi, strategi yang diterapkan tidak terlepas dari strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran dalam hubungannya dengan pemasaran jasa Pendidikan Tinggi tidak terlepas dari produk (Program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, lokasi, orang, proses, dan pelayanan.

Kotler & Armstrong (2018), menyatakan bahwa "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan pihak lain".

Selanjutnya Lamb, Charles W; Hair, Joseph F; McDaniel (2017), menyatakan bahwa "*marketing is a process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of idea, goods, and service to create exchanges that satisfy individual and organizational goals*".

Dari pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak bagi keberadaan suatu organisasi agar dapat memuaskan individu dan organisasi untuk jangka panjang.

Kotler & Armstrong (2018), menyatakan bahwa "jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan suatu pihak yang dapat ditawarkan kepada pihak lain yang secara esensial tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu".

Zeithaml, Bitner, & Gremler (2018), menyatakan bahwa "*service are going to move in this decade to being the front edge of the industry*".

Zeithaml et al., (2018), menyatakan bahwa "*marketing mix defined as the elements an organization controls that can be used to satisfy or communicate with customers. The service marketing mix is composed of the seven p's: product, price, place (distribution), and promotion, people, physical evidence, and process*".

Selanjutnya menurut Fadilah & Yuniati, (2016), bahwa "sebagai suatu bauran pemasaran jasa, elemen tersebut (produk, harga promosi, tempat, orang proses, pelayanan) saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan".

Bauran pemasaran jasa sebagaimana dikemukakan di atas terdiri dari tujuh elemen, yaitu: produk (*product*),

harga (*price*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

Fadilah & Yuniati (2016), menyatakan bahwa "produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan".

Fadilah & Yuniati (2016), juga menyatakan bahwa "ada empat karakteristik produk jasa, yaitu: 1). *Intangibility*; Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, 2). *Heterogenity/Variability*; bersifat non-standar dan sangat variable, 3). *Inseparability*; umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya, 4). *Perishability*; Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk inventori". Indikator untuk produk pada penelitian ini dilihat dari program studi yang ditawarkan, kurikulum, hingga kegiatan kunjungan studi dan program praktek kerja lapangan.

Harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran jasa, karena penetapan harga memberikan penghasilan bagi bisnis. Menurut J. Fadilah, Andriana, & Widarti, (2018), bahwa "keputusan penetapan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh pelayanan layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra". Indikator pada harga di penelitian ini berupa mengenai uang kuliah, uang ujian, uang pendaftaran, uang sumbangan wajib, uang tes masuk, hingga uang modul/diktat.

Kotler & Armstrong (2018), bahwa "aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya". Sedangkan menurut Fadilah (2016), bahwa "promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga". Indikator pada promosi di penelitian ini berupa sumber informasi yang diterima calon mahasiswa dan orang tua melalui surat kabar, radio, spanduk, brosur, dan papan reklame.

Menurut Fadilah et al., (2018), menyatakan bahwa "saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distribusi atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegunaan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen".

Menurut Kotler & Armstrong (2018), bahwa "place (distribusi) mencakup aktivitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi konsumen sasaran". Indikator pada tempat di penelitian ini berupa indikator lokasi yang strategis dilihat dari dekat dengan pusat kota, pusat perbelanjaan, PTS lain, perkantoran, dan tempat tinggal.

Menurut Lupiyoadi (2013), bahwa "proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen". Proses dapat dibedakan dalam dua cara, yaitu (1) *Complexity*, hal ini berhubungan dengan langkah dan tahap dalam proses; (2) *Divergence*, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses. Indikator pada proses di penelitian ini dilihat dari proses penerimaan mahasiswa, proses pendaftaran, Test penerimaan, dan daftar ulang.

Lupiyoadi (2013), menyatakan bahwa "dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai service provider sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan". Keputusan dalam *people* ini berarti berhubungan dengan seleksi, training, motivasi dan sumber daya manusia. Indikator pada orang di penelitian ini dilihat dari tenaga pendidik, pihak manajemen, dan staf yayasan hingga *frontliner*.

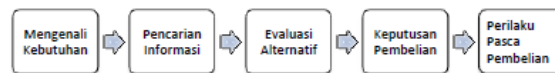
*Customer service* pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi, logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Menurut Christopher Lovelock dalam Lupiyoadi (2013), bahwa "*customer service strategy* mencakup: identifikasi misi jasa, penentuan sasaran dari *customer service*, perumusan *strategy customer service*, dan implementasi".

Sedangkan Zeithaml et al. (2018), menyatakan bahwa "peran orang yang dalam hal penyajian jasa terdiri dari karyawan lini depan dan yang mendukungnya di bagian belakang, sangat penting bagi keberhasilan organisasi jasa". Indikator pada pelayanan di penelitian ini dilihat dari sikap, tingkah laku, dan fasilitas yang ditunjukkan oleh staf, pihak manajemen, yayasan, tenaga edukatif serta fasilitas gedung, laboratorium, ruang belajar, dan perpustakaan.

Schiffman & Kanuk (2014), menyatakan bahwa "*The term consumer behavior can be defined as the behavior that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of products, service and ideas which they expect will satisfy their needs*". Sedangkan menurut Kotler & Armstrong, (2018), bahwa "keputusan pembelian dari pembeli merupakan suatu hasil hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli".

Menurut Kotler & Armstrong (2018), "*The buyer decision process consist of five stages: needs recognition, information search, evaluation of alternative, purchase decision and post purchase behavior*". Menurut Kotler & Armstrong (2018), bahwa "proses pembelian yang spesifik terdiri dari

urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian".



Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Indikator pada proses pengambilan keputusan mahasiswa di penelitian ini dilihat dari proses Pencarian informasi, mengevaluasi penawaran, ketepatan dalam memutuskan, dampak psikologis setelah memutuskan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Morissan (2017), menyatakan bahwa, "Penelitian Survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok".

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan atau objek penelitian (Djarwanto, 1996), yang dilakukan melalui pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta pengujian statistik. (Bungin, 2017).

Sifat penelitian ini adalah eksplanatory, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. (Bungin, 2017).

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa baru suatu program studi di salah satu akademi komunikasi di Jakarta tahun akademik 2017 yang berjumlah 139 orang. Melihat populasi yang ada penulis melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampling jenuh, dimana keseluruhan anggota populasi digunakan sebagai sampel, karena jumlah populasi relatif kecil (Sugiyono, 2016).

Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa program studi Periklanan yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai bauran pemasaran yang diterapkan pada program studi.
2. Studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan mempelajari data atau dokumen yang mendukung penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa sebanyak 74 orang (52.9%) adalah wanita, sedangkan sebanyak 65 orang (47.1%) adalah

pria. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa memilih program studi lebih diminati jenis kelamin wanita.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.**

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 22 tahun (29.4%). Sedangkan yang berusia 18 tahun (2%), 19 tahun (11.8 %), 20 tahun (19.6%), 21 tahun (17.6%), 23 tahun (15.7%), dan yang berumur 24 tahun adalah (3.9%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa yang memutuskan memilih Program studi berusia 22 tahun.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal SMA**

Karakteristik responden berdasarkan asal SMA pada Program studi banyak berasal dari SMA Swasta Umum dari pada sekolah menengah kejuruan dan sekolah menengah umum negeri di Jabodetabek.

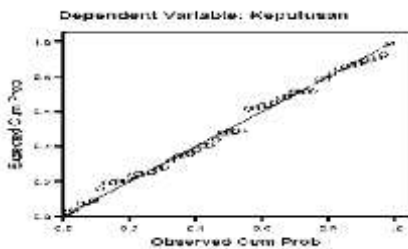
**Hasil Uji Hipotesis**

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak.

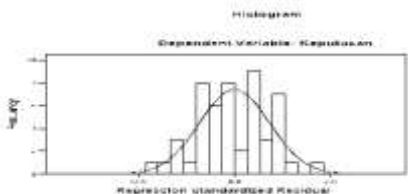
2. Analisis Grafik

Hasil analisis grafik normal plot dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)  
Gambar 2. Grafik Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan analisis grafik histogram dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)  
Gambar 3. Grafik Histogram

Dari Gambar 2 dan Gambar 3 dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Analisis Statistik

Analisis statistik dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test Standardized Residual

N		51
Normal Parameters (a, b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92736185
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.037
	Negative	-.040
Kolmogorov-Smirnov Z		.283
Asymp. Sig. (2-tailed)		1.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Diketahui bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0.283 dan nilai residual 1.000 >  $\alpha$  (0.05), maka nilai residual terstandarisasi dapat dikatakan menyebar secara normal atau model memenuhi asumsi normalitas.

4. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas, sehingga model regresi tidak dapat dipergunakan. Hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Produk	.801	1.248
Biaya	.842	1.188
Promosi	.780	1.282
Tempat	.616	1.624
Orang	.611	1.638
Proses	.949	1.054
Pelayanan	.670	1.493

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Dari Hasil pengolahan data pada Tabel 2 menunjukkan tidak ada variabel bebas (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) yang memiliki nilai Tolerance lebih dari 5. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksikan keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan berdasarkan masukan variabel bebas.

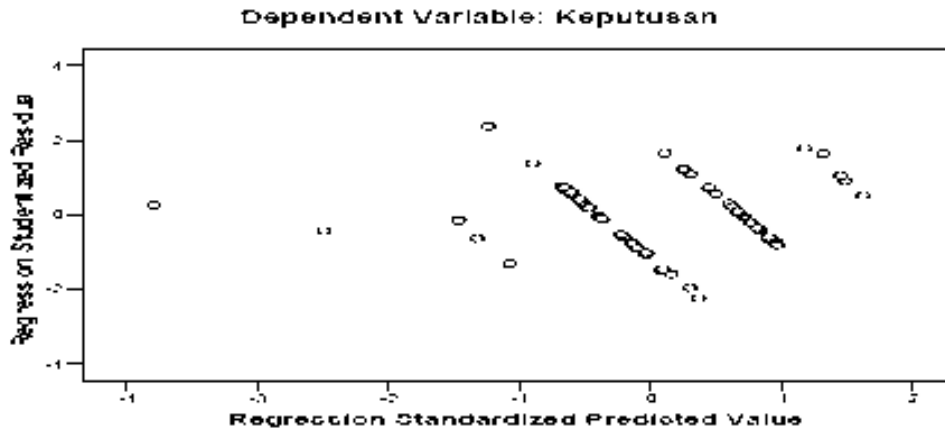
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada dasarnya untuk menguji apakah data memiliki varians yang tidak sama (terjadi heteroskedastisitas) yang perlu dihindari, karena



dalam analisis regresi yang diinginkan adalah homoskedastisitas (data memiliki varians yang sama). Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis grafik dapat dilihat pada Gambar 4.4 sebagai berikut.

Berdasarkan Tabel 3, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  
 $Y = 3.586 + 0.061X_1 + 0.090X_2 + 0.111X_3 + 0.099X_4 + 0.187X_5 + 0.092X_6 + 0.159X_7$   
Atau,



Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)  
Gambar 4 Grafik Heteroskedastisitas

Pada hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 14, jelas terlihat bahwa pola penyebaran titik – titik di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y tidak membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 6. Regresi Linier Berganda

Hasil uji hipotesis bahwa produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ), orang ( $X_5$ ), proses ( $X_6$ ), dan pelayanan ( $X_7$ ) berpengaruh nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y) pada Program studi.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih dapat diterima.

Berdasarkan hasil regresi data primer yang telah diolah diperoleh hasil regresi linier berganda pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	3.586	.893		
Produk	.061	.028	.119	
Harga	.090	.019	.254	
Promosi	.111	.020	.313	
Tempat	.099	.024	.293	
Orang	.187	.033	.362	
Proses	.192	.044	.105	
Pelayanan	.159	.020	.478	

a Dependent Variable: Keputusan Memilih  
Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Keputusan Mahasiswa:  
 $= 3.586 + 0.061X_1 + 0.099X_2 + 0.111X_3 + 0.099X_4 + 0.187X_5 + 0.092X_6 + 0.159X_7$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, diketahui bahwa koefisien regresi setiap variabel bertanda positif yang berarti bahwa perubahan kenaikan yang terjadi pada nilai Y searah dengan nilai X atau sebaliknya.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ), orang ( $X_5$ ), proses ( $X_6$ ), dan pelayanan ( $X_7$ ) terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih (Y) dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.946(a)	.895	.878

a. Predictors: (Constant), Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih  
Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Mengetahui besarnya adjusted  $R^2$  dapat dilihat pada Tabel 4, pada tabel tersebut diketahui bahwa besarnya angka R Square adalah sebesar 0.895, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang diteliti, strategi bauran pemasaran (produk, biaya, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) menjelaskan 89.5% terhadap variabel terikatnya (Keputusan Mahasiswa). Sedangkan sisanya sebesar 10.5% adalah merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini seperti pengaruh lingkungan.

**7. Uji F (Serempak)**

Model hipotesis yang digunakan pada uji F (Serempak), yaitu:

1. Uji F (Uji Serempak)
  - a.  $H_0: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7 = 0$  (artinya faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk (Program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Program studi).
  - b.  $H_a: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7 \neq 0$  (artinya faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk (Program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Program studi).

Dengan kriteria pengambilan keputusan: tarima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan tolak  $H_0$  ( $H_a$  diterima) jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ .

Hasil uji serempak dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.  
Tabel 5 Hasil Uji F (Serempak) Hipotesis

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.092	7	5.870	52.267	.000 (a)
	Residual	4.829	43	.112		
	Total	45.922	50			

- a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Proses, Promosi, Produk, Biaya, Tempat, Orang
  - b. Dependent Variable: Keputusan
- Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Dari Tabel 5 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 52.27 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95 % ( $\alpha = 0,05$ ) maka nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (2.24). Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $52.27 > 2.24$ . Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ), orang ( $X_5$ ), proses ( $X_6$ ), dan pelayanan ( $X_7$ ) secara bersama-sama berpengaruh *highly significant* terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y) pada suatu program studi. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pada uji F yaitu 0,000 yang lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ . Makna *highly significant* menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan berpengaruh sangat nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih pada program studi. Perolehan ini sesuai dengan perolehan Yazid (2003), bahwa bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang bisa dikontrol perusahaan dalam komunikasinya akan dipakai untuk memuaskan konsumen sasaran.

Hal senada juga diungkapkan oleh Payne (2001), bahwa produk jasa, harga ketersediaan jasa dan lokasi (tempat) jasa, promosi, orang, proses, dan pelayanan pelanggan dapat dimanfaatkan, untuk memuaskan konsumen.

**8. Uji t (Parsial)**

Model hipotesis yang digunakan dalam uji t (Parsial) yaitu:

- a.  $H_0: b_1 = 0$  (artinya faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk (Program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi).
- b.  $H_a: b_1 \neq 0$  (artinya faktor strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk (Program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi).

Dengan kriteria pengambilan keputusan:  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$   
 $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	3.586	.893		4.014	.000
Produk	.061	.028	.119	2.154	.037
Harga	.090	.019	.254	4.717	.000
Promosi	.111	.020	.313	5.599	.000
Tempat	.099	.024	.293	3.483	.000
Orang	.187	.033	.362	5.720	.000
Proses	.192	.044	.105	2.077	.044
Pelayanan	.159	.020	.478	7.916	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan
- Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Dari Tabel 6 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  setiap variabel bebas. Nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95 % ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai  $t_{tabel} (0,025;43) = 2,01$ . Pengaruh parsial dari variabel produk ( $X_1$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,154 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $2,154 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh *high significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Perolehan pengaruh produk sesuai dengan yang dikemukakan Lupioyadi (2001), bahwa analisis terhadap jasa pendidikan dapat dilakukan berdasarkan pada tingkatan produk, yaitu *core offer* (penawaran inti), *tangible offer*, dan *augmented offer*.

Perguruan tinggi harus memahami produk (program studi) apa yang diinginkan dan bermanfaat bagi pelanggan dalam hal ini mahasiswa), seperti manfaat produk yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan mahasiswa. Kemudian *tangible offer* seperti feature, kualitas, arsitektur gedung, halaman kampus dan lingkungan yang mendukung fungsi pendidikan dari perguruan tinggi tersebut. Lembaga perguruan tinggi tersebut juga harus memahami produk yang ada sekarang, seperti kurikulum pendidikan, kesesuaian produk atas kebutuhan pasar tenaga kerja, dan sebagainya guna meningkatkan mutu pendidikan dari lembaga pendidikan tersebut.

Pengaruh parsial dari variabel harga ( $X_2$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,717 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $4,717 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh *highly significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Pengaruh parsial dari variabel promosi ( $X_3$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,599 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $5,599 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh *highly significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Pengaruh parsial dari variabel tempat ( $X_4$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,483 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $3,483 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel tempat ( $X_4$ ) berpengaruh *highly significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Pengaruh parsial dari variabel orang ( $X_5$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,720 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $5,720 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel orang ( $X_5$ ) berpengaruh *highly significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Pengaruh parsial dari variabel proses ( $X_6$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,077 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $2,077 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel proses ( $X_6$ ) berpengaruh *high significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

Pengaruh parsial dari variabel pelayanan ( $X_7$ ) diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,916 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $7,916 > 2,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel pelayanan ( $X_7$ ) berpengaruh *highly significant* terhadap terhadap keputusan mahasiswa memilih (Y).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan R Square adalah sebesar 0.895 dimana strategi bauran pemasaran (produk, biaya, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) menjelaskan 89.5% berpengaruh terhadap variabel terikatnya (Keputusan Mahasiswa). Sedangkan sisanya sebesar 10.5% adalah merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini seperti pengaruh lingkungan. Kemudian uji F secara simultan diperoleh bahwa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan, secara bersama-sama berpengaruh *highly significant* terhadap keputusan mahasiswa memilih pada program studi dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 52.27 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ . Makna *highly significant* menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap keputusan mahasiswa memilih pada program studi.

Berdasarkan pengujian variabel bebas secara parsial, variabel orang ( $X_5$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,720 dan pelayanan ( $X_7$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,916 yang menunjukkan pengaruh yang lebih besar daripada variabel independen lainnya. Sedangkan variabel yang menunjukkan pengaruh terendah ada pada variabel proses ( $X_6$ ) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,077.

## REFERENSI

- Bungin, B. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Fadilah, J., Andriana, D., & Widarti. (2018). Potret Kelompok Remaja Penggemar Diecast Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 142–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v9i1.3779>
- Fadilah, R. Y., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–17.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of MARKETING*. (D. Luiz, Ed.) (17e ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited. Retrieved from [www.pearsonglobaleditions.com](http://www.pearsonglobaleditions.com)
- Lamb, Charles W; Hair, Joseph F; McDaniel, C. J. (2017). *MKTG 10* (10th ed.). Boston: Cengage Learning. Retrieved from [www.cengage.com](http://www.cengage.com)
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan, M. . (2017). *Metode Penelitian Survei*. (Riefmanto, Ed.) (5th ed.). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior, Global Edition: Global Edition* (11th ed.). Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, A. V., Bitner, J. M., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. (Z. B. Gremler, Ed.) (7th ed.). United States: McGraw-Hill. Retrieved from [mheducation.com/highered](http://mheducation.com/highered)

## **PROFIL PENULIS**

### **I Ketut Martana, S. Sos, M.M**

Lahir di Denpasar, 01 Maret 1967, Saat ini berprofesi sebagai dosen UBSI Bandung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program studi Administrasi Bisnis.

### **Dina Andriana, S. Sos, M.I.Kom**

Lahir di Sungai Pakning, 21 April 1983. Saat ini berprofesi sebagai dosen Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Ilmu atau Sains Komunikasi, Program studi Periklanan.

## Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Pengembangan Situ Sebagai Sarana Ekowisata

Devy Putri Kussanti

Universitas Bina Sarana Informatika/ Fakultas Komunikasi dan Bahasa  
e-mail: devy.dpk@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Kussanti, D. P. (2019). Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Pengembangan Situ Sebagai Sarana Ekowisata. *Cakrawala*, 19(1), 47–54. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *As one of the Municipality in West Java Province of Indonesia, Depok has now undergone a very rapid change both in terms of government, economy, commerce and tourism. As a buffer city between Jakarta and Bogor, Depok is often associated with the Megapolitan City in the Jabodetabek area which has a population increase each year, high community activities up to traffic congestion in Jakarta. Judging from this, it is possible that the land in Depok City will also decrease, especially green open land which has benefits for water absorption, noise reduction and the development of a viable environment for nature, culture and the community / residents of Depok City. To overcome the diminishing green open spaces and cultural recreation areas in Depok City, the Government has the idea to develop several natural tourism objects into ecotourism which can be used as a counterweight to the problems of limited environmental quality in Depok City. Depok City Government optimizes at least 4 Situ which is currently being worked on in the context of ecotourism development. Although in terms of implementing the concept of ecotourism it is not as easy and fast as expected, but the Depok City Government has taken its role as much as developing natural tourism products into community-based ecotourism, but still experiences some obstacles from in the government itself, from the community and from the private sector as a wheel of tourism development. This study uses a content-descriptive analysis research method, by studying more information obtained from various reading sources and concluding it into a discourse.*

**Keywords:** *Government Public Relations, Role and Functions of Government Public Relations and Ecotourism.*

### PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Kota Depok maka kebutuhan akan lahan tempat tinggal, sarana dan prasarana serta ketersediaan air bersih pun akan semakin bertambah. Hal tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat yang menginginkan tempat tinggal yang layak dengan fasilitas yang mendukung. Perkembangan fasilitas di Kota Depok pun tidak kalah bersaing dengan peningkatan jumlah penduduknya, terdapat beberapa sarana pendidikan seperti sekolah swasta maupun kampus bergengsi di Kota Depok dan disetiap sudut Kota Depok dengan berjarak tidak lebih dari 1 km sudah banyak terlihat bangunan-bangunan tinggi seperti mall, apartemen dan ruko. Dengan ketersediaan berbagai fasilitas yang ada maka tidak menutup kemungkinan adanya peningkatan limbah yang dihasilkan oleh masyarakat Kota Depok.

Hal tersebutlah yang menjadi indikator penurunan kualitas lingkungan hidup di Kota Depok. Dimana salah satunya ialah semakin berkurangnya ruang terbuka hijau yang memadai dan memiliki fungsi sebagai paru-paru kota, menjadi area resapan air, meredam kebisingan dan memberikan keteduhan

serta kesejukan. Beberapa hal lainnya yang memberikan kontribusi terhadap penurunan kualitas lingkungan di Kota Depok adalah banyaknya sampah/limbah rumah tangga yang dibuang oleh masyarakat dan pihak pengelola usaha makanan dsbnya.

Karena kondisi tersebutlah, pemerintah Kota Depok hingga saat ini masih tetap berusaha untuk meningkatkan beberapa fungsi dari sarana yang ada di Kota Depok agar dapat dijadikan sebagai ruang terbuka hijau dan lahan resapan air. Adalah Situ atau danau buatan yang awalnya merupakan lahan yang sengaja dibangun untuk area resapan air kini telah bergeser fungsinya sebagai area wisata alam dan dengan semakin berkembangnya dunia pariwisata saat ini maka pemerintah Kota Depok juga sudah mulai mencanangkan kebijakan mengenai Situ sebagai area ekowisata.

Sama halnya dengan wisata alam, ekowisata mengedepankan kekayaan dan keindahan alam sebagai magnet daya tarik agar masyarakat mulai melirik kawasan tersebut. Tetapi konsep yang diusung oleh ekowisata sedikit berbeda, hal ini dikarenakan ekowisata merupakan bentuk wisata

dengan pengelolaan/pemberdayaan lahan dengan konsep konservasi untuk melindungi, mempertahankan dan menjaga keaslian ekosistem di area yang masih alami/asli dan memberi dampak kesejahteraan terhadap masyarakat sekitar. Pemerintah Kota Depok mencanangkan akan menjaga beberapa Situ yang ada di wilayahnya agar tetap aman dari pembangunan, seperti perubahan lahan Situ menjadi lahan perumahan, mall ataupun lahan pembuangan sampah masyarakat.

Sedikitnya terdapat empat Situ yang hingga saat ini masih dalam pengembangan secara maksimal kearah ekowisata, diantaranya ialah: Situ Cilangkap, Situ Sidomukti, Situ Cilodong dan Situ Pengasinan. Diharapkan peran yang maksimal dari pemerintah Khususnya Kota Depok dalam mengoptimalkan perubahan fungsi Situ kearah ekowisata. Hal yang harus dihadapi oleh pemerintah Kota Depok adalah bagaimana pemerinta, masyarakat dan pihak swasta dapat bekerjasama dengan baik dalam mengimplementasikan perubahan wisata alam kearah wisata ekologi dan menjaga kelestarian dari konservasi yang ada.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dapat dikatakan Pemerintah Kota Depok sangat menginginkan secara maksimal implementasi dari ekowisata, yang nantinya diharapkan lokasi wisata ekologi tersebut dapat memiliki fungsi ganda, yakni sebagai objek wisata, konservasi alam dan hewan, area resapan air, lahan terbuka hijau, pemasukan ekonomi bagi masyarakat sekitar serta sebagai pendapatan daerah Kota Depok.

### **Humas Pemerintah**

Menurut Gassing dan Suryanto (2016) menyatakan bahwa, "Humas Pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis, melainkan dibentuk untuk mempublikasikan kebijakan, rencana, hasil kerja peraturan perundang-undangan dan segala sesuatu yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat."

Humas adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerjasama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik; mendefinisikan akan menekankan tanggung jawab manajemen untuk perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.(Butterick, 2011)

Berdasarkan dua pemahaman mengenai Humas pemerintah diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas pemerintah merupakan salah satu bagian terpenting dari instansi/lembaga yang

bersangkutan, dimana dalam setiap kegiatannya tidak mengandung sisi komersial tetapi lebih kepada pemberian informasi.

### **Tugas, Peran dan Fungsi Humas Pemerintah**

Menurut Harlow dalam Andipate (2015:28) terdapat tugas Humas yaitu:

1. Membantu membentuk dan pemelihara garis komunikasi dua-arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan masyarakatnya yang melibatkan manajemen problem atau masalah untuk selalu mendapatkan informasi.
2. Merespon pendapat umum mendefinisikan dan menekankan tanggungjawab manajemen dalam menjalani kepentingan masyarakat.
3. Membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan mengantisipasi kecenderungan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya.

Dalam melaksanakan perannya, menurut Lattimore (2010) ada empat model humas yang selalu diterapkan. Pertama, model *press agency* (agen pemberitaan); yaitu menggambarkan bagaimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Kedua, model informasi publik; yaitu model yang menggambarkan bagaimana humas bertugas memberitahu publik. Model ini selalu dipraktikkan oleh humas pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi nirlaba. Ketiga, model asimetris dua arah; yaitu memandang humas sebagai kerja persuasi ilmiah yang menggunakan hasil riset untuk mengukur dan menilai publik. Keempat, model simetris dua arah; yaitu sebuah model yang menggambarkan sebuah orientasi humas dimana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi. Dari keempat model tersebut, tiga model pertama merefleksikan sebuah praktik humas yang berusaha mencapai tujuan organisasi melalui persuasi. Model keempat berfokus pada usaha menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan publik atau kelompok lainnya. Dalam sebuah organisasi, khususnya di lingkup pemerintahan, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis.(Lubis, 2012)

Fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore, 2010). Berarti humas pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan

berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Selanjutnya memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik. (Lubis, 2012)

### **Ruang Terbuka Hijau**

Perlu diperhatikan bahwa ruang publik tidak otomatis dapat dikategorikan sebagai ruang terbuka hijau. Ruang publik yang baik harus dapat berfungsi dan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berinteraksi dan beraktivitas dengan aman dan nyaman. Tanpa adanya aktivitas dan interaksi sosial manusia di dalamnya maka suatu ruang publik telah gagal mengemban misinya. Berbeda dengan ruang terbuka hijau, ketika tidak ada aktivitas dan interaksi di dalamnya maka fungsi ruang terbuka hijau masih dapat berlangsung dengan baik. (Dwihatmojo, 2015)

Ruang terbuka hijau adalah area memanjang/jalur dan atau mengelompok yang penggunaannya bersifat terbuka, tempat tumbuh tanaman baik yang tumbuh tanaman secara alamiah maupun yang sengaja ditanam. (Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 05/PRT/M/2008). (Dwihatmojo, 2015)

Medcofoundation melalui artikelnya berjudul "Mengenal Ruang Terbuka Hijau" memaparkan mengenai penyediaan RTH yang memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menjaga ketersediaan lahan sebagai kawasan resapan air.
2. Menciptakan aspek planologis perkotaan melalui keseimbangan antara lingkungan alam dan lingkungan binaan yang berguna untuk kepentingan masyarakat.
3. Meningkatkan keserasian lingkungan perkotaan sebagai sarana pengaman lingkungan perkotaan yang aman, nyaman, segar, indah, dan bersih.

Masih dalam artikel Mecofoundation, RTH yang telah ada baik secara alami ataupun buatan diharapkan dapat menjalankan empat (4) fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi ekologis antara lain: paru-paru kota, pengatur iklim mikro, sebagai peneduh, produsen oksigen, penyerap air hujan, penyedia habitat satwa, penyerap polutan dalam udara, air dan tanah, serta penahan angin.
2. Fungsi sosial budaya antara lain: menggambarkan ekspresi budaya lokal, media komunikasi, dan tempat rekreasi warga.
3. Fungsi ekonomi antara lain: sumber produk yang bisa dijual seperti tanaman bunga, buah, daun, dan sayur mayur. Beberapa juga berfungsi sebagai bagian dari usaha pertanian, perkebunan, kehutanan, dan lain-lain.
4. Fungsi estetika antara lain meningkatkan

kenyamanan, memperindah lingkungan kota baik skala mikro (halaman rumah/lingkungan pemukiman), maupun makro (lansekap kota secara keseluruhan); menciptakan suasana serasi dan seimbang antara area terbangun dan tidak terbangun.

Dalam suatu wilayah perkotaan, empat fungsi utama ini dapat dikombinasikan sesuai kebutuhan, kepentingan, dan keberlanjutan kota seperti perlindungan tata air, keseimbangan ekologis, dan konservasi hayati.

### **Pariwisata Berbasis Ekowisata**

Ekowisata Istilah "ekowisata" dapat diartikan sebagai perjalanan oleh seorang turis ke daerah terpencil dengan tujuan menikmati dan mempelajari mengenai alam, sejarah dan budaya di suatu daerah, di mana pola wisatanya membantu ekonomi masyarakat lokal dan mendukung pelestarian alam. Para pelaku dan pakar di bidang ekowisata sepakat untuk menekankan bahwa pola ekowisata sebaiknya meminimalkan dampak yang negatif terhadap lingkungan dan budaya setempat dan mampu meningkatkan pendapatan ekonomi bagi masyarakat setempat dan nilai konservasi. Beberapa aspek kunci dalam ekowisata adalah: (1) Jumlah pengunjung terbatas atau diatur supaya sesuai dengan daya dukung lingkungan dan sosial-budaya masyarakat (*vs mass tourism*), (2) Pola wisata ramah lingkungan (nilai konservasi), (3) Pola wisata ramah budaya dan adat setempat (nilai edukasi dan wisata), (4) Membantu secara langsung perekonomian masyarakat lokal (nilai ekonomi), (5) Modal awal yang diperlukan untuk infrastruktur tidak besar (nilai partisipasi masyarakat dan ekonomi). (Depbudpar, 2009)

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 bahwa prinsip pengembangan ekowisata meliputi: (1) kesesuaian antara jenis dan karakteristik ekowisata; (2) konservasi, yaitu melindungi, mengawetkan, dan memanfaatkan secara lestari sumberdaya alam yang digunakan untuk ekowisata; (3) ekonomis, yaitu memberikan manfaat untuk masyarakat setempat dan menjadi penggerak pembangunan ekonomi di wilayahnya serta memastikan usaha ekowisata dapat berkelanjutan; (4) edukasi, yaitu mengandung unsur pendidikan untuk mengubah persepsi seseorang agar memiliki kepedulian, tanggung jawab, dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan dan budaya; (5) memberikan kepuasan dan pengalaman kepada pengunjung; (6) partisipasi masyarakat, yaitu peran serta masyarakat dalam kegiatan perencanaan, pemanfaatan, dan pengendalian ekowisata dengan menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan keagamaan masyarakat di sekitar kawasan; dan (7) menampung kearifan lokal. (Hijriati & Mardiana, 2015)

Berdasarkan pemaparan ekowisata diatas, maka dapat

ditarik sebuah definisi bahwa ekowisata merupakan konsep pariwisata alam yang lebih menekankan pada kegiatan wisata yang bertanggungjawab terhadap kualitas lingkungan, konservasi, budaya serta memiliki tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam hal mengelola dan meningkatkan perekonomian mereka.

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian penyusunan jurnal kali ini penulis menggunakan metode penelitian analisa isi-deskriptif, dimana penelitian menganalisa mengenai isi dari komunikasi yang dilakukan oleh objek penelitian yang berdasarkan pada sumber-sumber bacaan dari berbagai sumber dan melakukan wawancara secara tidak formal kepada beberapa narasumber serta memaparkan secara rinci dan jelas mengenai keadaan yang sebenarnya berkaitan dengan sektor pariwisata dan ekowisata di Depok.

Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder yang kemudian diolah, dianalisis dan dirumuskan menjadi rekomendasi. Adapun teknik pengumpulan data primer diperoleh melalui studi dokumen resmi seperti; data yang berasal dari pemerintah Kota Depok, Badan Pusat Statistik Kota Depok dan sebagainya baik yang berasal dari instansi pemerintah, maupun penelusuran di internet yang sesuai dengan cakupan pembahasan. Sedangkan pengumpulan data sekunder diperoleh dari studi pustaka (buku, tinjauan dokumen terhadap literatur yang ada di beberapa perpustakaan perguruan tinggi swasta maupun repository serta jurnal ilmiah dari beberapa perguruan tinggi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peningkatan Masyarakat Kota Depok

Seperti yang telah dipaparkan pada pendahuluan bahwa peningkatan jumlah masyarakat di Kota Depok menjadikan lahan ruang terbuka hijau semakin menurun dalam hal kualitas lingkungannya. Semakin bertambahnya masyarakat maka akan semakin berkurangnya lahan kosong sebagai area resapan air dan area pengembangan keanekaragaman hayati. Hal ini dikarenakan akan meningkatnya permintaan terhadap hunian penduduk baik dalam bentuk perumahan maupun apartemen dan sarana prasarana yang memadai sehingga lahan terbuka hijau akan semakin berkurang.

Selain itu, perkembangan kota Depok sebagai salah satu kota penyangga Jakarta juga merupakan sebuah indikasi meningkatnya penambahan penduduk di tiap tahunnya. Hampir separuh dari para pekerja Jakarta berdomisili di Depok, hal ini dikarenakan dekatnya wilayah Jakarta dan Depok serta akses kendaraan umum murah meriah seperti dari KRL dan

TransJakarta yang memiliki rute ke daerah Depok. Banyaknya area permukiman atau apartemen, tempat hiburan dan pusat perbelanjaan di Depok pun semakin mempersempit lahan terbuka hijau yang ada. Seperti halnya Jakarta, Depok kini telah menjadi kota yang memiliki intensitas mobilisasi masyarakatnya yang tinggi dari segala kalangan dan status sosialnya.

Berdasarkan data dari Badan Statistik Kota Depok, saat ini jumlah penduduk/masyarakat di Kota Depok semakin bertambah di tiap tahunnya. Berikut tabel jumlah penduduk di Kota Depok pada tahun 2016 dan tahun 2017:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kota Depok Pada Tahun 2016  
 Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Depok

Pada tahun 2016 jumlah penduduk di 11 Kecamatan di Depok sudah mencapai 2.179.813 jiwa dan itupun diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan perkembangan kota Depok dan banyaknya perkembangan di beberapa titik kawasan daerah Depok.

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki dan Perempuan
	2016	2016	2016
Sawangan	78880	76053	154933
Bojongsari	63508	61539	125047
Pancoran Mas	132807	131135	263942
Cipayung	81500	78882	160382
Sukmajaya	144520	146747	291267
Cilodong	79183	77559	156742
Cimanggis	153410	149982	303392
Tapos	136242	134848	271090
Beji	105331	102678	208009
Limo	55823	54452	110275
Cinere	67269	67465	134734
Kota Depok	1098473	1081340	2179813



Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kota Depok Pada Tahun 2017

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki dan Perempuan
	2017	2017	2017
Sawangan	81279	78334	159613
Bojongsari	65473	63421	128894
Pancoran Mas	137438	136009	273447
Cipayung	84046	81315	165361
Sukmajaya	149975	152744	302719
Cilodong	81741	80125	161866
Cimanggis	158734	155253	313987
Tapos	140750	139371	280121
Beji	108925	106290	215215
Limo	57550	56134	113684
Cinere	69628	69978	139606
Kota Depok	1135539	1118974	2254513

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Depok

Dalam hanya jangka waktu setahun saja (2016-2017), pertambahan penduduk di Kota Depok hampir mencapai angka 74.700 jiwa. Hal ini dikarenakan Kota Depok yang merupakan Kota pinggiran tidak begitu jauh letaknya dari Kota Jakarta, banyak masyarakat yang bekerja di Jakarta tetapi memiliki hunian atau berdomisili di Kota Depok, dikarenakan hunian di Kota Jakarta sudah sangat padat dan sangat mahal. Hal lainnya ialah ketersediaan sarana dan prasarana di Kota Depok yang sudah terbilang lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan bagi penduduknya.

#### Ruang Terbuka Hijau (RTH) Kota Depok

Hingga saat ini kendala yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Depok adalah keterbatasannya ruang terbuka hijau (RTH), pencapaian RTH Kota Depok hanya hampir 16,33 persen dari yang seharusnya disediakan sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2017 tentang Penataan Ruang yakni suatu daerah sedianya memiliki RTH sebanyak 30 persen dari total wilayahnya. Berdasarkan total luas wilayah Kota Depok yakni 202.300 hektare maka seharusnya 20.029 hektare ketersediaan RTH di Kota Depok, tetapi hingga saat ini hanya terdapat 3.271,26 hektare (16,33 persen) RTH yang terdiri dari 10,06 persen luas lahan 2.015,53 hektare RTH publik dan 6,27 persen luas lahan 1.255,73 hektare RTH privat atau milik pengembang. Kondisi tersebut masih jauh dari target yang dijanjikan oleh Pemerintah Kota Depok, yakni setidaknya pencapaian 20 persen ketersediaan

RTH di Kota Depok pada tahun 2018.

Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan Pemerintah Kota Depok belum maksimal dalam mengelola lahan terbuka hijau dan masih berupaya dengan berbagai cara untuk menjadikan kondisi keterbatasan lahan tersebut dengan cara mengembangkan dan memanfaatkan potensi wisata alam yang ada sebagai ruang terbuka hijau.

#### Wisata Alam Kota Depok

Dalam bidang pariwisata, Pemerintah Kota Depok lebih memfokuskan pengembangan pada wisata alam dan taman hutan raya (tahura) karena selain sebagai objek wisata kedua jenis pariwisata tersebut memiliki fungsi lainnya yakni sebagai wilayah resapan air, peredam kebisingan, pengembangan pendidikan/penelitian hingga pada pelestarian alam dan budaya.

Wisata alam yang merupakan kegiatan rekreasi dengan memanfaatkan keindahan alam baik yang masih alami maupun buatan (hasil budidaya) diharapkan dapat semakin berkembang sehingga memberikan manfaat tidak hanya untuk wisatawan dan alam itu sendiri tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat sekitar secara ekonomi.

Khususnya wisata alam, Pemerintah Kota Depok terus melakukan peningkatan dalam memaksimalkan potensi yang ada di wilayahnya. Terdapat beberapa objek wisata alam di Depok yang hingga saat ini masih diminati dan dikunjungi oleh masyarakat, diantaranya ialah Cagar Alam Pancoran Mas/Hutan Kota Depok, Kampung 99 Pepohonan, Studio Alam TVRI, Taman Godong Ijo, Situ Pengasinan, Situ Cilodong dan Pondok Zidane.

Beberapa objek wisata alam yang ada di Kota Depok memang masih memiliki keindahan dan daya tarik bagi masyarakat tetapi hanya semata dalam pemenuhan kebutuhan hiburan saja, belum adanya pengembangan lainnya sebagai fungsi ganda dari adanya wisata alam tersebut. Pemberlakuan mengenai ketersediaan RTH yang memadai di Kota Depok hingga saat ini masih belum terealisasi dan terlihat hanya sekedar wacana. Maka dari itu dibutuhkannya sebuah solusi pengembangan dari objek wisata alam yang sudah ada menjadi sebuah konsep pariwisata baru yang nantinya akan membawa dampak baik bagi lingkungan, wisatawan dan seluruh pelaku pariwisata.

#### Implementasi Ekowisata di Kota Depok

Pariwisata menuju ekowisata merupakan sebuah kemajuan dalam konteks pariwisata secara bertanggungjawab atau peduli terhadap konservasi, alam, lingkungan, budaya dan memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Secara keseluruhan konsep ekowisata sangat menguntungkan banyak pihak

apabila dijalankan dengan baik dan benar. Dalam hal konsep ekowisata, pihak Kementerian Lingkungan Hidup memberikan batasan setidaknya terdapat 3 komponen yang perlu dikembangkan, yakni ekonomi, sosial dan lingkungan.

Pada awalnya konsep ekowisata, telah lebih dulu diadopsi dan dijalankan di berbagai daerah Indonesia khususnya wilayah Timur Indonesia yang memiliki potensi kaya akan keanekaragaman flora fauna dan kebudayaan lokalnya. Kini, konsep ekowisata sudah mulai dilirik oleh beberapa Kota besar di wilayah Barat Indonesia seperti hutan mangrove PIK di Jakarta, Alam Santosa dan Dusun Bambu di Bandung, Jatisari Seropan di Yogyakarta dan Mangrove Wonorejo di Surabaya serta masih banyak lainnya. Hal inilah yang mendasari Pemerintah Kota Depok pun mulai melirik konsep ekowisata untuk diadopsi guna meningkatkan fungsi dari wisata alam tidak hanya sebagai objek wisata, tetapi dapat memberikan kontribusi juga bagi segi kualitas lingkungan hidup yang lebih baik, peningkatan ruang pendidikan dan penelitian mengenai alam dan konservasi, peningkatan segi ekonomi bagi masyarakat lokal, pelestarian budaya dan hasil kerajinan masyarakat lokal hingga pada pembelajaran bagi para wisatawan agar lebih bertanggungjawab dalam pemeliharaan lingkungan hidup dan keanekaragaman yang ada di area ekowisata. Pemerintah Kota Depok melalui Badan Lingkungan Hidup Kota Depok beserta sejumlah anggota dari komunitas peduli Sungai Ciliwung Depok sudah menetapkan salah satu wisata alam Kota Depok sebagai objek ekowisata adalah Sungai Ciliwung Depok. Harapan mereka dengan mengusung konsep ekowisata di Sungai Ciliwung Depok ialah ingin mengubah *mindset* masyarakat mengenai fungsi dari Sungai tidak hanya sebagai tempat pembuangan sampah atau limbah dan mengalih fungsikan sempadannya dari kegiatan/bangunan lainnya menjadi wilayah konservasi keanekaragaman hayati.

Selain itu, Pemerintah Kota Depok juga melakukan upaya lainnya yakni dengan mengembangkan beberapa Situ yang berpotensi untuk dijadikan lokasi ekowisata. Saat ini terdapat 26 Situ yang berada di Depok terbilang potensial dijadikan sebagai sarana ekowisata, tetapi Pemerintah hanya menargetkan 4 Situ yang akan digarap terlebih dahulu, diantaranya ialah Situ Cilangkap, Situ Sidomukti, Situ Cilodong dan Situ Pengasinan. Setelah itu Pemerintah telah mengagendakan akan mengadakan kegiatan *tour de situ* sebagai bagian dari publikasi Situ sebagai objek ekowisata.

Terdapat beberapa kendala dalam implementasi ekowisata di Kota Depok diantaranya ialah (1) kurangnya ketersediaan lahan asli, dimana saat ini implementasi diusahakan pada lahan buatan yakni Sempadan di sekitar Sungai Ciliwung Depok, Situ

dan Taman Kota, (2) Pemerintah masih belum terlihat serius dalam mengelola pengembangan ekowisata, hal ini terlihat dari belum terpenuhinya ketersediaan RTH sesuai dengan yang dianjurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup yakni 30 persen dari luas wilayah Kota, (3) Masih banyaknya masyarakat yang belum memahami mengenai konsep ekowisata, karena sosialisasi dan pendidikan mengenai ekowisata yang tidak maksimal, (4) Kurangnya peran pihak swasta dalam membantu proses publikasi kawasan ekowisata di Kota Depok, (5) Akses menuju lokasi ekowisata yang terbatas.

Dengan adanya beberapa kendala diatas, diharapkan adanya optimalisasi peran dan fungsi dari Pemerintah Kota Depok sebagai fasilitator dan pen jembatan komunikasi antara para pelaku ekowisata untuk memaksimalkan implementasi konsep ekowisata pada beberapa destinasi wisata alam di Kota Depok.

Adapun pelaku-pelaku dari ekowisata adalah:

### 1. Pemerintah

Melalui konsep ekowisata, pemerintah ingin memunculkan sudut kepedulian terhadap lingkungan alam dan potensi ekonomi masyarakat setempat/lokal. Dalam hal ini pemerintah Kota Depok berperan sebagai pen jembatan dan pemberi regulasi yang sekiranya dapat memudahkan realisasi dari konsep ekowisata. Peran pemerintah dalam pengembangan ekowisata antara lain bekerjasama dengan masyarakat dan pihak swasta dalam hal implementasi ekowisata di Kota Depok. Tindakan lainnya adalah dengan memberikan informasi dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai konsep ekowisata yang baik dan benar, karena masih banyak masyarakat yang kurang faham tentang apa dan bagaimana ekowisata. Pemberian informasi dan sosialisasi juga dilakukan pada masyarakat lokal agar lebih aktif dalam mendukung dan mengawasi pelaksanaan ekowisata agar berjalan dengan semestinya.

### 2. Pihak Swasta

Dalam mewujudkan ekowisata yang maksimal dan berdaya tarik bagi masyarakat luas, dibutuhkan dana yang tidak sedikit, hal inilah yang mendasari Pemerintah Kota Depok menggandeng pihak swasta sebagai *partner* dalam mengembangkan sektor ekowisata melalui penyediaan infrastruktur yang memadai bagi wisatawan. Peran pihak swasta bagi implementasi ekowisata di Kota Depok juga dapat berupa partner pendukung dengan memberikan *space* media publikasi melalui media massa baik media elektronik maupun media cetak serta publikasi pada media sosial ataupun penempatan objek ekowisata dalam pilihan destinasi pihak *tour and travel*.

Selain sebagai donatur pengembangan infrastruktur, pihak swasta yang notabeneanya memiliki tingkat profesional tinggi dalam hal dunia pariwisata

diberikan kewenangan dalam pengelolaan dan manajemen wisata. Maka disini, dapat dikatakan pihak swasta tidak hanya sebagai investor, tetapi bersama-sama dengan Pemerintah dan masyarakat mengelola dan mengatasi kekurangan yang muncul dalam pelaksanaan ekowisata.

### **3. Masyarakat Lokal**

Selain sebagai salah satu pelaku dalam menjalankan ekowisata, masyarakat juga diharuskan untuk mengetahui dan memahami hakekat dari ekowisata. Pendidikan dan pengetahuan yang maksimal mengenai konsep ekowisata merupakan suatu faktor dalam mempercepat realisasi ekowisata.

Dalam hal memberikan kontribusi guna realisasi ekowisata di Kota Depok, masyarakat memang harus diberikan informasi dan pemahaman yang baik dan benar mengenai konsep pariwisata berbasis ekowisata. Disini, masyarakat yang memang sudah memiliki kemampuan dan kreatifitas dalam bidang kuliner ataupun kerajinan tangan diberikan pemahaman untuk mengolah kemampuan mereka sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh Kota Depok. Kita ketahui bahwa Belimbing merupakan ikon Kota Depok, maka pengelola bidang kuliner sedapat mungkin menghasilkan berbagai macam makanan ataupun minuman dengan bahan baku buah belimbing, seperti dodol belimbing, manisan belimbing, keripik belimbing, jus belimbing, dan lain sebagainya. Sedangkan bagi pengerajin diharapkan dapat membuat kerajinan tangan yang mewakili dari karakteristik Kota Depok, seperti lonceng angin/gentan nada (hal ini dikarenakan Depok merupakan salah satu Kota dengan intensitas angin yang cukup kencang), tas rotan, curug gentong (miniatur air terjun di dalam gentong-hal ini dikarenakan daerah Depok banyak terdapat curug), sulam perca hingga berbagai souvenir lainnya baik dalam bentuk kecil maupun besar serta bergambar buah belimbing ataupun motif batik.

## **Kepentingan Pemerintah Kota Depok dalam Pengembangan Situ sebagai Sarana Ekowisata**

### **1. Konservasi Alam**

Implementasi konsep ekowisata selain merupakan cara yang ramah dalam melakukan perjalanan ataupun kegiatan berwisata, juga memberikan manfaat di bidang konservasi alam yang selanjutnya akan membawa dampak keberlangsungan ekosistem flora dan fauna yang ada di area ekowisata. Dengan adanya konservasi alam di Kota Depok, diharapkan kedepannya tidak hanya mall tempat pengisi liburan bagi keluarga tetapi objek ekowisata pun dapat dijadikan alternative yang cerdas dalam mengajak anak-anak untuk lebih mengenal alam dan keanekaragaman hayati yang ada di Indonesia.

### **2. Pendidikan dan Penelitian**

Dengan adanya konsep ekowisata, pihak perseorangan yang ingin melakukan penelitian,

instansi pendidikan dan penelitian baik pemerintah maupun swasta pun mendapatkan peluang yang cukup besar dalam hal mengembangkan penelitiannya. Jika dilihat dari cakupan keberadaannya, Kota Depok merupakan salah satu Kota yang dikelilingi oleh beberapa instansi pendidikan, salah satunya ialah Universitas Indonesia.

### **3. Peluang Ekonomi dan Investasi**

Dalam pengembangan pariwisata kearah ekowisata di Kota Depok terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi yakni keterbatasan dan ketidakmerataan sarana dan prasarana pendukung. Dimana letak dari 4 Situ masih sangat minim akan akses jalan yang memadai. Tetapi dengan adanya peran dari pihak swasta kemungkinan akan pengembangan akses jalan menuju destinasi ekowisata akan semakin membaik sehingga nantinya wisatawan akan lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi ekowisata di Kota Depok. Dengan adanya sarana prasarana yang memadai dan kesan yang baik dari wisatawan yang pernah berkunjung maka tidak dipungkiri jika wisatawan akan semakin bertambah dan peningkatan ekonomi bagi masyarakat lokal, pihak swasta dan pendapatan pemerintah pun akan semakin bertambah.

## **KESIMPULAN**

Kota Depok dengan segala kemajuannya telah membawa dampak yang kurang baik juga dalam hal kualitas lingkungan. Hal inilah yang mendasari implementasi ekowisata di Kota Depok, dengan memanfaatkan objek wisata alam yang sudah ada dan kemudian dikembangkan dengan konsep ekowisata. Pemerintah sangat berharap banyak bahwa dengan implementasi ekowisata maka akan membawa dampak yang lebih baik dari segi penyediaan daerah resapan air, konservasi alam, pengembangan ekologi bagi pendidikan dan penelitian, peningkatan segi ekonomi bagi masyarakat lokal hingga pada kesadaran masyarakat dan wisatawan bahwa lingkungan harus dijaga dengan baik sehingga nantinya mereka pun akan dijaga oleh lingkungan.

Sebagai salah satu dari pelaku ekowisata, Pemerintah Kota Depok juga sangat membutuhkan bantuan dari pelaku ekowisata lainnya, seperti pihak swasta, masyarakat dan wisatawan yang melakukan wisata. Hal ini untuk lebih mendalami konsep ekowisata yang berbasis masyarakat. Sebagai Kota yang semakin berkembang dan padat, maka pengadaan pariwisata dengan konsep ekowisata dirasa sulit untuk direalisasikan oleh Kota Depok. Maka dari itu Pemerintah mengoptimalkan wisata alam yang sudah ada menjadi objek wisata berkonsep ekowisata.

Salah satu wisata alam di Kota Depok yang sudah mulai mengadopsi konsep ekowisata ialah Sungai Ciliwung Depok dan akan disusul oleh Situ Cilangkap, Situ Sidomukti, Situ Cilodong dan Situ

Pengasinan. Pengembangan dari beberapa Situ dari wisata alam menjadi objek ekowisata pun mengalami beberapa kendala yang cukup sulit, hanya saja hingga saat ini Pemerintah tetap berupaya semaksimal mungkin untuk merealisasikan hal tersebut dengan mengoptimalkan peran dan fungsinya sebagai aparat Negara yang baik tidak hanya bagi masyarakat tetapi juga bagi kualitas lingkungan di Kota Depok.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemerintah Kota Depok, baik dari pemerintah, pihak swasta maupun masyarakat lokal masih harus meningkatkan perannya masing-masing dalam mengimplementasikan ekowisata, merumuskan standarisasi ekowisata, memperbanyak sosialisasi tentang ekowisata, memberikan penghargaan bagi pihak atau daerah yang memiliki peran serta tinggi terhadap pengembangan ekowisata beserta sumber daya alam dan manusianya. Sehingga tercapai tujuan dan maksud dari pengembangan konsep ekowisata di Kota Depok.

#### REFERENSI

- Andipate Anwar Arifin. (2015). Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi dan Riset, Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Butterick, K. (2011). *Introducing Public Relations: Theory and Practice: Live*.  
<https://doi.org/10.13203/j.whugis2013.10.020>
- Depbudpar. (2009). Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat. *Ekowisata*, 1–9.
- Dwihatmojo, R. (2015). Kajian Ruang Terbuka Hijau di Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan. *Tesis*. Retrieved from [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=81050&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=81050&obyek_id=4)
- Gassing dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Hijriati, E., & Mardiana, R. (2015). PENGARUH EKOWISATA BERBASIS MASYARAKAT TERHADAP PERUBAHAN KONDISI EKOLOGI, SOSIAL DAN EKONOMI DI KAMPUNG BATUSUHUNAN, SUKABUMI. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3).  
<https://doi.org/10.22500/sodality.v2i3.9422>
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.  
<http://www.medcofoundation.org/mengenal-ruang-terbuka-hijau/>  
<https://www.google.com/amp/wartakota.tribunnews.com/amp/2018/02/22/komunitas-ciliwung-depok-dorong-taman-edukasi-dan-area-konservasi-ada-di-sempadan-sungai>  
<https://www.google.com/amp/s/metro.tempo.co/amp>

/841583/empat-situ-di-depok-bakal-jadi-tempat-wisata

#### PROFILE PENULIS

**Devy Putri Kussanti, S.Sos, M.Si.** Lahir di Jakarta, 13 Desember 1983. Tinggal di Tambun, Bekasi. Profesi sebagai Dosen Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta Program Studi Hubungan Masyarakat, yang beralamat di UBSI Pemuda, Jalan Kayu Jati 5, Rawamangun, Jakarta Timur

## Analisis SWOT *Technology Financial* (FinTech) Terhadap Industri Perbankan

Ratnawaty Marginingsih

Universitas Bina Sarana Informatika/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
e-mail: ratnawaty.rmg@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT *Technology Financial* (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. *Cakrawala*, 19(1), 55–60. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *The development of Financial Technology (FinTech) in Indonesia in recent times is very fast. Of this has been changing lifestyle community all sector of the local economy, one exception is in the financial which has the effect of to institutions financial service sectors contributed the country banking sector. The utilization of technology this provides a real challenge and the threat of an by himself and for of banking industry in the form of the strength and weakness that has been so there was a moment this to keep in can continue giving the best services. Using SWOT analysis can be material for making strategic planning and achieving goals short term both companies as well as long term in a more systematic by the banking industries. The research suggests the development of digital technology have impacted very large FinTech in the industry in the financing sector and this is unavoidable. Strengthening infrastructure that are becoming more adequate technology service providers are able to encourage financial collaborated and coordinated with other financial industry so that it can complement each other in meeting the people needs which in turn would increase national financial inclusion.*

**Keywords:** SWOT Analyses, *Technology Financial*, Banking Industry

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat saat ini menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat, terutama di kota-kota besar, tak terkecuali di Indonesia. Pemanfaatan teknologi memberikan banyak fasilitas kemudahan dalam setiap kegiatan dengan akses yang begitu cepat. Berdasarkan laporan yang di publikasikan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada November 2015, pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta (34% dari jumlah penduduk), pengguna media sosial 79 juta (31%), dan pengguna ponsel 318,5 juta (125%). Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal jumlah, penetrasi pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat besar, bahkan melebihi populasi gabungan negara-negara lain di ASEAN. (Siregar, 2016)

Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian saat ini di Indonesia adalah Teknologi Finansial atau *Financial Technology* (FinTech) dalam lembaga perbankan. Menurut definisi yang dikemukakan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC), teknologi finansial (FinTech) adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*" (FinTech) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern. (Sukma, 2016). Sedangkan menurut (Dofeitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M. & Weber, 2016), FinTech merupakan industri yang bergerak dengan sangat cepat dan

dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda.

Berdasarkan data dari sumber Asosiasi Fintech Indonesia dan OJK, tren fintech di tahun 2017 didominasi dengan aktivitas *payment* dan *lending*. *payment* tentunya tetap menjadi faktor utama pembentuk tren di perkembangan FinTech, karena bertransaksi adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh semua orang. Sementara bisnis *lending* atau peminjaman juga menyumbang angka yang cukup besar, dilihat dari angka peminjaman yang diakomodir oleh pemerintah baru mencapai sekitar 60%. Sehingga perkembangan fintech dalam aktivitas kredit atau peminjaman juga sangat besar.

Tabel 1. Pasar *Financial Technology* (FinTech) Indonesia

Sektor	Pangsa Pasar (%)
Pembayaran	42,22
Pembiayaan	17,78
Agregator	12,59
Personal/Financial Planning	8,15
Crowdfunding	8,15
Lainnya	11,11

Sumber: Asosiasi FinTech dan OJK (2017)

Konsep teknologi finansial tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan bisa memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman serta modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini berkembang di Indonesia, yaitu *payment channel system*, *digital banking*, *online digital insurance*, *Peer to Peer (P2P) Lending*, serta *crowd funding* (Siregar, 2016)

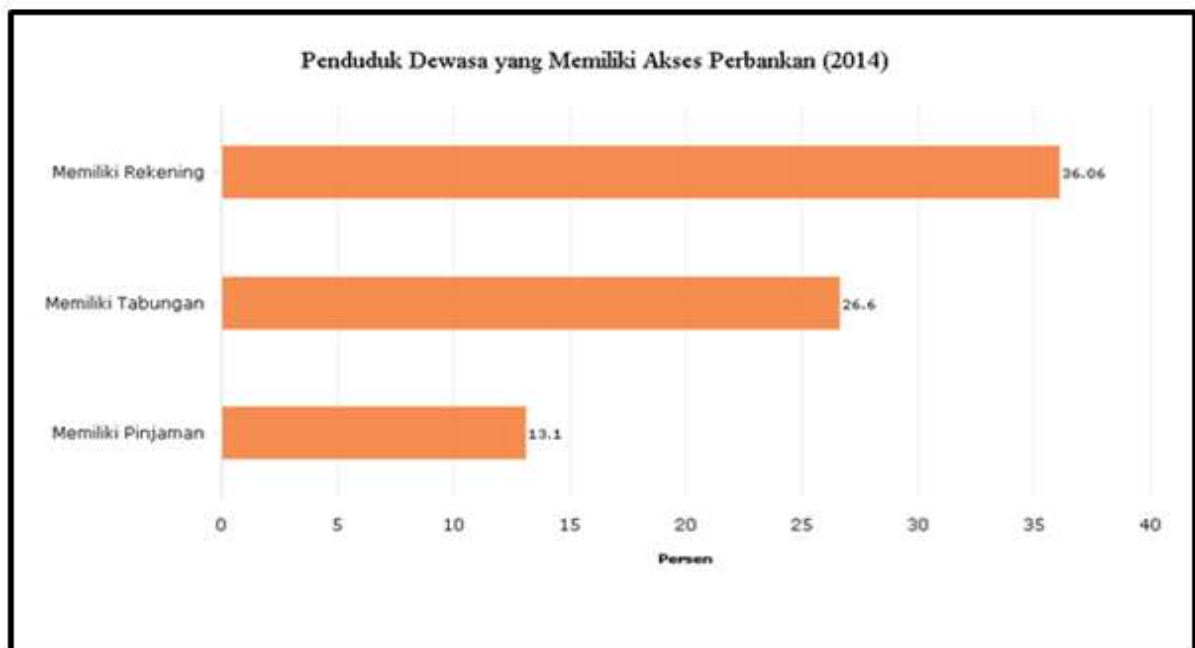
Kuatnya arus teknologi dalam sistem pembayaran mendorong Bank Indonesia sebagai bank sentral Republik Indonesia untuk memastikan lalu lintas pembayaran yang telah terpenetrasi oleh teknologi tetap berjalan dengan tertib dan aman serta mendukung pilar-pilar dalam pencapaian visi dan misi Bank Indonesia. Bank Indonesia menjamin keamanan dan ketertiban dalam hal lalu lintas pembayaran dengan menjadi:

1. Fasilitator. Bank Indonesia berperan menjadi fasilitator dalam hal penyediaan lahan untuk lalu lintas pembayaran.
2. Analisis bisnis yang *intelligent*. Melalui kerjasama dengan otoritas dan agen-agen internasional, Bank Indonesia menjadi analis bagi para pelaku usaha terkait FinTech untuk memberikan pandangan dan arahan tentang bagaimana menciptakan system pembayaran yang tertib dan aman.

3. *Asesmen*. Bank Indonesia melakukan pengawasan (*monitoring*) dan penilaian (*assessment*) terhadap setiap kegiatan usaha yang melibatkan FinTech dan system pembayarannya menggunakan teknologi.

4. Koordinasi dan Komunikasi. Bank Indonesia senantiasa menjaga hubungan dengan otoritas terkait untuk tetap mendukung keberadaan FinTech system pembayaran di Indonesia. Bank Indonesia juga senantiasa berkomitmen untuk mendukung para pelaku usaha di Indonesia dengan memberikan pengarahannya secara berkala mengenai FinTech.

Keberadaan FinTech semakin diuntungkan dengan perilaku masyarakat yang gemar melakukan transaksi secara digital. Tren bertransaksi di jalur digital di perbankan naik hingga 35%. Padahal, tiga tahun lalu, 75% bankir memperkirakan lebih dari separuh transaksi dilakukan di kantor cabang. Kini angkanya turun menjadi 34%. Berdasarkan data Bank Indonesia pada gambar 1, penduduk dewasa yang memiliki rekening di lembaga keuangan formal baru mencapai 36,06% pada 2014. Sementara yang memiliki tabungan hanya 15,3%, bahkan yang memiliki pinjaman ke lembaga keuangan formal hanya 8,5% (lihat gambar 1). Hasil penelitian kantor jasa konsultan internasional atau *Pricewaterhouse Coopers (PwC) Indonesia* juga menyatakan perkembangan FinTech menjadi salah satu risiko bagi industri perbankan nasional (Fitra, 2018)



Sumber : Bank Indonesia dalam Fitra (2017)

Gambar 1. Penduduk Dewasa Dengan Akses Perbankan

Berdasarkan kondisi *Financial Technology* (FinTech) dalam hal penetrasi FinTech ke sektor pembiayaan yang sangat masif saat ini, maka dapat diberikan analisis SWOT untuk menilai secara keseluruhan dari FinTech berdasarkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) terhadap industri perbankan.

#### Analisis SWOT

Analisa SWOT dianggap sebagai metode analisis untuk mendeskripsikan perusahaan yang paling dasar. Setiap organisasi atau perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Menggunakan analisa SWOT dapat menjadi bahan untuk membuat perencanaan strategis dan mencapai tujuan perusahaan secara lebih sistematis. Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan (Kottler P. Armstrong G, 2008)

Menurut (Rangkuti, 2016) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Sedangkan menurut (Siagian, 2008) ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor berupa kekuatan; yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk didalamnya satuan-satuan bisnis adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena setiap satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.
2. Faktor kelemahan; yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
3. Faktor peluang; definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis organisasi.

4. Faktor ancaman; Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan organisasi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan organisasi, yang terdiri dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), baik itu untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang..

#### *Financial Technology* (FinTech)

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology* (FinTech) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Teknologi keuangan atau *Financial Technology* (FinTech), melahirkan berbagai modal baru yang lebih praktis bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan keuangan. Keberadaan *Financial Technology* (FinTech) pun menggugah status quo dan revolusi cara kerja institusi keuangan tradisional. (Rahardjo, 2017)

Menurut *World Bank* dalam (Nizar, 2017) *Financial Technology* (FinTech) didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien.

Sedangkan menurut *Financial Stability Board* dalam (Nizar, 2017) FinTech juga didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan *Financial Technology* (FinTech) adalah pengembangan baru industri jasa keuangan berupa konsep yang mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial yang didalamnya terdapat inovasi dengan harapan bisa menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih efektif, efisien, aman, serta modern.

### Jenis-Jenis *Financial Technology* (Fintech)

Secara umum, layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia dapat dibedakan ke dalam beberapa kelompok (Siregar, 2016), yaitu:

#### 1. *Payment Channel/System*

Merupakan layanan elektronik yang berfungsi menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran, antara lain alat pembayaran menggunakan kartu dan *e-money*. Di samping itu, terdapat jenis alat pembayaran elektronik lain yang telah digunakan oleh sebagian masyarakat dunia, yaitu sistem pembayaran berbasis kriptografi (*blockchain*) seperti Bitcoin.

#### 2. *Digital Banking*

Merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan para nasabah. Masyarakat di Indonesia sudah cukup lama mengenal perbankan elektronik seperti ATM, EDC, *internet banking*, *mobile banking*, SMS banking, phone banking, dan video banking. Selain itu, beberapa bank juga telah meluncurkan layanan keuangan tanpa kantor (*branchless banking*) sesuai kebijakan OJK dengan nama Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai) yang utamanya ditujukan kepada masyarakat yang belum memiliki akses ke perbankan.

#### 3. *Online/Digital Insurance*

Adalah layanan asuransi bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Beberapa perusahaan asuransi telah memanfaatkan web portal untuk menawarkan produk asuransi, menerbitkan polis, dan menerima laporan klaim. Di samping itu, banyak pula perusahaan yang menawarkan jasa perbandingan premi (*digital consultant*) dan juga keagenan (*digital marketer*) asuransi melalui *website* atau *mobile application*.

#### 4. *P2P Lending*

*Peer to peer (P2P) Lending* adalah layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempertemukan antara pihak yang membutuhkan pinjaman dan pihak yang bersedia memberikan pinjaman. Layanan ini biasanya menggunakan *website*.

#### 5. *Crowdfunding*

Adalah kegiatan pengumpulan dana melalui *website* atau teknologi digital lainnya untuk tujuan investasi maupun sosial.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai untuk penulisan ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, dimana data-data yang dihasilkan disajikan dalam bentuk deskriptif yang akan memberikan gambaran tentang hasil dari penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan studi literatur. Literatur yang diperiksa meliputi buku teks, artikel media massa, dan penelusuran literatur *online* yang berkaitan dengan penulisan ini. Dengan demikian,

penelitian deskriptif kualitatif hanyalah menguraikan tanggapan terhadap situasi atau peristiwa, sehingga tidak menjelaskan hubungan kausalitas maupun melakukan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri *Financial Technology* (FinTech) yang masuk ke institusi jasa keuangan memberikan dampak tersendiri bagi perkembangan sektor perbankan di Indonesia. Berikut ini akan dibahas mengenai analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*).

### 3.1. Analisis Kekuatan (*Strengths analysis*)

1. Sektor Perbankan dan FinTech selalu terikat dengan syarat dan kepatuhan yang dituangkan pada peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia sebagai pihak regulator. Sebagai bentuk dalam mendukung pelayanan jasa keuangan yang inovatif, cepat, murah, mudah, dan luas serta untuk meningkatkan inklusi keuangan, investasi, pembiayaan serta layanan jasa keuangan lainnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan sebagai ketentuan yang memayungi pengawasan dan pengaturan industri *Financial Ttechnology* (FinTech). Otoritas Jasa Keuangan sebelumnya telah mengeluarkan peraturan mengenai FinTech *Peer to Peer Lending* melalui POJK 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
2. Dasar Hukum penyelenggaraan FinTech dalam system pembayaran di Indonesia dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Surat Edaran Bank Indonesia Nomor. 18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital, Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik, Peraturan Bank Indonesia Nomor. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.
3. Mampu melayani masyarakat yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional dikarenakan ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat di daerah tertentu.
4. Menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional dimana masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan.
5. Memfasilitasi penyedia dana (*lender*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*borrower*) melalui pasar digital yang dibutuhkan bagi Usaha



Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kesulitan mendapat dana perbankan untuk meningkatkan inklusi keuangan

6. Kemudahan, kecepatan layanan, dan biaya yang lebih murah serta kenyamanan bagi konsumen dalam memanfaatkan akses data layanan jasa keuangan dalam ukuran besar dan kemudahan untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.

### 3.2 Analisis Kelemahan (*Weakness Analysis*)

1. Tingkat pengetahuan masyarakat akan teknologi finansial yang relatif rendah sehingga tidak dapat maksimal dalam mengakses layanan keuangan perbankan.
2. Risiko keamanan data (*cyber risks*), privasi, dan kepemilikan data serta tata kelola (*governance*) data yang disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
3. Infrastruktur teknologi informasi yang belum merata di seluruh wilayah Indonesia menyebabkan terjadinya ketimpangan akses layanan perbankan.
4. Jaringan koneksi internet masih kurang mendukung baik dari segi kecepatan akses, sistem aplikasi maupun server yang stabil dalam mengirim transaksi data keuangan.
5. Penyediaan layanan FinTech merupakan pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkannya dan kurang mapan dalam menjalankan usahanya dengan modal yang besar, jika dibandingkan dengan bank.
6. Ada sebagian perusahaan Fintech belum memiliki kantor fisik, dan kurangnya pengalaman dalam menjalankan prosedur terkait sistem keamanan dan integritas produknya.

### 3.3 Analisis Peluang (*Opportunity Analysis*)

1. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) menetapkan regulasi dan pengawasan terhadap transaksi finansial perbankan, sehingga meminimalisasi tindak kriminalitas perbankan dan kekuatiran masyarakat untuk menggunakan layanan teknologi finansial yang diselenggarakan oleh lembaga perbankan.
2. Sebagai negara dengan perekonomian terbesar di kawasan Asia Tenggara dengan jumlah penduduk diperkirakan mencapai 265 juta jiwa pada 2018 dan mayoritas berusia di bawah 35 tahun dengan pertumbuhan *smartphone* dan pengguna *internet* menjadi peluang bagi tumbuhnya *Financial Technology* (FinTech) nasional
3. Hadirnya FinTech akan mendorong perbankan untuk melakukan digitalisasi dan otomatisasi agar dapat mempermudah pelayanan yang lebih praktis.
4. Kesadaran masyarakat mulai tumbuh dalam menyimpan dan meminjam kebutuhan finansial melalui jasa perbankan.

### 3.4 Analisis Ancaman (*Threats Analysis*)

1. Semakin berkembangnya (*Financial Technology*) FinTech mengakibatkan adanya ancaman Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di Industri Perbankan.
2. Adanya potensi kehilangan maupun penurunan kemampuan finansial, baik yang diakibatkan oleh penyalahgunaan, penipuan, maupun *force majeure* dari kegiatan FinTech.
3. Trend globalisasi dan keterbukaan dalam melakukan transaksi lintas negara memungkinkan penyedia jasa layanan teknologi finansial semakin beragam dan menimbulkan kompetisi dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa layanan perbankan.
4. Situasi politik yang kurang kondusif dan kecenderungan terjadinya inflasi yang relatif tinggi di Indonesia, menyebabkan lembaga perbankan harus lebih berhati-hati dalam menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan maka analisis kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) pada teknologi finansial dapat disimpulkan bahwa cepatnya perkembangan teknologi digital telah memberi dampak yang sangat besar terhadap pertumbuhan industri FinTech yang masuk ke sektor pembiayaan dan hal ini tidak dapat dihindari. Penguatan infrastruktur yang semakin memadai mampu mendorong penyedia jasa teknologi finansial berkolaborasi dan bersinergi dengan industri keuangan lainnya, sehingga mampu saling mengisi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan inklusi keuangan nasional. Inovasi-inovasi FinTech dapat menjangkau masyarakat yang seringkali tidak dapat digapai oleh bank konvensional, namun masyarakat juga perlu dilindungi terhadap produk keuangan bodong yang merugikan karena penggunaan layanan FinTech. Pengawasan terhadap FinTech dilakukan oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang terus mendukung dan mengawal operasional Fintech karena dapat memberi pengaruh positif bagi perekonomian secara makro.

## REFERENSI

- Christianto, I. A. W. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia, 20(1), 133–144.
- Dofeitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M. & Weber, M. (2016). The Fintech Market in Germany SSRN, from <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2885931>

- Fitra, S. (2018). Penetrasi Fintech ke Pembiayaan: Ancaman atau Peluang Perbankan? Retrieved January 3, 2018, from <https://katadata.co.id>
- Kottler P., G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nizar, M. A. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia. Retrieved January 5, 2019, from <https://www.researchgate.net>
- Peraturan Bank Indonesia mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PBI No. 18/40/PBI/2016)
- Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik (PBI No. 18/17/PBI/2016)
- Peraturan Bank Indonesia tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. (PBI No. 19/12/PBI/2017)
- Peraturan OJK No 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- Rahardjo, B. (2017). Fintech: Layanan Baru, Ancaman Baru? Retrieved January 4, 2019, from <https://indeks.kompas.com>
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (22nd ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, S. P. (2008). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, A. E. (2016). Financial Technology Tren Bisnis Keuangan Ke Depan. Retrieved December 27, 2018, from <http://infobanknews.com>
- Sukma, D. (2016). Fintechfest, mempopulerkan teknologi finansial di Indonesia. Retrieved December 27, 2018, from <https://arenalte.com>
- Surat Edaran Bank Indonesia perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (SBI No. 18/22/DKSP)

## PROFIL PENULIS

**Ratnawaty Marginingsih, SE, MM**, adalah alumni dari Universitas BSI Bandung dari Program Studi Magister Manajemen. Saat ini aktif sebagai Dosen di Universitas Bina Sarana Informatika, selain itu aktif sebagai anggota Konsorsium pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, tercatat sebagai anggota Forum Akademisi Indonesia dan sebagai anggota Asosiasi Dosen Indonesia. Selain itu aktif mengikuti kegiatan seminar, workshop baik yang bersifat lokal kampus, nasional dan internasional. Penelitian yang dilakukan terkait dalam bidang manajemen keuangan dan manajemen lainnya.

## **Pengelolaan *Talent Manajemen Human Resource* PT. Dalim Fideta Kornesia Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Era Globalisasi**

**Suhardoyo**

STMIK Nusa Mandiri  
e-mail: suhardoyo.syo@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Suhardoyo. (2019). Pengelolaan Talent Manajemen Human Resource PT. Dalim Fideta Kornesia Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Era Globalisasi. *Cakrawala*, 19(1), 61–70. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *In the current era of globalization competition in the business world is increasingly competitive, so that each company is required to be able to compete by preparing competent human resources. The challenges of demographic trends and talent crises make companies must be able to deal with it by implementing an effective strategy in managing human capital. One effective human capital management strategy implemented in the challenges of demographic trends and talent crises is to implement talent management. If a company or organization manages to get better employees than pesiang, it will get an organization that will be better than other competitors. The application of Talent management will not succeed if it is not supported by the existence of a selection system, which is a system in identifying performance results that can be achieved. PT. Dalim Fideta Kornesia is a labor-intensive manufacturing company located in the Cakung Jakarta Bonded Zone with its main activity being the fake hair industry with export orientation. Difficulties in finding employees who have skills that are in line with company activities are the main obstacles facing the company. With the application of talent management that has been implemented by the company has been able to overcome these obstacles or difficulties. So that the success of achieving organizational goals in achieving productivity can always be achieved with quality products in accordance with market demand in the era of globalization. For this reason, PT. Dalim Fideta Kornesia must be able to ensure the availability of talents needed in a timely manner, in the amount and variation that is in accordance with existing demands, and to have qualifications capable of being manifested in competitive advantage parameters for the organization. The survival of the organization can be said to be very dependent on the success of this process in realizing the company's vision and mission and strategic objectives.*

**Keywords:** *Management Talent, Human Resource, Competitive Advantage*

### **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis semakin kompetitif, sehingga setiap perusahaan dituntut harus mampu bersaing dengan mempersiapkan sumber daya manusia yang berkompeten. Pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia yang berkompeten ini harus diolah secara serius oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan untuk mencapai suksesor bagi keberlangsungan di masa mendatang. Kebutuhan pemenuhan suksesor ini juga diperkuat oleh adanya pergeseran trend demografi yang serius terjadi pada tahun 2011-2021 yang menyebabkan karyawan dari generasi *babyboomers* memasuki masa pensiun. Pergeseran trend demografi ini mengakibatkan perusahaan di dunia harus kehilangan talenta terbaik secara besar-besaran.

Banyaknya talenta perusahaan yang hilang menimbulkan adanya kesenjangan antara ketersediaan tenaga kerja dengan permintaan organisasi. Ketidaksesuaian ini mengakibatkan krisis talent yang akan mempengaruhi keberlangsungan perusahaan di masa mendatang

dalam memenuhi kebutuhan suksesor. Pemenuhan kebutuhan talent (orang-orang yang memiliki potensi dan kemampuan terbaik) dapat diperoleh melalui sumber eksternal maupun internal. Melalui sumber internal perusahaan yang dapat dilakukan melalui adanya perencanaan suksesi yang merupakan proses perencanaan untuk memastikan tersedianya pasokan karyawan yang berpotensi untuk menduduki posisi penting perusahaan. Menghadapi tantangan krisis talent, aktivitas perencanaan suksesi melalui aktivitas pengembangan juga harus diimbangi dengan melaksanakan aktivitas retention. Menurut beberapa studi menyebutkan bahwa retention menjadi fokus utama pemimpin dimana 75% senior executive mengatakan bahwa retention menjadi perhatian utama di dunia Manajemen Sumber Daya Manusia.

Adanya tantangan trend demografi dan krisis talent menjadikan perusahaan harus mampu menghadapinya dengan melaksanakan yang sebuah strategi yang efektif dalam mengelola

human capital. Salah satu strategi pengelolaan human capital yang efektif dilaksanakan dalam tantangan trend demografi dan krisis *talent* adalah dengan melaksanakan *talent management*. *Talent management* merupakan bagian dari strategi untuk mengelola aliran bakat dalam suatu organisasi untuk memastikan tersedianya pasokan talent dengan menyelaraskan orang-orang yang tepat dengan pekerjaan yang tepat pada waktu yang tepat (Pella & Afifah, 2011)

Talent manajemen ini adalah merupakan strategi transformasi yang mengacu pada pengelolaan sumber daya manusia berbasis *human capital system management*. Pelaksanaan strategi transformasi ini menekankan pada beberapa pilar diantaranya penekanan pada *talent management* yang merupakan bagian dari aktivitas pemeliharaan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan terhadap tenaga kerja yang berpotensi tinggi.

Dalam suatu organisasi, keberadaan karyawan adalah hal yang mutlak dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan tujuan organisasi yang ingin dicapai. Dalam Organisasi juga bukan hanya jumlah karyawan yang banyak dari segi jumlah dan yang menjadi beban biaya bagi organisasi tetapi karyawan yang mempunyai kemampuan atau talent untuk membangun dan mendukung semua tujuan organisasi. Bagi organisasi apabila tidak mampu yang mempunyai karyawan dengan *talent* yang sesuai dengan kebutuhan organisasi/perusahaan akan membuat perusahaan tidak mampu menjalani kompetisi secara terbuka dalam persaingan bisnis secara global. Dengan dan mempertahankan orang-orang yang memiliki *talent* menjadi penting. Hal ini dikenal sebagai *talent management* (manajemen bakat). *Talent management* berkaitan dengan mencari orang yang tepat dengan keterampilan yang tepat untuk posisi yang tepat. semakin besarnya kesadaran perusahaan-perusahaan akan *talent* tersebut, maka dewasa ini mereka bersaing untuk mendapatkan karyawan yang bertalenta tinggi, baik dengan cara mencari dari luar maupun dari pelatihan dan kaderisasi dalam organisasi.

Kekurangan dan kelamahan dalam mencari *talent karyawan* merupakan hal serius bagi pertumbuhan atau perkembangan organisasi di masa yang akan datang. Dengan demikian sistem penerimaan atau perekrutan karyawan adalah hal yang sangat serius dilakukan untuk mencari karyawan yang mempunyai talent yang sesuai. Setiap karyawan memiliki keterampilan yang berbeda-beda. Merupakan tugas dari bagian Human Resources dalam organisasi untuk mengidentifikasi karyawan yang cocok dengan

budaya organisasi yang ada. Hal ini dilakukan dengan cara mempelajari dan mengevaluasi setiap karyawan di mulai dari tahap perekrutan sampai penerimaan dengan mempertimbangkan kemampuan, bakat, kepribadian, dan karakter mereka, dalam hubungannya untuk mengisi kekosongan jabatan tertentu dalam organisasi atau perusahaan tersebut

Prosedur pemilihan sumber daya manusia yang selektif dan efektif akan mampu untuk mengidentifikasi keahlian karyawan dengan tepat untuk menduduki suatu bagian atau jabatan tertentu dalam perusahaan. Bila perusahaan atau organisasi berhasil mendapatkan pegawai yang lebih baik dari pesaing, maka akan mendapatkan organisasi yang akan lebih baik dari pesaing lainnya. Penerapan *Talent management* tidak akan berhasil jika tidak didukung dengan adanya sistem seleksi, yang merupakan suatu sistem dalam melakukan mengidentifikasi hasil kinerja yang dapat dicapai. Dengan menerapkan adanya penilaian seorang pegawai yang memiliki kinerja yang dianggap rata-rata maka harus dihargai atas kinerja tersebut secara biasa, sedangkan sebaliknya bagi karyawan atau pegawai yang mempunyai berprestasi di perusahaan atau organisasi maka harus menerima imbalan yang lebih tinggi sehingga akan mampu meningkatkan motivasi dan semangat kerja untuk karyawan.

PT. Dalim Fideta Kornesia adalah sebuah perusahaan industri manufaktur yang berada di Kawasan Berikat Nusantara Cakung Jakarta dengan kegiatan utamanya adalah industri rambut palsu dengan orientasi ekspor. Dalam era perdagangan bebas ini perusahaan dalam kegiatan bisnisnya harus menghadapi pesaing dari industri lain yang sejenis. Sehingga untuk menciptakan daya saing yang kompetitif perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk mencapai produk yang berkualitas maka diperlukan adanya karyawan yang mampu mendukung dan mempunyai kemampuan dalam kegiatannya industrinya. Karyawan yang mempunyai kompetensi sesuai bidang kerja sering mengalami kesulitan dalam perekrutannya. Untuk hal ini PT. Dalim Fideta Kornesia melakukan suatu kebijakan dengan melakukan kegiatan dengan pengelolaan manajemen talent untuk memenuhi kebutuhan karyawan tersebut sesuai dengan bidang kompetensinya yang diharapkan akan selalu mampu memasok kebutuhan tenaga kerja yang sesuai dengan keahlian dan ketrampilan apabila terjadi kekosongan akibat *turnover* karyawan. Dalam pertumbuhan dan persaingan di era globalisasi di lingkungan bisnis dan organisasi

yang terus berkembang saat ini, sumber daya manusia atau karyawan bertalenta merupakan factor utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif organisasi sehingga akan menjadi aspek utama untuk menciptakan kemajuan organisasi. Oleh karena itu organisasi harus dapat menciptakan dan mempertahankan serta mengembangkan daya tarik bagi karyawan bertalenta untuk tetap bertahan dalam organisasi atau perusahaan.

### **Talent**

Titik awal untuk penelitian *Talent Management* harus mau tidak mau menjadi eksplorasi dari apa yang dimaksud dengan '*talent*' (CIPD, 2009) namun sangat sulit untuk menemukan definisi *universal talent*. Ada banyak definisi *talent* yang ditemukan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia akademik (HRM) dan literatur. Demikian pula literatur praktisi sumber daya manusia juga menyumbang berbagai definisi spesifik organisasi talent yang sangat dipengaruhi oleh jenis industri dan sifat pekerjaan. Definisi seperti itu dinamis dan bisa bervariasi antar organisasi, atau dalam organisasi yang sama dari waktu ke waktu (Tansley, 2011). Talent dapat dikonseptualisasikan dalam dua cara yang luas – objek dan pendekatan subjek. Dalam pendekatan objek, bakat mengacu pada karakteristik pribadi atau kemampuan bawaan yang bermanifestasi dalam abidang tertentu, sedangkan pada subjek 'pendekatan talent mengacu kepada seseorang atau orang-orang berbakat yang memiliki keahlian khusus atau kemampuan. Meski pendekatan objeknya lebih baik

### **Management Talent**

Manajemen talenta (atau manajemen suksesi) adalah proses analisis, pengembangan, dan pemanfaatan talenta yang berkelanjutan dan efektif untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Hal ini melibatkan proses tertentu yang membandingkan talenta saat ini di suatu departemen dengan kebutuhan strategi bisnisnya. Hasil ini mengarah pada pengembangan dan implementasi strategi yang sesuai untuk mengatasi kesenjangan atau surplus talenta. (CIPD, 2009)

Identifikasi, pengembangan dan manajemen portfolio talenta yaitu jumlah, tipe dan kualitas para karyawan yang akan mencapai sasaran operasional strategis perusahaan secara efektif. Fokusnya adalah pada pentingnya melakukan identifikasi terhadap portfolio talenta yang optimal, dengan menghitung dampak investasi pada kemampuan perusahaan untuk mencapai sasaran strategik dan operasional yang sesuai atau melebihi dari yang diharapkan.

Serangkaian inisiatif perusahaan terintegrasi yang

mencakup proses analisis, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya manusia bertalenta yang berkelanjutan dan efektif untuk memenuhi kebutuhan bisnis yang bertujuan untuk mengembangkan keunggulan kompetitifnya melalui utilisasi optimal sekelompok kecil individu dalam posisi kunci kepemimpinan.

Talent management biasanya meliputi tiga proses, yaitu:

1. Mengembangkan dan memperkuat karyawan baru pada proses pertama kali masuk perusahaan (*onboarding*)
2. Memelihara dan mengembangkan pegawai yang sudah ada di perusahaan.
3. Menarik sebanyak mungkin pegawai yang memiliki kompetensi, komitmen dan karakter bekerja pada perusahaan .

Perusahaan-perusahaan yang menggunakan talent management sebagai salah satu strategi pengelolaan sumber daya manusia berusaha seoptimal mungkin mengaitkan proses pencarian, pemikatan, pemilihan, pelatihan, pengembangan, pemeliharaan, promosi, dan pemindahan pegawai agar terkait dengan bisnis utama perusahaan.

Menurut (Peter, 2009), *talent management* merupakan strategi yang diterapkan oleh organisasi untuk mendapatkan keunggulan bersaing serta sebagai kunci kesuksesan organisasi. *Talent management* juga sebagai proses mengidentifikasi dan menciptakan seperangkat jalur karir, pengembangan, dan penghargaan untuk karyawan *high performer*. Dalam melaksanakan *talent management* penting sekali bagi perusahaan untuk menegaskan definisi *talent*. Menurut Pella dan Afiffah (Pella & Afiffah, 2011), *talent* merupakan kelompok manusia yang ingin dipelihara perusahaan karena kelebihannya dan juga merupakan karyawan yang diidentifikasi memiliki potensi menjadi pemimpin di masa depan. Berdasarkan beberapa pemahaman mengenai definisi *talent management*, maka *talent management* merupakan sistem terstruktur dari organisasi yang berperan dalam menarik, mengembangkan dan mempertahankan talent serta mendukung organisasi dalam mencapai tujuan dan keunggulan bersaing. *Talent management* menjadi alat yang efektif untuk mengidentifikasi dan mengembangkan karyawan yang *high performe* dan *high potential* untuk menduduki posisi penting atau menjadi *future leader* bagi suatu perusahaan.

Kompetensi dapat terdiri dari pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan sifat pribadi (ditunjukkan melalui perilaku tertentu). Model kompetensi yang lebih lama mungkin juga berisi atribut yang jarang memprediksi keberhasilan

(misal pendidikan, kepemilikan, dan faktor keragaman untuk pertimbangan dalam kaitannya dengan prestasi kerja di banyak negara, dan tidak etis dalam organisasi). Hal ini terlihat sebagai strategi kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif dan kesempatan yang baik untuk menciptakan nilai. Talenta adalah raja saat ini dan di masa depan dan sumber terakhir dari keunggulan kompetitif. Talenta juga memiliki peran penting dalam keberhasilan organisasi dengan alasan sebagai berikut: a. Talenta menambah nilai jual; b. Melaksanakan ide-ide; c. Sumber terakhir dari keunggulan kompetitif.

*Talent Manajemen* adalah cara baru untuk efektivitas organisasi menggabungkan pendekatan strategis Sumber Daya Manusia (SDM) dan bisnis perencanaan menghasilkan kinerja yang ditingkatkan, potensi karyawan, pelaksanaan strategi dan keunggulan operasional

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah:

### 1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang berhubungan dengan HR Manajemen PT. Dalim Fideta Kornesia di Jakarta

### 2. Wawancara

Untuk mendapatkan informasi secara lengkap maka penulis melakukan tanya jawab (wawancara) dengan kepala HRD PT. Dalim Fideta Kornesia bapak Suyanto SH yang berhubungan dengan pengelolaan talent manajemen human resources dalam organisasi, dengan pendekatan naratif deskriptif yaitu mencoba untuk menggambarkan dan mengamati Pengelolaan *Talent Manajemen Human Resources* Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif yang diterapkan PT. Dalim Fideta Kornesia Jakarta

### 3. Studi Pustaka

Sebagai sumber data sekunder kami melakukan studi pustaka yang berasal dari studi dokumen dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam tulisan ini. Dokumen yang didapatkan meliputi jurnal nasional maupun internasional, catatan, transkrip, buku, berita media massa, dan sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Pengelolaan *Talent Management* PT. Dalim Fideta Kornesia

Dalam melakukan proses pengelolaan *talent management* perusahaan Dalim Fideta Kornesia terdiri atas:

1. Proses rekrutmen dan seleksi yang ketat  
Proses rekrutmen dan seleksi yang ketat merupakan awal untuk proses talent manajemen sebagai awal karir dari sebuah talent sdm yang akan memasuki sebuah perusahaan atau organisasi sehingga dengan melakukan langkah ini, perusahaan akan mendapatkan talent-talent yang berkualitas. Individu dengan talenta berkualitas tinggi sangatlah langka, dan kebanyakan organisasi kesulitan memperolehnya. Beberapa karakter kandidat dengan talenta yang tinggi, umumnya merupakan individu yang sangat sukses, dan tidak begitu bermotivasi untuk keluar dari posisi mereka serta juga tidak aktif mencari pekerjaan baru. Namun, hal yang sebaliknya terjadi pada kandidat berkualitas rendah.

Untuk merekrut talenta terbaik, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan :

- Definisikan secara jelas tingkat kebutuhan talenta yang paling dibutuhkan Sebelum memulai pencarian, spesifikasikan kompetensi dan pengalaman minimum yang diperlukan organisasi yang paling menggambarkan talenta.
- Uraikan kesempatan yang menantang. Jelaskan pencapaian yang bisa diperoleh sesuai dengan peran/tanggungjawab pekerjaan bagi kandidat serta kesempatan dan kualitas individu yang dicari.
- Jalinlah kemitraan dengan agensi rekrutmen yang memahami dan mengerti kebutuhan organisasi. Agensi rekrutmen yang baik akan memahami talenta apa dan bagaimana memberikan kandidat terbaik yang memenuhi harapan anda.
- Perankan pemasaran dalam merekrut talenta. Dengan mengembangkan pendekatan pemasaran akan dapat memperoleh talenta berkualitas tinggi menggunakan kombinasi media cetak maupun online dan aktifitas lainnya yang menggambarkan aspek pemasaran efektif merekrut talenta.
- Tentukan jangka waktu penempatan. Individu bertalenta memiliki waktu terbatas, dan umumnya kehilangan perhatian jika proses perekrutan terlalu lama.
- Kurangi resiko. Gunakan seperangkat tools yang efektif dalam *screening* kandidat gunakan teknik *competency based interview*

dan jumlah kandidat untuk memvalidasi ketrampilan dan kompetensi yang sesuai.

Dengan mengikuti langkah diatas, organisasi diharapkan akan memiliki kepercayaan tinggi terhadap semua kandidat yang telah dipilih dari kumpulan kandidat terbaik yang tersedia, sehingga dapat menemukan dan memperoleh individu bertalenta sesuai dengan kebutuhan dan tujuan organisasi.

## 2. Pemetaan Talent

Pemetaan talent dilakukan agar para talent dapat dikelompokkan kedalam kompetensi dan keahliannya masing - masing. Pihak perusahaan akan dengan mudah memantau perkembangan setiap talentnya. Bakat yang dimiliki seorang karyawan harus dipelihara, dibina dan dikembangkan. Dengan demikian karyawan berbakat tetap bermotivasi dan memiliki komitmen untuk memberikan pekerjaan dan hasil terbaik. Pemetaan bakat membantu organisasi fokus dalam sasaran jangka pendek tanpa kehilangan arahan atau gambaran besar sasaran jangka panjang. Berikut ini langkah-langkah pemetaan bakat yang dapat digunakan untuk membantu organisasi meningkatkan kinerja melalui peningkatan *talent management* :

- Mengidentifikasi ketrampilan, pengetahuan dan keahlian teknis yang diperlukan
- Mencari tahu sejauh mana bakat karyawan yang ada berdasarkan langkah identifikasi yang ada serta kebutuhan fungsi organisasi, kemudian plotkan ke dalam peta bakat.
- Menggunakan karyawan berbakat yang ada sampai efek maksimum, termasuk didalamnya memindahkan karyawan berbakat dengan ketrampilan, keahlian atau pengetahuan khusus ke tempat atau fungsi organisasi yang paling dibutuhkan.
- Bakat sebagai mana disebutkan diatas adalah dinamis dan perlu dikembangkan.
- Membuat peta bakat selalu mutakhir (*up-to-date*).

## 3. Talent Pool.

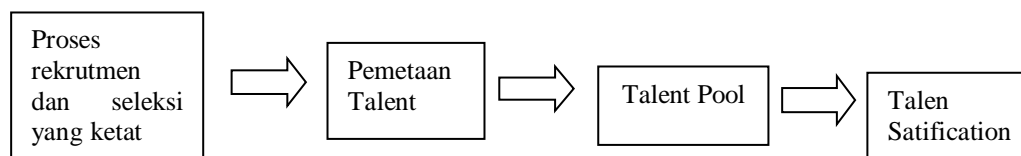
Talent Pool merupakan sebuah hasil saringan dari para talent terbaik di setiap kelompoknya. Para

*talent best of the best* yang dimasukkan dalam *talent pool* ini akan dipromosikan guna meneruskan kepemimpinan bisnis perusahaan. Umumnya *talent pool* ini berisikan 3% dari setiap populasi karyawan setiap unit. Dari *talent pool* perusahaan melakukan proses identifikasi dan kemudian mengembangkan mereka menjadi calon suksesor. Seperti yang diungkapkan oleh Berger & Berger (Berger, Lance A. & Berger, 2008), Identifikasi suksesor potensial adalah awal proses, mereka perlu diberikan kesempatan sepenuhnya untuk mengembangkan keterampilan dan menambah pengalaman yang akan mereka butuhkan ketika menjadi CEO. Dari pendapat tersebut, jelas bahwa untuk tercapainya *succession planning*, perusahaan harus melaksanakan *talent management* untuk mengidentifikasi, melatih, dan mengembangkan calon suksesornya

## 4. Talent Satisfaction

Faktor kunci yang akan menjadikan para talent betah bekerja di sebuah perusahaan. Program ini memberikan para talent berbagai fasilitas dan pengembangan yang meliputi:

- Kebutuhan untuk hidup. Para talent akan diberikan sistem renumerasi pendapatan yang kompetitif dengan perusahaan lain.
- Kebutuhan untuk berkembang. Kebutuhan untuk mengembangkan potensi diri dan pengembangan karir yang jelas dan kesempatan untuk belajar.
- Kebutuhan untuk berkontribusi. Para talent membutuhkan sebuah tantangan dan keinginan yang besar dalam memajukan perusahaan.
- Kebutuhan untuk dicintai. Budaya kerja yang nyaman layaknya hidup di tengah keluarga merupakan salah satu keinginan setiap karyawan.
- Kebutuhan untuk meninggalkan warisan. Para talent akan berlomba-lomba untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan apabila perusahaan menghargai setiap kerja mereka.
- Secara ringkas proses talent management organisasi dapat digambarkan dalam konsep sebagai berikut:



Gambar 1. Proses Talent Management Organisasi

## **Strategi Talent Management PT. Dalim Fideta Korneisia**

Strategi yang dijalankan dalam melakukan kegiatan untuk mencari calon-calon talent karyawan PT. Dalim Fideta Korneisia antara lain:

### 1. Strategi Akuisisi

Guna mencapai tujuan organisasi, maka organisasi perlu menerapkan hal berikut untuk strategi akuisisi *talent*.

- a. Mendeskripsikan kebutuhan keterampilan, kepribadian, dan perilaku.
- b. Konsisten untuk mendapatkan calon yang berkualitas tinggi.
- c. Mengkolaborasikan keikutsertaan manajer dalam proses merekrut *talent*.
- d. Berfokus pada pemberian pengembangan pada setiap calon terbaik.
- e. Berkomunikasi secara teratur untuk membahas prospek pencari kerja.
- f. Melibatkan keseluruhan *stakeholders* untuk mencari kandidat terbaik, termasuk mengajak manajer dan departemen lainnya.
- g. Menyediakan sistem yang efektif untuk menyimpan, mengintegrasikan dan mengakses data secara luas dari calon kandidat terbaik di dalam daftar yang tersedia.

### 2. Strategi Pengembangan

Tahapan selanjutnya yang dijalankan oleh PT. Dalim Fideta Korneisia setelah melaksanakan strategi untuk mengakuisisi *talent*, maka tahapan selanjutnya adalah dengan melaksanakan strategi pengembangan kemampuan para *talent* yang telah didapatkan. Strategi pengembangan ini berfokus pada berbagai program-program pelatihan. Strategi pengembangan ini juga sebagai cara organisasi untuk meningkatkan motivasi dan keinginan bertahan *talent* terbaiknya di organisasi tersebut. Strategi pengembangan dilakukan untuk memberikan pengembangan yang optimal untuk karyawan yang tergolong sebagai karyawan *high potential* yang memberikan kontribusi bagi kemajuan organisasi.

Pengembangan *talent* (*talent development*) merupakan salah satu bagian penting dalam pelaksanaan *talent management*. *Talent development* merupakan aktivitas yang berfokus pada perencanaan, seleksi dan implementasi strategi untuk memastikan bahwa organisasi memiliki *talent pool* untuk sekarang dan untuk posisi penting di masa mendatang. Dalam proses *talent development* atau pengembangan talenta, perusahaan harus memperhatikan beberapa hal penting mengenai pendekatan apa yang digunakan untuk mengembangkan talenta perusahaan, kompetensi apa yang harus dikembangkan pada *talent*, jalur karir apa yang akan diberikan pada *talent* serta pelaksanaan program akselerasi

pengembangan.

Metode yang dilaksanakan oleh PT. Dalim Fideta Korneisia dalam pengembangan eksekutif mengadopsi teori yang telah disampaikan oleh Smilansky (Smilansky, 2007) sebagai berikut:

- a. Pemberian *in depth insight*; *Insight* adalah sebuah proses individual yang didapat melalui serangkaian pertemuan dengan *coach eksternal* atau *business psychologist*, menginternalisasikan apa yang harus dilakukan untuk memahami kekuatan danembangannya.
- b. Program pelatihan Perusahaan (*Corporate training program*) *Corporate training program* yang bermanfaat untuk diberikan kepada karyawan bertalenta terdiri dari: 1) Program pembentukan kepemimpinan secara terintegrasi sesuai dengan jenjang; 2) Program modular yang disesuaikan dengan bidang kebutuhan tertentu.
- c. Pembibingan (*Coaching*); *Coaching* merupakan salah satu bentuk pengembangan yang prosesnya perlu dilakukan secara sistematis, dengan menyesuaikan kebutuhannya secara spesifik yang didapatkan dari internal maupun eksternal organisasi.
- d. *Mentoring*; Mentor dari dalam perusahaan bukan hanya harus menguasai bidang yang dimentorinya, tetapi mentor mengetahui cara melakukan mentoring yang sistematis dan sesuai dengan tipe karyawan bertalenta.
- e. *Short assignments*; Memberikan pengalaman langsung kepada karyawan untuk mengerti tentang isu dan kondisi di tempat lain secara riil. *Strategic forum* membantu executives untuk memahami bisnis sebagai satu kesatuan dan memikirkan isu-isu yang belum mereka ketahui sebelumnya.
- f. *On line management resources & online library*; Diakses untuk pengembangan pribadi setiap individu.
- g. Membaca buku-buku manajemen secara regular; Bagaimana input pengembangan ini dapat sesuai dengan kebutuhan spesifik karyawan bertalenta dan dapat membangun kekuatan mereka serta membatasi dampak negatif dari kekurangan mereka.

### 3. Strategi Evaluasi

Setelah melakukan kegiatan pengembangan terhadap para *talent* yang dimiliki perusahaan, hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pengembangan *talent*. *Talent* yang telah dipersiapkan harus dievaluasi apakah telah memenuhi standart kualitas yang terbaik sesuai dengan posisi yang akan ditempati.



#### 4. Strategi Retensi

Strategi *Retention* adalah merupakan salah satu isu yang menjadi fokus utama organisasi di dunia. Menghadapi cepatnya pertumbuhan bisnis menjadikan organisasi harus terus bersaing untuk mempertahankan karyawan terbaiknya. *Retention* dan pertumbuhan organisasi saling terkait satu sama lain.

Strategi *talent retention* dapat dilakukan perusahaan dengan memberikan berbagai jenis program-program *retaining* terkait kompensasi dan berbagai tunjangan. Menurut Pella dan Afiffah (Pella & Afiffah, 2011), untuk mempertahankan para talent maka perusahaan dapat memberikan paket kompensasi dan benefit kepada para *talent* yang diantaranya terdiri dari unsur upah, tunjangan kesehatan, tunjangan lainnya dan penghargaan.

Sehingga dalam strategi manajemen talenta perusahaan harus disesuaikan dengan visi, tujuan, dan strategi perusahaan, agar SDM perusahaan dapat secara dinamis pula menyesuaikan strategi bersaing menghadapi perubahan lingkungan bisnis. (Bhatnagar, 2007).

#### Implementasi *Talent Management*

Dalam melakukan implementasi *talent management* langkah langkah yang dapat diambil oleh PT. Dalim Fideta Kornesia sebagai berikut :

- Penanaman *Talent Mindset*; *Talent mindset* ini harus disosialisasikan secara gencar di setiap level organisasi dari atas sampai bawah untuk menyiapkan organisasi.
- Menyusun *Talent Management Strategy*; Langkah berikutnya menyusun *talent management strategy* untuk menentukan target dan langkah implementasi *Talent Management*. Diperlukan penentuan *Talent strategy* antara lain *key position*, *core competency* dan kebutuhan talent yang dibutuhkan organisasi, dan membandingkan dengan kondisi saat ini. Dengan *talent management strategy* yang tepat, proses pengelolaan talenta yang dilakukan dapat berpengaruh terhadap kinerja organisasi.
- Melakukan Rekrutmen Talent secara kontinyu; Salah satu tindak lanjut dari proses *Talent Management Strategy* adalah proses akuisisi talenta. Dengan Program Management Trainee dapat i digunakan untuk menjanging talent yang masih first graduate dari universitas.
- Mengembangkan Talent; Program pengembangan Talent merupakan salah satu aktifitas inti dalam implementasi *Talent Management*. Program pengembangan talent dibanyak organisasi, diawali dengan aktifitas Identifikasi Talent Pool untuk posisi-posisi

kunci. Talent Pool secara sederhana bisa didefinisikan sebagai list of talent atau kumpulan karyawan unggul/potensial. Proses identifikasi Talent Pool ini dilaksanakan dengan melakukan penilaian/assessment competency terhadap karyawan berdasarkan posisi dan levelnya. Proses assessment ini merupakan gap analysis antara kompetensi karyawan dibandingkan dengan standar kompetensi untuk tiap posisi.

#### ***Talent Management Upaya* Stategis PT. Dalim Fideta Kornesia**

*Talent management* pada esensinya merupakan satu wujud perencanaan strategik perusahaan untuk menghadapi berbagai tantangan global yang berkembang. Secara strategik, *talent management* diarahkan pada upaya-upaya untuk menhadapi tantangan global untuk menemukan dan menghasilkan kinerja organisasi yang unggul. Dengan *talent management* berinisiatif untuk memastikan tersedianya talenta-talenta yang unggul, yang mempunyai kadar kualitas yang tinggi dengan jumlah yang tepat pada posisi-posisi yang tepat



**Sumber :** (Jackson, Schuler, & Werner, 2010)  
Gambar 2. Model Proses Talent Management

Dari gambar 2 dapat dilihat bahwa arah dari proses *talent management* diwujudkan dalam bentuk hasil atau performa organisasi yang terekspresikan pada parameter-parameter yang sifatnya strategis. Parameter-parameter tersebut meliputi tercapainya keseimbangan posisi dan jumlah para talenta organisasi, baik dilihat dari sisi kompetensi serta dalam pembiayaan penempatan dan karir. Hasil juga dapat diwujudkan dalam bentuk talenta yang mempunyai keunggulan kompetitif, budaya organisasi yang kuat serta *branding* atau *image* organisasi yang positif dan menarik bagi para anggota organisasi dan mereka yang potensial untuk bergabung dalam organisasi.

Pencapaian ini merupakan konsekuensi dari diterapkannya *talent management* yang sifatnya strategik, yang diawali dengan perencanaan strategik pada tingkat korporat, yang

kemudian diterjemahkan dalam rangkaian proses pengadaan, pengembangan, penilaian kinerja, serta penerapan model *reinforcement* yang mampu membangun komitmen dan kinerja yang tinggi. Proses strategik ini muncul sebagai tanggapan yang tepat dari organisasi dalam mengantisipasi dampak tantangan-tantangan lingkungan yang sifatnya global, lintas organisasi, dan lintas budaya, yang salah satu ujungnya adalah ketersediaan talenta yang mempunyai kompetensi yang diperlukan di pasar global dengan *pricing* yang terjangkau oleh organisasi dalam upayanya untuk menjangkau, memilih, mengembangkan dan memelihara komitmen talenta ini.

### **Tantangan Talent Management bagi Perusahaan**

Perusahaan atau Organisasi pada masa globalisasi sekarang ini telah mengalami perubahan dari *boundary* organisasi kearah *boundaryless* organisasi atau mengalami masa transisi dari era hirarki organisasi yang kaku menuju ke *boundaryless organization* yaitu organisasi yang memberikan prioritas pada *Knowledge-Skill-Attitude*. Sehingga akan memberikan kebebasan pada karyawan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang berbeda

Saat ini tingkat kecepatan dan kualitas perubahan yang terjadi di lingkungan yang mempengaruhi kinerja organisasi berkembang dengan sangat cepat. Fleksibilitas menjadi kunci bagaimana meraih keunggulan kompetitif, yang di dalamnya terkandung proses adaptasi terhadap perubahan, mengarahkan proses perubahan, berperilaku responsif dan proaktif. Strategi yang tepat dari organisasi dalam mengatasi kendala atau tantangan perubahan merupakan salah satu cara organisasi untuk tetap bertahan dan tumbuh, apabila mampu menghadapi kendala yaitu kendala *vertical*, *horizontal*, *external* dan *geographical*.

Mengatasi tantangan yang sifatnya *vertical* merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena hirarki birokrasi cenderung membatasi kelancaran arus informasi, mempersulit organisasi untuk cepat menyesuaikan diri dengan tuntutan perubahan lingkungan dan menghasilkan cara berfikir dan berperilaku yang kaku, tidak fleksibel.

Mengatasi hambatan yang sifatnya *horizontal* artinya menghilangkan hambatan yang sifatnya tradisional antara fungsi dan operasi organisasi. Berusaha membangun kerja sama dengan *suppliers*, konsumen, pemerintah, dan lain-lain akan menciptakan *boundary* yang bersifat tidak jelas.

Konsep *boundarylessness* ini menawarkan tema

baru: *speed, flexibility, integration*, dan *innovation* untuk menggantikan tema lama: *size, role clarity, specialization, and control* sebagai dimensi utama yang terkandung dalam pengertian *boundaryless organization*. Konsep utamanya adalah bahwa organisasi yang mampu mentransformasi budayanya sehingga berorientasi pada empat tema baru tersebut akan mampu berfungsi lebih cepat, lebih lentur, lebih mampu mentransformasi sumberdayanya menjadi produk dan jasa yang sesuai dengan tuntutan perubahan lingkungan, serta mampu menghasilkan ide-ide bisnis baru.

### **KESIMPULAN**

- a. *Talent management* yang efektif merupakan sesuatu yang krusial dalam persaingan bisnis. Dengan program *talent management* yang diterapkan oleh PT. Dalim Fideta Korneia, perusahaan dapat menemukan dan meningkatkan bakat- bakat dan keterampilan tenaga kerja sebagai salah satu sarana utama agar mereka tetap kompetitif. Tantangan paling utama pada *talent management* adalah untuk menemukan, menarik, membangun dan memelihara *talent* tersebut.
- b. Pelatihan dan pengembangan yang diberikan PT. Dalim Fideta Korneia kepada calon suksesor sesuai dengan *talent* yang mereka miliki sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor kunci dalam menghasilkan *talent management* yang efektif, terdapat kecenderungan bagi perusahaan untuk dapat memiliki strategi yang fokus dengan menarik dan mempertahankan karyawan yang bertalenta, menekankan pada proses belajar dan memiliki nilai terhadap pengembangan kualitas kerja dan kualifikasi karyawan.
- c. PT. Dalim Fideta Korneia harus mampu memastikan ketersediaan talenta-talenta yang dibutuhkan tepat pada waktunya, dalam jumlah dan variasi yang sesuai dengan tuntutan yang ada, dan mempunyai kualifikasi yang mampu diwujudkan dalam parameter *competitive advantage* bagi organisasi. Keberlangsungan hidup organisasi dapat dikatakan akan sangat tergantung dari keberhasilan proses ini dalam mewujudkan sasaran strategisnya

### **REFERENSI**

- Berger, Lance A. & Berger, D. R. (2008). *No Title The Handbook of Best Practice on Talent Management: Mengidentifikasi, Mengembangkan, dan Mempromosikan Orang Terbaik untuk Menciptakan Keunggulan Organisasi*. Diterjemahkan oleh Kumala Insiwi Suryo. Jakarta: Permata Printing.

- Bhatnagar, J. (2007). Talent management strategy of employee engagement in Indian ITES employees: Key to retention. *Employee Relations*, 29(6), 640–663. <https://doi.org/10.1108/01425450710826122>
- CIPD. (2009). *Annual Survey Report: Recruitment, Retention, and Turnover*. London: Institute of Personnel and Development Diunduh dari [www.cipd.co.uk](http://www.cipd.co.uk).
- Jackson, Schuler, & Werner. (2010). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia* (Edisi 10). Jakarta: Salemba Empat.
- Pella, D. A., & Afiffah, I. (2011). *Talent Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, C. (2009). *Talent on Demand. Metode Baru Mendapatkan SDM Bertalenta Tepat Jumlah, Tepat Kualifikasi, dan Tepat Waktu. Diterjemahkan oleh Wndria Triana Rafelina*. Jakarta: PPM.
- Smilansky, J. (2007). *Developing Executive Talent: Best Practices from Global Leaders*. United States of America: Wiley United State. Retrieved from <https://www.wiley.com/en-us/corporations>
- Tansley, C. (2011). What do we mean by the term “talent” in talent management? *Industrial and Commercial Training*, 43(5), 266–274. <https://doi.org/10.1108/00197851111145853>

#### **PROFIL PENULIS**

Suhardoyo, SE.MM lahir di Banyumas, 27 November 1970, Pendidikan: Lulus S1-Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) di Purwokerto Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan /IESP (Lulus 1996), Lulus S2-Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia School Of Management di Jakarta (STIE ISM) Program Studi Ilmu Manajemen Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia ( Lulus 2013), saat ini sedang menempuh pendidikan program Pasca Sarjana (S3) Di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Program Studi Ilmu Manajemen Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis saat ini mengajar di STMIK Nusa Mandiri Jakarta dan UBSI saat ini penulis aktif menulis pada Jurnal Perspektif, Widya Cipta, Cakrawala dan Seminar Nasional dengan bidang keilmuan manajemen terutama Manajemen Sumber Daya Manusia dan Humaniora.



## Prestasi Belajar Sebagai Dampak Dari Minat Baca Dan Bimbingan Belajar Siswa IPS

Kartika Mariskhana

Universitas Bina Sarana Informatika/ Sistem Informasi  
e-mail: kartika.kma@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Mariskhana, K. (2019). Prestasi Belajar Sebagai Dampak Dari Minat Baca Dan Bimbingan Belajar Siswa IPS. *Cakrawala*, 19(1), 71–78. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - This research aims to determine how much the impact of interest in reading and tutoring on learning achievement by social science students in junior high school Jakarta 1. In this research, the authors distributed questionnaires to students of 9 grade subjects of social science in junior high school Jakarta 1. The survey method used in this research is random sampling and calculates the result of questionnaires that have been filled by students using the slovin formula, where there are a population of 124 students consisting of 68 men and 56 woman. from the total population, a sample of 95 students from junior high school Jakarta 1 were taken who attended the tutoring program.

**Keywords:** interest in reading, tutoring, learning achievement

### PENDAHULUAN

Dalam keberhasilan belajar, membaca merupakan upaya yang penting untuk dilakukan dalam proses belajar. Sedangkan dalam kegiatan belajar di sekolah, minat baca yang tinggi merupakan sesuatu yang diharapkan oleh semua pihak baik dari siswa itu sendiri, guru maupun orang tua. Dengan membaca, berarti siswa dapat menerjemahkan, menginterpretasikan materi yang diperoleh. Hal ini yang dapat mendukung siswa untuk mendapatkan nilai yang baik dalam setiap materi pelajaran, sehingga prestasi belajar siswa dapat dicapai dengan hasil maksimal. Namun pada kenyataannya, minat baca siswa masih jauh dari apa yang diharapkan, hal tersebut dapat dibuktikan dari kondisi yang dilihat penulis yang tertuang dalam studi pendahuluan dimana jumlah siswa yaitu 124 murid terdiri dari 68 siswa laki-laki dan 56 siswi perempuan 78% diantaranya memiliki nilai < 65 untuk mata pelajaran sejarah, geografi dan ekomoni.

Rendahnya minat baca siswa disekolah disebabkan sistem pembelajaran di Indonesia belum membuat anak-anak harus membaca buku. Dengan banyaknya jenis hiburan diluar lingkup sekolah mengalihkan perhatian anak-anak untuk mencari kesenangan dengan harga yang lebih murah dibandingkan harus membaca buku dengan harga yang relatif mahal untuk setiap bukunya. Dan juga kurangnya perhatian orang tua untuk menumbuhkan minat baca bagi anak-anak di lingkungan rumah, menjadikan alasan mengapa redahnya minat baca di negara ini.

Disisi lain aktivitas belajar bagi setiap siswa tidak selamanya dapat berlangsung secara wajar. Setiap individu memang tidak selalu sama, perbedaan individual ini yang menyebabkan perbedaan tingkah laku belajar dikalangan anak didik. Dalam keadaan dimana siswa tidak dapat belajar sebagai mana mestinya, disitulah yang dinamakan kesulitan belajar. Tingginya minat siswa sekolah formal mengikuti bimbingan belajar merupakan simbol ketidakpercayaan siswa dan orang tua terhadap proses pembelajaran di sekolah formal.

Dari latar belakang diatas, fenomena yang ditangkap oleh penulis terkait minat baca dan bimbingan belajar terhadap prestasi belajar yang terjadi dilungkup SMP Jakarta 1 dimana merupakan lokasi penelitian, penulis ingin meneliti lebih dalam terkait dua variabel tersebut. Menurut Jamarah (Hardi, 2014) minat membaca adalah keinginan dan kemauan yang kuat untuk selalu membaca kesempatan atau selalu mencari kesempatan untuk membaca. Minat menurut Winkel (Hardi, 2014) adalah kecenderungan yang agak menetap dalam subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu atau merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Minat ini erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang, karena itu dapat dikatakan minat itu terjadi karena sikap senang kepada sesuatu. Orang yang berminat kepada sesuatu berarti sikapnya senang akan sesuatu itu. Minat akan hilang apabila tidak disalurkan. Minat dipengaruhi oleh perkembangan fisik, mental, kesiapan belajar, pengalaman budaya serta bobot emosi. Sebagai suatu aspek kejiwaan, minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi dapat

mendorong orang untuk melakukan sesuatu, sehingga ia merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan.

Membaca adalah suatu kegiatan interaktif untuk memetik serta memahami arti yang terkandung didalam bahan tulis (Somadayo, 2011). Membaca merupakan kegiatan reseptif, suatu bentuk penyerapan yang aktif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Ony Dina Maharani, Kisyani Laksono, 2017) membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis. Membaca merupakan suatu proses yang dilakukan serta dipergunakan oleh pembaca untuk memperoleh pesan yang hendak disampaikan penulis melalui media kata-kata atau bahasa tulis.

Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa minat baca merupakan aktivitas yang dilakukan dengan penuh ketekunan dan ketertarikan dalam rangka membangun pola komunikasi dengan diri sendiri sebagai proses tranmisi pemikiran untuk mengembangkan intelektualitas dan pembelajaran. Minat baca memiliki 2 aspek yaitu aspek kognitif dimana didasarkan atas konsep pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungan, dan 1 lagi yaitu aspek afektif yaitu konsep yang dinyatakan dalam bentuk sikap terhadap kegiatan atau objek yang menimbulkan minat (wawasan pendidikan, 2015). Indikator minat baca meliputi: Perasaan senang, Perhatian dalam belajar, Sikap guru, Lingkungan kelas, Teman pergaulan, Keluarga, Fasilitas.

Menurut Surya (Andi Thahir, 2014) bimbingan adalah suatu proses pemberian bantuan yang terus-menerus dan sistematis dari pembimbing kepada yang di bimbing agar tercapai kemandirian dalam pemahamannya dan perwujudan diri, dalam mencapai tingkat perkembangan yang optimal dan penyesuaian diri dengan lingkungannya. Menurut Mortenson dalam (Marsudi, Saring, & Sarmino., 2011) bimbingan merupakan pemberian bantuan kepada setiap orang yang dilakukan oleh ahli dalam bidang bimbingan, dan diharapkan dengan bimbingan tersebut orang yang dibimbing dapat berkembang sesuai dengan kemampuannya. Sedangkan bimbingan belajar menurut (Hamalik, 2011) ialah bimbingan yang ditujukan kepada siswa untuk mendapatkan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan, bakat, minat dan kemampuannya serta membantu siswa untuk menentukan cara-cara yang efektif dan efisien dalam mengatasi masalah belajar yang dialami oleh siswa. Bimbingan belajar adalah proses pemberian bantuan kepada murid dalam memecahkan kesulitan-kesulitan yang berhubungan dengan masalah belajar (Mulyadi, 2010). Fungsi utama bimbingan belajar adalah membantu murid dalam menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan pendidikan dan pengajaran dengan guru atau tenaga ahli (Andi Thahir, 2014). Indikator dalam

bimbingan belajar meliputi: Pemahaman, Pencegahan, Pemeliharaan, Pengentasan.

Setiap kegiatan dilakukan siswa akan menghasilkan suatu perubahan dalam dirinya. Hasil belajar yang diperoleh siswa dapat diukur berdasarkan perbedaan tingkah laku sebelum dan setelah belajar dilakukan. Salah satu indikator terjadi perubahan dalam diri siswa sebagai hasil belajar disekolah dapat dilihat melalui nilai yang diperoleh siswa pada akhir semester.

Menurut Winkel prestasi adalah bukti keberhasilan usaha yang dapat dicapai (Hardi, 2014). Dari pendapat Winkel dapat dipahami bahwa prestasi adalah suatu hasil usaha yang diperoleh seseorang atas usaha yang dilakukan. Dalam bahasa Inggris sendiri sebenarnya ada sebuah kata atau istilah lain yang lebih menggambarkan "prestasi" dalam pengertian Indonesia atau sebagaimana digunakan dalam bahasa Indonesia yaitu kata "*achievement*". Tetapi karena kata itu berasal dari kata "*to achieve*" yang berarti "mencapai", kita lebih sering menerjemahkannya menjadi "pencapaian" atau "apa yang dicapai" (Andi Thahir, 2014). Menurut Djamarah prestasi belajar adalah sebuah kalimat yang terdiri dari dua kata, yakni prestasi dan belajar (Rahayu, 2015). Yaitu kata prestasi dan belajar mempunyai arti yang berbeda. Djamarah menyimpulkan bahwa prestasi adalah hasil dari suatu kegiatan yang telah dikerjakan, diciptakan, yang menyenangkan hati yang diperoleh dengan jalan keuletan kerja, baik secara individual maupun kelompok dalam bidang kegiatan tertentu. Sedangkan belajar adalah suatu aktifitas yang dilakukan secara sadar untuk mendapatkan sejumlah kesan dari bahan yang telah dipelajari. Prestasi belajar merupakan bukti keberhasilan yang telah dicapai seseorang dalam proses belajar itu sendiri. Maka prestasi belajar merupakan hasil maksimum yang dicapai oleh seseorang setelah melaksanakan usaha-usaha belajar (Rahayu, 2015). Sedangkan prestasi belajar merupakan hasil dari sebagian faktor yang mempengaruhi proses belajar secara keseluruhan (Syah, 2008).

Pengertian yang lebih umum, prestasi belajar adalah hasil belajar atau perubahan tingkah laku yang menyangkut ilmu pengetahuan, keterampilan dan sikap setelah melalui proses tertentu, sebagai hasil pengalaman individu dalam interaksi dengan lingkungannya (Surya, 2015). Pendapat lain mengemukakan bahwa prestasi belajar adalah usaha maksimal yang dicapai oleh seseorang setelah melaksanakan usaha-usaha belajar (Singgih, 2012). Jadi dapat disimpulkan bahwa prestasi belajar adalah perubahan tingkah laku mencakup tiga aspek (kognitif, afektif, dan motorik) seperti penguasaan, penggunaan dan penilaian berbagai pengetahuan dan keterampilan sebagai akibat atau hasil dari proses

belajar dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tertuang dalam bentuk nilai yang diberikan oleh guru. Pengungkapan hasil belajar meliputi segala ranah psikologis yang berubah sebagai akibat pengalaman dan proses belajar siswa (Syah, 2008). Dengan demikian indikator dari prestasi belajar menurut Syah dan menyesuaikan dengan penelitian ini sebagai berikut: Ingatan, Pemahaman, Penerapan, Sintesis.

## METODOLOGI PENELITIAN

Mengacu pada permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yang dijelaskan oleh (Sugiono, 2010) adalah metode penelitian sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode yang digunakan ini untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pada penelitian ini, penulis dalam teknik pengambilan sampel dilakukan dengan perhitungan teknik sampel yang terdapat di lokasi penelitian SMP Jakarta 1. Data yang dikumpulkan serta diolah untuk mendukung penelitian kuantitatif diolah menggunakan SPSS 21. Menghindari kesalahan dalam mengartikan variabel yang dianalisis, perlu dijelaskan definisi operasional masing-masing variabel tersebut.

**Tabel 1. Operasional Variabel**

Dimensi	Indikator
Minat Baca	
• Perasaan senang	• Anak merasa senang saat membaca materi pelajaran yang ia sukai
• Perhatian saat belajar	• Anak menunjukkan konsentrasi terhadap materi yang dipelajari
• Sikap guru	• Anak tidak menunjukkan sikap acuh pada saat guru menjelaskan materi bacaan
• Lingkungan kelas	• Lingkungan kelas membawa suasana nyaman untuk membaca
• Teman pergaulan	• Keberadaan teman akrab dapat pacuan minat membaca pada anak
• Keluarga	• Anggota keluarga memberi bimbingan serta dukungan untuk mengajak anak membaca
• Fasilitas	• Ketersediaan tempat yang nyaman dapat merangsang minat baca pada anak
Dimensi Bimbingan Belajar	Indikator

- |                |   |
|----------------|---|
| • Pencegahan   | • Anak merasa nyaman belajar di tempat bimbel                                   |
| • Penguatan    | • Anak mendapatkan cara-cara jitu untuk menyelesaikan soal-soal ditempat bimbel |
| • Pemahaman    | • Anak tertarik untuk mengikuti program belajar di tempat bimbel                |
| • Pemeliharaan | • Dalam beberapa periode, diadakan test untuk mengevaluasi hasil belajar anak   |

Dimensi Prestasi Belajar	Indikator
• Ingatan	• Anak dapat menyebutkan kembali materi yang telah dipelajari
• Pemahaman	• Anak dapat mendefinisikan materi yang telah didapat dengan lisan sendiri
• Penerapan	• Anak dapat mengimplementasikan informasi yang didapat ke kehidupan nyata
• Sintesis	• Anak dapat menarik kesimpulan setelah belajar suatu materi

Sumber: (Mariskhana, 2018)

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu kuisioner. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur yang bisa langsung memberikan hasil ukur atau dengan diturunkan menggunakan formula matematika yang sesuai dengan variabel yang terlibat dalam pembahasan. Kuisiner merupakan sebuah format wawancara yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh berbagai informasi dari responden. Hasil kuisioner ini yang akan diangakakan (kuantitatif) dan dianalisis secara statistik untuk menarik kesimpulan penelitian. Tujuannya agar untuk memperoleh informasi relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Hal yang diperhatikan oleh penulis dalam menyusun kuisioner yaitu pertanyaan yang sesuai dengan hipotesa dan tujuan penelitian.

### A. Metode Analisis

Sebelum dilakukan analisis terhadap indikator yang digunakan, dalam penelitian ini penulis terlebih dahulu dilakukan uji instrument untuk mengukur validitas dan reliabilitas atas instrument Minat baca, Bimbingan Belajar dan Prestasi Belajar yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan

reliabilitas.

Pengukuran validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*, dan rumusnya sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

$\Sigma X$  = Jumlah pengamatan variabel

$\Sigma Y$  = Jumlah pengamatan variabel Y

$\Sigma XY$  = Jumlah hasil kali variabel X dengan variabel Y

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur. Alat ukur yang valid berarti memiliki validitas yang tinggi dan untuk menguji validitas, dapat digunakan rumus *Pearson Product Moment* (PPM) dengan menggunakan program SPSS versi 21 *for Windows*. Dengan ketentuan jika r hitung > r tabel, maka dinyatakan valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Untuk menguji reliabilitas, dapat menggunakan rumus *Alpha Cronchbanch*, jika nilai *Alpha* > 0.60 maka kontruk pernyataan dengan menggunakan program SPSS versi 21 *for Windows* dinyatakan reliabel.

#### 3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi data variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menguji normal atau tidaknya suatu data, dapat menggunakan rumus *Kolmogorov smirnov* dengan menggunakan program SPSS Versi 21 *for Windows*. Dengan ketentuan jika probabilitas *Asymp.Sig* (2-tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi yang erat satu sama lain. Deteksi terhadap gangguan multikolinieritas adalah dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* dengan program SPSS versi 21 *for Windows*. Jika nilai VIF dan juga *tolerance* berkisar 1 (dibulatkan dengan pembulatan terbaik menghasilkan 1) maka model regresi tidak mengalami 59 gangguan multikolinieritas. Sedangkan sebaliknya Jika nilai VIF dan juga *tolerance* tidak berkisar 1 (dibulatkan dengan pembulatan terbaik tidak menghasilkan 1) maka model regresi mengalami gangguan multikolinieritas.

#### 5. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas terjadi karena perubahan situasi yang tidak tergambar dalam spesifikasi model regresi. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas, dapat dilihat pada gambar *scatterplot*. Jika gambar tidak membentuk pola, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

#### 6. Uji Hipotesis

##### Hipotesis Nol

Ho1 : Tidak ada pengaruh minat baca terhadap Prestasi belajar

Ho2 : Tidak ada pengaruh bimbingan belajar terhadap prestasi belajar

Ho3 : Tidak ada pengaruh minat baca dan bimbingan belajar terhadap prestasi belajar anak

##### Hipotesis Alternatif

Ha1 : Ada pengaruh minat baca terhadap prestasi belajar anak

Ha2 : Ada pengaruh bimbingan belajar terhadap prestasi belajar anak

Ha3 : Ada pengaruh minat baca dan bimbingan belajar terhadap prestasi belajar anak

#### 7. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

##### Keterangan :

$R^2$  : koefisien determinasi

k : jumlah variabel bebas

n : jumlah sampel

Jika nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis alternatif diterima sehingga model dikatakan baik atau tepat.

#### 8. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

$$\text{Rumus } t = \frac{b - \beta}{sb}$$

##### Keterangan :

t : t hitung

$\beta$  : Nilai 0

sb : *Standard error of regression coefficient*

b : Koefisien regresi

Jika nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel, maka Ha diterima, demikian pula sebaliknya.

#### 9. Analisa Korelasi Antar Dimensi

Korelasi tidak menunjukkan hubungan sebab akibat, namun korelasi menjelaskan besar tingkat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Pedoman interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:



**Tabel 2. Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koiofisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-3,99	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiono, 2010)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Uji Validitas**

Pada Tabel 3, hasil uji validitas dari masing-masing dimensi diperoleh nilai r hitung > dari r tabel, dimana nilai r tabel yaitu 0,2017. Jadi dapat diartikan bahwa dimensi dari data yang diperoleh bernilai valid. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

	Corrected Correlation	Item-Total
pernyataan 1	.489	
pernyataan 2	.466	
pernyataan 3	.249	
pernyataan 4	.443	
pernyataan 5	.494	
pernyataan 6	.494	
pernyataan 7	.457	
pernyataan 8	.521	
pernyataan 9	.402	
pernyataan 10	.397	
pernyataan 11	.544	
pernyataan 12	.433	
pernyataan 13	.295	
pernyataan 14	.627	
pernyataan 15	.600	

Sumber : (Mariskhana, 2018)

**2. Uji Reliabilitas**

Pada Tabel 4, hasil uji reliabilitas terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.803 jadi nilai tersebut lebih besar dari 0,60, maka dapat diartikan bahwa data yang diperoleh reliabel. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini :

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	AlphaN of Items
.830	.839	15

Sumber : (Mariskhana, 2018)

**3. Uji Normalitas**

Pada Tabel 5, hasil uji normalitas menunjukkan nilai Sig lebih besar dari 0,05 yaitu 0,169. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa data yang diolah telah terdistribusi normal, hal ini membuktikan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	Unstandardized Residual
N	66
	Mean 0E-7
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	Std. Deviation 1.52871522
	Absolute .137
<i>Most Extreme Differences</i>	Positive .123
	Negative .137
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1.111
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.169
	<i>a. Test distribution is Normal.</i>
	<i>b. Calculated from data.</i>

Sumber : (Mariskhana, 2018)

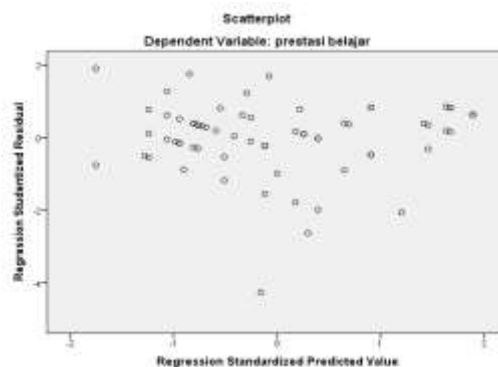
**4. Uji Heterokedastisitas**

Pada Tabel 6, terdapat hasil uji heterokedastisitas dimana nilai Sig dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwa didalam data yang telah diolah tidak terdapat gangguan heterokedastisitas. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dan diagram *scatterplot* dibawah ini :

**Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.685	.495
minat baca	.775	.441
bimbingan belajar	1.229	.222

Sumber : (Mariskhana, 2018)



**Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas**

**5. Uji Multikolinearitas**

Pada Tabel 7, diperoleh hasil dari uji multikolinearitas dimana nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini membuktikan bahwa data yang telah diolah tidak terdapat multikolinearitas. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

### 6. Uji T

Pada Tabel 8, terdapat hasil dari uji T atau uji secara parsial bahwa variabel minat baca dan bimbingan belajar secara parsial terhadap prestasi belajar anak karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 5,332 dan 2,958 > 1,985. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Sumber : (Mariskhana, 2018)

### 7. Uji F

Pada Tabel 9, hasil dari uji F atau uji simultan terdapat nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 32,190 > 3,10 maka dapat diartikan bahwa variabel minat baca dan bimbingan belajar berpengaruh secara simultan terhadap prestasi belajar anak. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 9. Hasil Uji F**

Model	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2	89.107	32.190	.000 <sup>b</sup>
Residual	92	2.768		
Total	94			

a. *Dependent Variable:* prestasi belajar

b. *Predictors: (Constant), bimbingan belajar, minat baca*

Sumber: (Mariskhana, 2018)

### 8. Uji Linear Berganda

Pada Tabel 10, hasil uji linear berganda dapat ditulis dalam bentuk persamaan :

$$Y = 0,667 + 0,346 X_1 + 0,297 X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat diartikan bahwa kedua nilai koefisien regresi, nilai dengan nilai X<sub>2</sub> yaitu variabel bimbingan belajar. Nilai koefisien regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 10. Hasil Uji Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.667	1.958
minat baca	.346	.065
bimbingan belajar	.297	.100

Sumber: (Mariskhana, 2018)

### 9. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat bahwa nilai R pada hasil pengolahan data sebesar 0,232. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel minat baca dan variabel bimbingan belajar memberi pengaruh terhadap prestasi belajar sebesar 43% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 <sup>a</sup>	.438	.421	1.553

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
minat baca	.798	1.253

**Tabel 8. Hasil Uji T**

Model	T	Sig.
(Constant)	.341	.734
minat baca	5.332	.000
bimbingan belajar	2.958	.004

a. *Predictors: (Constant), bimbingan belajar, minat baca*

b. *Dependent Variable:* prestasi belajar

Sumber : (Mariskhana, 2018)

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh variabel minat baca dan bimbingan belajar terhadap prestasi belajar dengan menggunakan regresi linear berganda, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Minat baca berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi belajar siswa IPS di SMP Jakarta 1. Hal ini mengartikan bahwa jika semakin tinggi angka minat baca di kalangan siswa IPS di SMP Jakarta 1 maka semakin tinggi pula prestasi belajar yang diraih oleh para siswa.
2. Bimbingan belajar berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi belajar siswa IPS di SMP Jakarta 1. Hasil tersebut mengartikan jika siswa IPS SMP Jakarta 1 mengikuti program bimbingan belajar diluar program pembelajaran yang ada di sekolah formal maka para siswa mendapatkan manfaat lebih dengan mendapatkan hasil berupa peningkatan prestasi belajar.
3. Minat baca dan bimbingan belajar berpengaruh secara simultan terhadap prestasi belajar siswa IPS di SMP Jakarta 1. Dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi minat baca dan semakin banyak siswa yang mengikuti program bimbingan belajar maka semakin tinggi pula prestasi belajar yang didapat oleh siswa IPS SMP Jakarta 1.

Agar meningkatkan prestasi belajar dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi para siswa untuk lebih meningkatkan lagi intensitas untuk membaca sehingga para siswa akan mendapatkan informasi lebih banyak terkait materi mata pelajaran ilmu sosial, sehingga dapat berkembang pula pengetahuan dan pola berpikir kritis untuk menggali informasi seputar materi pelajaran. Hasil akhir yang diperoleh jika kegiatan membaca

- semakin tinggi yaitu dapat menguasai materi dan dapat meningkatkan prestasi belajar disekolah.
2. Bagi para guru disarankan agar memberikan rangsangan serta motivasi kepada siswa untuk meluangkan waktu lebih banyak membaca disbanding menghabiskan waktu untuk hiburan yang kurang memberi manfaat bagi perkembangan dan peningkatan prestasi belajar.
  3. Kepada peneliti lanjutan untuk meningkatkan prestasi belajar perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor lain yang turut berpengaruh terhadap peningkatan belajar siswa.

## REFERENSI

- Andi Thahir, B. H. (2014). Pengaruh Bimbingan Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pondok Pesantren Madrasah Aliyah AL-UTRUJIYYAH KOTA KARANG, *1*(2), 63–76.
- Hamalik, O. (2011). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hardi. (2014). Pengaruh Minat Membaca Buku Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa BKK Akutansi.
- Mariskhana, K. (2018). *Laporan Akhir Penelitian Prestasi Belajar Sebagai Dampak dari Minat Baca dan Bimbingan Belajar Siswa IPS*. Tangerang.
- Marsudi, Saring, & Sarmino. (2011). *Layanan bimbingan belajar*. Surakarta: Fairus Media.
- Mulyadi. (2010). *Diagnosis Kesulitan Belajar & Bimbingan terhadap Kesulitan Belajar Khusus*. Yogyakarta: Nuha Litera.
- Ony Dina Maharani, Kisyani Laksono, W. S. (2017). Minat Baca Anak-Anak Di Kampoeng Baca Kabupaten Jember, *3*(1), 320–328.
- Rahayu, G. S. (2015). Pengaruh Minat Baca Terhadap Prestasi Belajar IPS Siswa Kelas V Bantul Tahun Ajaran 2014/2015.
- Singgih, D. G. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Somadayo, S. (2011). *Strategi dan Teknik Pembelajaran Membaca*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian, Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Surya, M. (2015). *Strategi Kognitif dalam Proses Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Syah, M. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- wawasan pendidikan. (2015). Pengertian, Aspek, Indikator dan Manfaat Serta Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Baca.

## PROFIL PENULIS

Kartika Mariskhana, S.Kom, M.Pd, Lahir di Tangerang, 15 Maret 1983. Menyelesaikan Sarjana Komputer di STMIK Jayakarta, Jakarta tahun 2005. Tahun 2011 menyelesaikan studi Magister Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) di program Pascasarjana Universitas Indraprasta PGRI (UNINDRA) Jakarta. Penulis mengajar sebagai Dosen di Universitas Bina Sarana Informatika sejak 2010-sekarang. Selain mengajar juga ikut serta sebagai anggota Asosiasi Dosen Indonesia (ADI)



## Analisis Kebutuhan Pengembangan Pembelajaran Penulisan Naskah PR I

Fifit Fitriansyah

Universitas Bina Sarana Informatika/Penyiaran  
e-mail: fifit.ffy@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Fitriansyah, F. (2019). Analisis Kebutuhan Pengembangan Pembelajaran Penulisan Naskah PR I. *Cakrawala*, 19(1), 79–86. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Learning PR Scripts Writing I is one of the pre-eminent courses for students of public relations study programs (Public relations) at the Faculty of Communication and Language at the University of Bina Sarana Informatika, in their study introducing and providing knowledge about the skills that must be owned by Public relations in this case writing skills (writing skills). The technique of writing public relations (Public relations Writing) itself is a typical writing skill (PR skill) / PR in producing texts that are needed to build a positive image and popularity of a company or organization. The purpose of this study is to identify learning needs related to the problems in learning PR Script Writing I. The results of this study are the development of learning PR Script Writing I in accordance with learning. With the development of learning PR Script Writing I is expected to facilitate students in obtaining learning so that learning becomes more diverse and enjoyable.*

**Keywords:** *Need Assessment, Development, PR Script Writing*

### PENDAHULUAN

*Public relations* dapat dipahami sebagai fungsi manajemen yang mengelola tata komunikasi guna menjembatani antara kepentingan organisasi dengan kepentingan publik demi tercapainya tujuan pengertian bersama (*Mutual Understanding*), meningkatnya pemahaman, membangun ketertarikan, dan menumbuhkan simpati publik.

Sebab jika diperhatikan, Humas atau Public Relations saat ini dijadikan sebagai alat manajemen secara struktural yang merupakan bagian integral dari suatu organisasi/perusahaan sehingga memiliki peran yang sangat signifikan dan kontribusinya turut menentukan keberhasilan organisasi/perusahaan tersebut untuk mencapai visi, misi dan tujuan bersama. PR memiliki peran untuk membantu organisasi menentukan bukan hanya apa yang akan dikatakan, tetapi juga apa yang akan dilakukan (Ardhoyo, 2013)

Bagi sebagian masyarakat yang telah mengenal tradisi menulis dan membaca, menjadikan keduanya sebagai kegiatan yang sangat penting. Hal ini tidak lain karena informasi yang diterima oleh seseorang adakalanya tidak hanya disampaikan secara lisan, namun juga tulisan. Dengan adanya tulisan, maka informasi yang disampaikan dapat berlangsung lebih lama dan tersimpan karena kapanpun ia dapat membacanya kembali.

Teknik Penulisan humas (*Public relations Writing*) sendiri adalah keterampilan menulis (*writing skill*) khas Humas/PR dalam menghasilkan naskah-naskah yang diperlukan guna membangun citra positif dan

popularitas sebuah perusahaan atau organisasi.

Terdapat dua tipe penulisan naskah dalam *public relations* yaitu: (1) berupa *Media Relations/Press Relations* atau media kit, seperti naskah *backgrounder*, *press release* (siaran pers), *advertorial*, dan *press conference* (*press kit*); (2) berupa media promosi, informasi, dan komunikasi mengenai sebuah perusahaan atau organisasi, seperti naskah untuk dipublikasikan dalam bentuk *newsletter*, *in house magazine/company magazine*, *annual report*, *company profile*, *leaflet*, *booklet*, *brochures* dan sebagainya.

Guna menghasilkan sebuah naskah yang baik (*good writing*), seorang praktisi PR harus memiliki keterampilan menulis layaknya seorang jurnalis. Untuk itu pemahaman seperti nilai-nilai berita (*news values*), bahasa jurnalistik (*language of mass communications*), dan kode etik jurnalistik, perlu dikuasai oleh seorang praktisi *public relations*.

Salah satu naskah Public Relations yang populer di kalangan media massa adalah *media kit* (*press kit*). *Media Kit* (*press kit*) yakni berupa bahan tertulis seperti *backgrounders*, *press release*, *advertorial* dan *brochures* yang berisi informasi lengkap tentang kegiatan tujuan, jadwal, target sasaran, struktur panitia, daftar pengisi acara, dan lain sebagainya, kemudian dimasukkan dalam sebuah map atau amplop besar. sehingga kalangan pers memiliki data akurat dan lengkap sebagai bahan berita terkait perusahaan atau organisasi tersebut.

Namun demikian, yang terjadi saat ini adalah masih rendahnya kemampuan menulis pada sebagian

praktisi *Public Relations*. Salah satu yang menyebabkannya adalah latar belakang pendidikan praktisi yang bukan berasal dari program studi komunikasi dengan konsentrasi *public relations*. Berbagai data yang ditemukan penulis di lapangan, banyak di antara praktisi yang memiliki latar belakang pendidikan manajemen, pemasaran, ekonomi dan akuntansi yang sudah tentu dalam kegiatannya kurang mengutamakan menulis sebagai suatu kompetensi yang wajib dikuasainya.

Idealnya seorang praktisi *public relations* harus menguasai teknik menulis dan mengetahui bentuk-bentuk naskah dalam *Public Relations*, sebab hal tersebut sangat membantu dalam aktifitas keseharian *Public Relations*, seperti menulis *feature* untuk media publikasi internal, menyusun *newsletter*, *media kit*, membuat laporan kemajuan perusahaan, dan sebagainya. Menurut Narti, “Produk-produk tertulis dalam humas merupakan perwujudan dari sarana humas dan sarana komunikasi resmi yang tertuang dalam bentuk tulisan untuk kemudian disampaikan kepada khalayak (Sunarti, 2016)

Melihat kepada kriteria yang harus dimiliki oleh seorang praktisi *public relations* yakni berupa kemampuan menulis naskah PR (*PR Writing*) dan membangun komunikasi yang baik dengan media (*media relations*), maka sudah seharusnya seseorang yang mempelajari, berkecimpung dan mendalami dunia *public relations*, memiliki kemampuan tersebut.

“Peran *PR writing* and *editing* yaitu kemampuan menulis, membuat dan mendesain media PR sangatlah dibutuhkan. Hal ini dilakukan untuk menciptakan pemahaman publiknya, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favourable* serta membentuk *goodwill*, kerja sama, dan berbagai hal yang berkaitan dengan situasi perusahaan (Gandariani, 2016).

Mata kuliah Penulisan Naskah *Public Relations* (Penulisan Naskah PR) 1 merupakan salah satu mata kuliah unggulan bagi mahasiswa program studi hubungan masyarakat (*Public relations*) di Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika, dalam kajiannya memperkenalkan dan memberikan pengetahuan mengenai keahlian yang harus dimiliki oleh *Public relations* dalam hal ini keahlian menulis (*writing skills*).

Keterampilan menulis naskah *Public Relations* yang telah dimiliki oleh mahasiswa, nantinya akan digunakan dalam kegiatan *PR Creations*. Dalam kegiatan ini, mahasiswa diminta untuk membuat *media kit* dalam bentuk penulisan naskah *Public Relations* yang kemudian akan dilombakan antar kelas dan cabang di program studi Hubungan Masyarakat. Dengan demikian, keterampilan menulis

dan teknik penulisan yang benar sesuai dengan standar penulisan naskah *Public Relations*, menjadi kebutuhan bagi mahasiswa dalam mempersiapkan kegiatan tersebut.

Sebab, bagi seorang PR “kemampuan menulis yang sama kualitasnya dengan jurnalis, seperti menulis siaran pers, radio release dan tv release adalah kemampuan yang sangat menentukan dalam menetapkan topik konferensi pers, seminar atau lokakarya yang diharapkan mampu mendapat publikasi yang maksimal (Warhani, Hesti, & Aisyah, 2017) Untuk melaksanakan pembelajaran berdasarkan tujuan dan isi pembelajaran di atas, maka perlu adanya sumber belajar yang sesuai dengan kebutuhan belajar siswa.

Namun demikian, yang terjadi pada mahasiswa program studi hubungan masyarakat, mereka mengalami kesulitan dalam proses pembelajaran penulisan naskah *Public Relations*. Hal ini disebabkan sumber belajar yang digunakan hanya berupa *power point* yang telah dibuatkan oleh tim konsorsium, sehingga mahasiswa merasa kurang memiliki gambaran seperti apa seharusnya naskah *Public Relations* dan pengalaman langsung yang dapat dijadikan pedoman dalam pembuatan naskah *Public Relations*.

Padahal seharusnya, “sumber daya yang diperlukan dalam menopang pembelajaran harus meliputi sumber daya material, sumber daya manusia seperti guru dan staf pendukung serta fasilitas fisik seperti laboratorium, perpustakaan dan ruang kelas yang memadai”(Okongo, Ngao, Rop, & Nyongesa, 2015)

Di sisi lain, latar belakang pendidikan mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika beragam, yakni rata-rata mereka merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) IPA dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di bidang teknik mesin, otomotif, dan rekayasa perangkat lunak dan multimedia, di mana latar belakang mereka tidak pernah bersinggungan dengan keahlian menulis. Di samping itu, sebagian dari mahasiswa sudah bekerja, namun bidang pekerjaan mereka pada bagian produksi, marketing, sales kosmetik, operator bahkan pada jasa pengiriman barang, yang ini tidak ada hubungannya dengan keahlian menulis *public relations*. Hal ini peneliti peroleh berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti kepada mahasiswa.

Twelker, Urbach, dan Buck dikutip oleh Atwi Suparman mendefinisikan pengembangan pembelajaran sebagai upaya sistematis guna mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengevaluasi satu set bahan dan strategi belajar dengan maksud mencapai sebuah tujuan tertentu

(Suparman, 2010) Senada dengan Reigeluth sebagaimana dikutip oleh Atwi Suparman memberikan pengertian bahwa pengembangan pembelajaran dilihat dari tiga tahap kegiatan sebagai berikut; 1) desain bagi pengembang instruksional memiliki fungsi sebagai *blue print* (cetak biru) bagi ahli bangunan; 2) produksi yang memiliki arti penggunaan desain guna membuat sebuah program instruksional; 3) validasi yang merupakan penentu akan kualitas atau validitas dari sebuah produk akhir (Suparman, 2010).

Dengan demikian, jika dilihat dari beberapa definisi di atas dapat dikatakan bahwa pengembangan pembelajaran suatu usaha dengan tahapan sistematis guna mencapai suatu tujuan pembelajaran tertentu yang dimulai dengan mengidentifikasi, mengembangkan strategi dan bahan ajar, hingga mengevaluasi efektivitas sebuah kegiatan pembelajaran.

Jika melihat kepada latar belakang pendidikan dan pekerjaan di atas, maka jauh sekali dari bidang keahlian menulis terutama penulisan naskah Public Relations. Minimnya pengalaman dosen dalam bidang penulisan naskah Public Relations, di mana kebanyakan dosen bukanlah seorang praktisi *public relations* menambah panjang daftar kesulitan dalam proses pembelajaran tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan analisis kebutuhan terkait penyelesaian masalah dalam pembelajaran sesuai dengan kebutuhan belajar mahasiswa. Analisis kebutuhan ini dapat diperoleh dengan melakukan indentifikasi terhadap permasalahan yang ditemui di lapangan kemudian dicarikan solusi atas permasalahan tersebut. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah guna mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan guna menunjang proses pembelajaran yang efektif, efisien dan sesuai dengan tujuan pembelajaran.

## METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Dengan metode ini dapat diperoleh gambaran secara mendalam mengenai peristiwa dan fakta yang ada. Metode *affirmative action* juga melengkapi pendekatan yang dimaksud. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data diantaranya: 1) wawancara; 2) observasi; 3) angket; 4) dokumentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adanya kebutuhan instruksional merupakan tindak lanjut dari temuan pengembang mengenai adanya masalah dalam pembelajaran yang membutuhkan

solusi. Kesenjangan yang terjadi antara yang diharapkan dengan kondisi di lapangan membuat kebutuhan instruksional ini muncul. Dengan kata lain, pembelajaran yang selama ini berjalan kurang efektif.

Kebutuhan instruksional pada pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini adalah segala sesuatu yang menjadi penghantar dalam memfasilitasi belajar mahasiswa guna memperoleh kompetensi yang diharapkan. Oleh karenanya, dalam melakukan analisis kebutuhan instruksional, pengembang melihat berdasarkan faktor-faktor yang menjadi penyebab munculnya masalah serta kebutuhan yang sesuai dengan permasalahan yang ada.

Kebutuhan instruksional dalam pembelajaran Penulisan Naskah PR I adalah kebutuhan berupa pengadaan paket pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan belajar mahasiswa berupa, buku ajar, panduan pengajaran dosen, dan panduan belajar mahasiswa. Hal ini dirasa perlu mengingat paket pembelajaran yang dikembangkan merupakan kebutuhan yang selama ini dirasa perlu ada mengingat proses belajar mahasiswa selama ini hanya menggunakan slide (power point) saja, sehingga dalam memperoleh pemahaman mengenai praktek Penulisan Naskah PR yang notabene menjadi salah satu tugas seorang praktisi public relations menjadi terhambat mengingat tidak adanya contoh panduan serta minimnya pemahaman yang mendetail mengenai naskah-naskah PR.

Melihat kepada tujuan pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini adalah mahasiswa dapat menghasilkan media kit berupa naskah PR yang dapat digunakan sebagai tools dalam menjalankan profesinya.

Dalam mata kuliah penulisan naskah PR I beorientasi kepada penugasan berupa karya penulisan naskah PR secara terbimbing oleh dosen. Sejumlah materi yang wajib dikuasai oleh mahasiswa adalah media kit public relations, berupa backgrounders, press release, advertorial dan brochures dengan prosentasi 65% dari nilai keseluruhan mata kuliah, sementara 20% untuk kegiatan penunjang berupa workshop (seminar PR), dan 15% untuk keaktifan dalam proses pembelajaran di kelas.

Di samping itu, keterampilan menulis naskah PR yang telah dimiliki oleh mahasiswa, nantinya akan digunakan dalam kegiatan PR Creations. Dalam kegiatan ini, mahasiswa diminta untuk membuat media kit dalam bentuk penulisan naskah PR yang kemudian akan dilombakan antar kelas dan cabang di program studi Hubungan Masyarakat. Dengan demikian, keterampilan menulis dan teknik penulisan yang benar sesuai dengan standar penulisan naskah

PR, menjadi kebutuhan bagi mahasiswa dalam mempersiapkan kegiatan tersebut.

Pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini juga merupakan mata kuliah yang terintegrasi dengan mata kuliah Media Relations. Produk akhir dari pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini adalah berupa media kit yang nantinya akan dilakukan simulasi konferensi pers, yakni berupa kegiatan pemaparan atau presentasi seperti launching produk, seminar, CSR, kampanye PR hingga penanganan krisis terhadap karya yang telah dikerjakan (media kit).

Melihat kepada kebutuhan yang dihadapi pada pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini, maka perlu adanya sebuah pengembangan model berupa produksi bahan pembelajaran dalam bentuk paket pembelajaran yang terdiri dari buku ajar, panduan dosen dan panduan mahasiswa. Dalam pengembangan paket ini juga dilengkapi dengan panduan membuat media kit, sehingga diharapkan mahasiswa terbantu dalam membuat naskah PR baik dalam bentuk tulisan maupun desain karya.

Dalam mengidentifikasi kebutuhan instruksional terhadap pembelajaran Penulisan Naskah PR I dilakukan dalam berbagai teknik diantaranya menggunakan pedoman observasi, pedoman wawancara hingga angket sederhana guna menjangkau berbagai data terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan. Adapun penggunaan teknik observasi, wawancara hingga penyebaran angket dilakukan kepada dosen, mahasiswa dan pimpinan tim (konsorsium) terkait metode pembelajaran yang digunakan, ketersediaan bahan ajar dan media yang digunakan dalam proses pembelajaran hingga hasil belajar atau feedback yang diperoleh atas hasil belajar terutama bagi mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di lapangan, bahwa metode yang selama ini digunakan oleh dosen adalah sebatas ceramah atau diskusi di mana metode ini dirasa kurang efektif mengingat mata kuliah ini 65% adalah berupa praktek sehingga tidak cocok jika menggunakan metode ceramah saja.

Di sisi lain ketersediaan bahan ajar berupa sumber belajar yang digunakan hanya berupa power point yang telah dibuatkan oleh tim konsorsium, sehingga mahasiswa merasa kurang memiliki gambaran seperti apa seharusnya naskah PR dan pengalaman langsung yang dapat dijadikan pedoman dalam pembuatan naskah PR.

Kondisi ini ditambah dengan latar belakang pendidikan mahasiswa Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika beragam, yakni rata-rata mereka merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA)

IPA dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di bidang teknik mesin, otomotif, dan rekayasa perangkat lunak dan multimedia, di mana latar belakang mereka tidak pernah bersinggungan dengan keahlian menulis. Di samping itu, sebagian dari mahasiswa sudah bekerja, namun bidang pekerjaan mereka pada bagian produksi, marketing, sales kosmetik, operator bahkan pada jasa pengiriman barang, yang ini tidak ada hubungannya dengan keahlian menulis public relations. Hal ini peneliti peroleh berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti kepada mahasiswa.

Jika melihat kepada latar belakang pendidikan dan pekerjaan di atas, maka jauh sekali dari bidang keahlian menulis terutama penulisan naskah PR. Minimnya pengalaman dosen dalam bidang penulisan naskah PR, di mana kebanyakan dosen bukanlah seorang praktisi public relations, dosen pengampu dipilih berdasarkan sistem plotting di mana dosen mem-plot mata kuliah secara individu tanpa mempertimbangkan penguasaan keahlian menulis yang dimilikinya menambah panjang daftar kesulitan dalam proses pembelajaran tersebut.

Dengan adanya keterbatasan sumber belajar berupa bahan ajar bagi mahasiswa dan panduan penulisan naskah PR (PR Writing) bagi dosen, serta penggunaan metode pembelajaran konvensional (ceramah) yang dilakukan oleh dosen, membuat mahasiswa kurang memahami dan tidak tertarik untuk mengikuti pembelajaran lebih lanjut. Dengan demikian, hal inilah yang menyebabkan penurunan kualitas karya pada mata kuliah Penulisan Naskah PR I ini.

Data mengenai kesulitan belajar berupa keterbatasan sumber belajar serta kemampuan dosen dalam menyampaikan bahan ajar yang bermuatan teknik penulisan naskah PR (PR Writing) secara teknis, peneliti dapatkan melalui wawancara dan observasi langsung kepada mahasiswa, dosen dan koordinator mata kuliah Penulisan Naskah PR program studi hubungan masyarakat (Public relations).

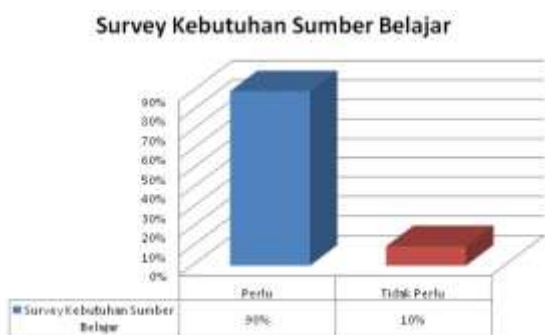
Sementara jika dilihat berdasarkan hasil belajar mahasiswa terhadap pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini rata-rata mahasiswa memperoleh nilai dengan grade C, bahkan tidak jarang yang memperoleh grade D dan E (tidak lulus), sementara untuk mata kuliah Penulisan Naskah PR I ini merupakan mata kuliah unggulan sehingga untuk grade kelulusan minimal B, apabila mahasiswa memperoleh nilai C maka dilakukan optional yakni dianjurkan untuk melakukan HER di samping jika memperoleh nilai D dan E maka mahasiswa wajib HER.

Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya hasil belajar mahasiswa adalah disebabkan tidak tersedianya buku ajar ataupun panduan, sehingga



mahasiswa merasa kesulitan dalam memperoleh sumber belajar terutama terkait panduan praktek pembuatan media kit. Data ini peneliti peroleh berdasarkan hasil observasi, wawancara dan angket sederhana pengembang terhadap sumber belajar yang digunakan oleh dosen selama perkuliahan serta rata-rata hasil belajar mahasiswa pada setiap kelas.

Adapun temuan data terhadap kesulitan belajar mahasiswa akibat minimnya penggunaan sumber belajar serta penggunaan metode pembelajaran yang dilakukan oleh dosen, pengembang lakukan dengan melalui wawancara dan angket sederhana yang diberikan kepada mahasiswa. Hasil dari wawancara ini adalah bahwa sebagian besar mahasiswa memerlukan sumber belajar yang lebih lengkap guna menunjang proses pembelajaran mereka, yang selama ini hanya menggunakan slide (Power Point). Sementara data berdasarkan angket mengenai perlu adanya sebuah sumber belajar yang lengkap dan membantu proses belajar, dapat digambarkan pada grafik di bawah ini:



Gambar 1: Grafik Hasil Survey Angket Kebutuhan Sumber Belajar

Berdasarkan hasil survey melalui angket yang tergambar pada grafik di atas bahwa sebanyak 90% suara memilih perlu dan hanya 10% memilih tidak perlu. Angket diberikan kepada seluruh mahasiswa program studi Hubungan Masyarakat, dan didapati 90% suara diperoleh dari mahasiswa yang aktif mengikuti perkuliahan, sementara 10% suara mahasiswa yang memilih tidak perlu diperoleh dari mahasiswa yang bekerja (di bidang PR ataupun tidak) dan mahasiswa yang jarang aktif mengikuti perkuliahan.

Setelah didapati hasil berdasarkan survey yang diperoleh melalui angket, maka pengembang tidak lantas mengambil keputusan untuk mengembangkan sumber belajar. Pengembang kembali melakukan pengumpulan data (analisis kebutuhan) yang diperoleh berdasarkan hasil observasi ke perpustakaan di mana didapati jumlah buku yang terkait dengan penulisan naskah PR hanya berjumlah 2 judul buku dengan masing-masing 2 buah buku pada perpustakaan, jelas jumlah ini dirasa sangat minim dan kurang mengingat kebutuhan belajar

mahasiswa yang mengharuskan membaca berbagai macam referensi.

Dalam proses pembelajaran yang dilakukan oleh dosen di kelas selama ini hanya berdasarkan kepada panduan SAP, Silabus, Kontrak perkuliahan dan slide yang telah dibuat Konsorsium (Tim pengembang bahan ajar Prodi Hubungan Masyarakat, penggunaan buku ajar oleh dosen hampir tidak dilakukan, mengingat tidak tersedianya buku ajar yang menjadi panduan pengajaran pada mata kuliah Penulisan Naskah PR I ini.

Selanjutnya kondisi di lapangan juga menunjukkan bahwa hasil belajar mahasiswa pada pembelajaran Penulisan Naskah PR I masih dinilai kurang memuaskan, dan berikut merupakan grafik hasil belajar mahasiswa pada mata kuliah Penulisan Naskah PR I:



Gambar 2: Grafik Hasil Belajar Penulisan Naskah PR I

Jika dilihat pada grafik di atas, bahwa sebanyak 60% mahasiswa memperoleh nilai Lulus yakni dengan Grade A dan B. Sementara sebanyak 40% mahasiswa lainnya memperoleh nilai Tidak Lulus dengan Grade C, D dan E. Hasil ini merupakan nilai yang diperoleh pengembang pada rata-rata nilai mahasiswa pada pembelajaran Penulisan Naskah PR I.

Dalam aspek pembelajaran, strategi pembelajaran yang digunakan oleh dosen pada setiap temunya hanya berlandaskan pada satu strategi pembelajaran, artinya dosen hanya menggunakan acuan strategi pembelajaran untuk seluruh pertemuan dari awal hingga akhir, ini mengartikan proses pembelajaran yang selama ini dijalani hanya berpaku pada pemberian strategi yang sama yakni menggunakan metode ceramah.

Penggunaan RPS, RTM dan Silabus pun tidak sistematis sesuai dengan acuan pengembangan sistem pembelajaran. Bahkan tidak jarang dosen tidak membaca RPS, RTM, dan Silabus, dosen hanya membaca Slide yang telah disediakan oleh tim konsorsium ketika hendak mengajar di kelas.

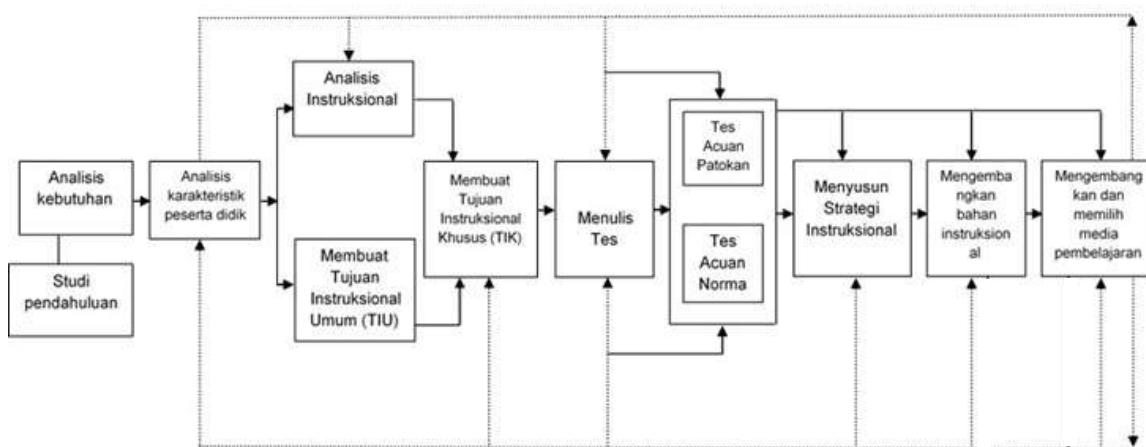
Pengalaman dosen akan menulis naskah humas pun masih terbilang minim, inilah yang akhirnya juga menambah terbatasnya pengetahuan dan pengalaman langsung mahasiswa akan naskah PR. Guna mengatasi permasalahan dosen dalam hal pengajaran, maka Prodi Hubungan Masyarakat melalui Tim Konsorsium selalu melakukan persamaan persepsi tentang Juklis dan Juklak perkuliahan bagi dosen sehingga diharapkan dosen memiliki pemahaman dan persepsi yang sama akan tujuan pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini.

Dalam kegiatan persamaan persepsi ini, tim konsorsium mengundang para dosen pengampu mata kuliah guna menjelaskan secara rinci mengenai input, proses, output hingga outcome yang dihasilkan setelah mahasiswa mempelajari mata kuliah ini. Namun dari sejumlah dosen yang mengampu mata kuliah, tidak jarang hanya beberapa dosen saja yang hadir dalam persamaan persepsi tersebut, dengan berbagai alasan teknis, membuat para dosen pengampu tidak menghadiri persamaan persepsi tersebut. Inilah yang akhirnya melahirkan persamaan persepsi yang berbeda antar dosen dalam melakukan pengajaran di kelas. Data ini pengembang peroleh

berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada dosen pengampu dan mahasiswa.

Beragam temuan analisis kebutuhan yang diperoleh pengembang selama melakukan observasi, wawancara hingga survey di lapangan, ditemukan berbagai masalah pembelajaran yang memerlukan solusi yang tepat guna. Sebab jika melihat kepada tujuan pembelajaran Penulisan Naskah PR I sendiri adalah mahasiswa diharapkan dapat menghasilkan media kit berupa naskah PR yang dapat digunakan sebagai tools dalam menjalankan profesinya. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan di atas, maka diperlukan pengembangan pembelajaran yang baru bagi mata kuliah Penulisan Naskah PR I yaitu, paket pembelajaran yang terdiri dari buku ajar yang dilengkapi dengan panduan membuat media kit, panduan dosen, dan panduan mahasiswa yang sesuai dengan kebutuhan belajar berdasarkan analisis kebutuhan.

Adapun model desain sistem pembelajaran Penulisan Naskah PR I yang dikembangkan, pengembang memodifikasi model Dick and Carey serta model MPI (Model Pengembangan Instruksional) Atwi Suparman, sebagaimana bagan di bawah ini:



Gambar 3: Model Desain Pembelajaran Penulisan Naskah PR I

Jika melihat kepada gambar model desain pembelajaran Penulisan Naskah PR I yang dikembangkan oleh pengembang sebagaimana mengadopsi model Dick and Carey serta model MPI Atwi Suparman, terdapat 8 tahapan diantaranya: 1) studi pendahuluan yang dilakukan melalui analisis kebutuhan; 2) analisis karakteristik peserta didik; 3) membuat tujuan instruksional umum (TIU); 4) membuat tujuan instruksional khusus (TIK); 5) Menulis tes, yang di dalamnya dilakukan penulisan tes acuan patokan dan tes acuan norma; 6) menyusun strategi instruksional; 7) mengembangkan bahan instruksional; 8) mengembangkan dan memilih media pembelajaran.

Melihat kepada berbagai kondisi permasalahan yang dialami mahasiswa dalam proses pembelajaran Penulisan Naskah PR I, tentunya jauh dari kondisi yang diharapkan dalam proses pembelajaran. Kondisi yang diharapkan dalam proses pembelajaran Penulisan Naskah PR I ini adalah terciptanya proses dan hasil pembelajaran yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan tujuan pembelajaran yang digambarkan dengan pemahaman mahasiswa dalam menulis naskah PR yang diaplikasikan dalam mahirnya menulis naskah PR, serta partisipasi dosen yang tinggi dalam memberikan pemahaman dan praktik langsung dalam membuat naskah PR sesuai dengan standar penulisan naskah di media PR.

Dengan terciptanya proses dan hasil belajar sebagaimana yang diharapkan di atas, maka dapat menarik minat mahasiswa dalam memahami naskah PR dalam bentuk penulisan naskah PR sehingga dapat meningkatkan kualitas belajar mahasiswa baik secara mandiri maupun berkelompok dan memperoleh hasil belajar yang maksimal.

Terciptanya proses pembelajaran yang berkualitas tidak lepas dari peran serta dosen dalam memberikan pemahaman dan praktik langsung yang diaplikasikan melalui metode serta strategi pembelajaran yang tepat bagi mahasiswa, yakni dengan penggunaan bahan ajar yang memadai serta penggunaan media pembelajaran yang tepat dan menarik. Apabila komponen-komponen tersebut telah terpenuhi, maka diharapkan tidak hanya menarik minat belajar mahasiswa, namun dapat mengembangkan kreatifitas menulis mahasiswa dalam bidang PR (media kit) sehingga mampu menopang profesionalisme kerja di bidang PR.

## KESIMPULAN

Adanya kesenjangan yang terjadi antara kondisi riil di lapangan dengan kondisi yang diharapkan, maka melahirkan sebuah kebutuhan. Berdasarkan data-data dan analisis kebutuhan yang telah dilakukan pengembang sebelumnya, maka dalam mencari solusi atas permasalahan pembelajaran penulisan naskah PR I melalui penyediaan sumber belajar dalam bentuk paket pembelajaran yang terdiri dari buku ajar yang dilengkapi dengan panduan membuat media kit, panduan dosen dan panduan mahasiswa. Dengan adanya kebutuhan tersebut, diharapkan paket pembelajar penulisan naskah PR I dapat menjadi sumber belajar bagi mahasiswa secara mandiri

## REFERENSI

- Ardhoyo, T. E. (2013). Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA, 1*.
- Gandariani, T. (2016). PUBLIC RELATIONS DAN KEMAMPUAN MENULIS PRESS RELEASE SEBAGAI PUBLISITAS KORPORAT. *Lentera Komunikasi, 2*(1), 71–87.
- Okongo, R. B., Ngao, G., Rop, N. K., & Nyongesa, W. J. (2015). Effect of Availability of Teaching and Learning Resources on the Implementation of Inclusive Education in Pre-School Centers in Nyamira North Sub-County, Nyamira County, Kenya. *Journal of Education and Practice, 6*(35), 132–141. Retrieved from <http://ezproxy.library.yorku.ca/login?url=http://search.proquest.com/docview/1773227117?accountid=15182>
- Sunarti, S. (2016). MELIHAT HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PRAKTIK. *Jurnal*

*Professional FIS UNIVED, 3*(1).

Suparman, A. (2010). *Desain Instruksional* (2nd ed.). Jakarta: Universitas Terbuka.

Warhani, D., Hesti, S., & Aisyah, N. (2017). HUBUNGAN MINAT MEMBACA DENGAN KOMPETENSI MENULIS MAHASISWA PUBLIC RELATIONS PESERTA MATA KULIAH MEDIA RELATIONS, FIKOM UNIVERSITAS MERCU BUANA. *Visi Komunikasi, 16*(01), 55–70.

## PROFIL PENULIS

**Fifit Fitriansyah, S.Sos.I, M.Pd**, lahir di Bekasi, 24 Mei 1987 ini yang merupakan Staf Akademik Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika. Saat ini sedang menyelesaikan Studi Doktorat (S3) Program Studi Teknologi Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta sejak 2013 dan sedang dalam proses penulisan Disertasi. Kegiatan organisasi lain dalam menunjang karirnya sebagai dosen, ia juga terlibat sebagai anggota di IPTPI (Ikatan Profesi Teknologi Pendidikan Indonesia) dan membership di AECT (Association of Educational Communication and Technology)". Sebagai pengajar, saya juga aktif mengikuti berbagai kegiatan ilmiah guna menunjang profesi sebagai dosen dan telah memperoleh sertifikasi pendidik serta sertifikasi kompetensi di bidang MC (*Master of Ceremony*)).



## Analisis Hasil Belajar Konsep Pembelajaran IPA Menggunakan Strategi Critical Incident di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Yohamintin

Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara. Jawa Barat. 17121  
e-mail: [yohamintin@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:yohamintin@dsn.ubharajaya.ac.id)

---

**Cara Sitasi:** Yohamintin. (2019). Analisis Hasil Belajar Konsep Pembelajaran IPA Menggunakan Strategi Critical Incident di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Cakrawala*, 19(1), 87–94. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *The Critical Incident Strategy in active student learning in the course of the Concept of Science Learning can be a means for students to actively learn and improve learning outcomes with innovative strategies. This study analyzes the learning outcomes of the Concept of Science Learning in Ecosystem material seen from the mastery of the science concept and science learning process skills. This type of research uses Classroom Action Research because researchers act directly in research. The research subjects were in first semester students of the PGSD class at the Faculty of Education, Bhayangkara Jakarta Raya University, in the academic year 2018/2019. The sampling technique uses purposive sampling. The results showed that: (1) there were differences in class learning outcomes using critical incident strategies from cycle I and cycle II (2) learning skills and mastery of science concepts material Ecosystems in the class using critical incident strategies had increased from cycles I and II.*

**Keywords:** *analysis, learning outcomes, improvement, critical incident, innovative*

### PENDAHULUAN

Konsep Pembelajaran IPA merupakan salah satu bidang studi yang menduduki peranan penting dalam pendidikan, khususnya dalam pendidikan guru sekolah dasar. Hal ini dibuktikan pelajaran IPA diberikan kepada semua jenjang pendidikan mulai dari Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi. Mengingat pentingnya IPA, maka dalam pembelajarannya bukan hanya untuk mengetahui dan memahami apa yang terkandung dalam IPA itu sendiri, tetapi lebih menekankan pada pola berpikir peserta didik agar dapat aplikatif menguasai dan memecahkan masalah secara kritis, logis, kreatif, cermat, dan teliti.

Pendidikan adalah proses pembelajaran yang dengan sengaja dirancang untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya pendidikan, guru merupakan komponen sumber daya manusia yang harus dibina dan dikembangkan terus menerus. Pendidikan adalah usaha sadar dalam proses kehidupan, untuk itu kegiatan belajar harus dapat membekali peserta didik dengan kecakapan hidup (*life skill atau life competency*) yang sesuai dengan lingkungan kehidupan dan kebutuhan peserta didik, pemecahan masalah secara reflektif sangat penting dalam kegiatan belajar yang dilakukan melalui

kerjasama secara demokratis (Mulyasa, Enco, H. Prof.Dr, 2017).

Dosen sebagai pendidik seharusnya memahami tugasnya dalam pembelajaran yang tidak hanya menuangkan konsep materi belajar dan dosen sebaiknya tidak mendominasi kegiatan pembelajaran tetapi membantu menciptakan kondisi yang mendukung serta memberikan motivasi dan bimbingan kepada peserta didik agar dapat mengembangkan potensi dan kreatifitasnya melalui kegiatan belajar.

Pembelajaran IPA dalam pelaksanaannya memiliki karakter yang khas. Dimana objek IPA selain berhubungan dengan alam nyata juga berkaitan dengan proses – proses kehidupan yang masih abstrak bagi peserta didik.

Proses pembelajaran di tingkat universitas dirasa masih kurang bervariasi dalam penyampaian, hal ini dapat menjadi salah satu indikator capaian hasil belajar yang kurang maksimal. Untuk mengaktifkan belajar peserta didik dalam proses belajar mengajar dosen seharusnya menggunakan metode yang bervariasi dan mengembangkan bahan ajar agar terus inovatif oleh sebab itu sangat dianjurkan agar dosen menggunakan kombinasi metode mengajar setiap kali mengajar yang disesuaikan dengan kurikulum sebagai salah satu substansi pendidikan (Sudjana, 2000).

Dosen selaku pihak yang bertanggung jawab di dalam pendidikan formal di universitas, seharusnya selalu aktif dan kreatif dalam berusaha meningkatkan hasil belajar anak didiknya. Dosen harus selalu mencari alternatif pembelajaran yang sesuai dengan materi yang akan disampaikan kepada peserta didik, dengan harapan peserta didik akan merasa bersemangat dalam mengikuti kegiatan belajar di kelas maupun dalam belajar di rumah.

Peneliti menyimpulkan perlunya pengembangan bahan ajar dengan menggunakan metode pembelajaran baru yang lebih menarik perhatian peserta didik, salah satunya adalah dengan menggunakan strategi pembelajaran *critical incident*. Aktivitas pembelajaran ini digunakan untuk mendorong pembelajaran aktif dan mengajak mahasiswa untuk belajar mengkritisi pengalaman penting yang tidak pernah terlupakan. Strategi ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengingat-pengalaman yang tidak pernah terlupakan yang juga dikaitkan dengan materi.

Keunggulan strategi *critical incident* adalah belajar mengingat kembali peristiwa yang pernah dialami atau dijumpai sendiri kemudian dikaitkan dengan materi bahasan. Topik pembelajaran biasanya ditentukan oleh Dosen, dengan tugas utama mahasiswa adalah mengingat kembali pengalaman penting yang dialami oleh mahasiswa, baik yang dijumpai atau dialami sendiri.

Dengan demikian, pembelajaran yang berlangsung menjadi inovatif dan menyenangkan dan semua mahasiswa ikut terlibat aktif dalam setiap pembelajaran. Sehingga tujuan pembelajaran aktif dapat berjalan bermakna dan tercapai secara optimal sesuai dengan harapan kurikulum pada mata kuliah Konsep Pembelajaran IPA.

Dengan latar belakang diatas peneliti akan menganalisis metode pembelajaran menggunakan Konsep Pembelajaran IPA materi MakhluK Hidup menggunakan strategi belajar *critical incident*.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan Tindakan Kelas (PTK) Penelitian ini dilakukan melalui proses kerja kolaborasi antara Dosen, Tim Ahli dan Peneliti di kampus. Kegiatan perencanaan awal dimulai dari melakukan studi pendahuluan. Pada kegiatan ini juga mendiskusikan cara melakukan tindakan pembelajaran dan bagaimana melakukan pengamatannya. Diskusi kerjasama antara Dosen, Peneliti dan Tim Ahli dikembangkan dalam setiap penyusunan perencanaan berikutnya, dan diskusi berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan.

## Setting Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Keadaan gedung kampus sudah permanen, pencahayaan ruangan cukup baik, sehingga memungkinkan peneliti menggunakan metode pembelajaran yang telah direncanakan.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini mulai direncanakan bulan September 2018 sampai Januari 2019

## Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah Dosen dan Mahasiswa Semester 1 Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang berjumlah 35 Mahasiswa, terdiri dari 34 Mahasiswa Perempuan dan 1 Mahasiswa Laki-laki, dan 1 Dosen.

## Prosedur Penelitian

Penelitian tindakan merupakan pengkajian terhadap permasalahan yang bersifat praktis, situasional, kondisional dan kontekstual berdasarkan permasalahan yang muncul dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari di Perguruan Tinggi. Pada umumnya dilaksanakan secara kolaboratif antara peneliti dengan subjek penelitian. Melalui prosedur penelitian ini, tim ahli, Dosen dan Peneliti senantiasa memperoleh hasil yang optimal melalui cara dan prosedur yang paling efektif sehingga dimungkinkan adanya tindakan yang berulang-ulang dengan revisi untuk meningkatkan hasil belajar Mahasiswa.

## Langkah-langkah PTK

### 1. Perencanaan Tindakan Pembelajaran

Hasil dialog awal diharapkan membawa kesadaran tentang pentingnya meningkatkan hasil belajar Mahasiswa. Selanjutnya disusun langkah-langkah persiapan untuk mengadakan tindakan pembelajaran yakni dengan identifikasi Masalah.

Peneliti merumuskan permasalahan Mahasiswa sebagai upaya meningkatkan hasil belajar melalui strategi pembelajaran *Critical Incident*. Tindakan yang diterapkan pada identifikasi masalah antara lain:

- 1) Bagaimana memanfaatkan strategi pembelajaran yang digunakan yaitu strategi pembelajaran *Critical Incident*;
- 2) Bagaimana cara mengembangkan pemahaman Mahasiswa yang berhubungan dengan materi MakhluK Hidup;
- 3) Bagaimana mengusahakan Mahasiswa agar mampu mengerjakan soal dengan benar dan terjadi perubahan perilaku setelah pembelajaran. (Zainal, Aqib, 2008)

### 2. Pelaksanaan Tindakan

Pada tahap ini peneliti melaksanakan pembelajaran dengan strategi pembelajaran *Critical Incident* di

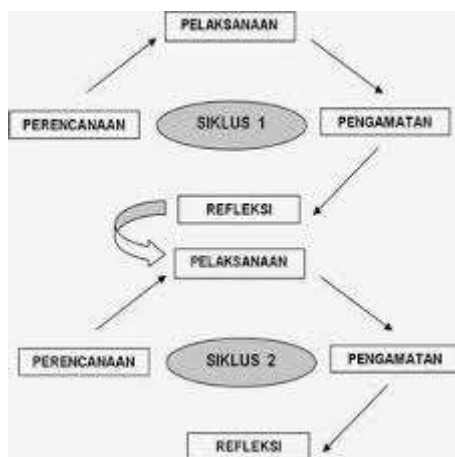
kelas sesuai dengan tindakan- tindakan yang direncanakan pada penelitian ini. Setiap tahapan tindakan dengan memberikan soal-soal secara individu untuk mengetahui sejauh mana hasil belajar Mahasiswa setelah dilakukan tindakan oleh peneliti.

### 3. Pengamatan

Kegiatan ini dilakukan oleh Dosen dibekali pedoman observasi yaitu mencatat semua kegiatan peneliti dari pendahuluan, pengembangan, penerapan, penutup serta menuliskan keterangan tambahan yang belum terjadi seperti inisiatif dan reaksi baik dari peneliti maupun Mahasiswa, serta memberikan kesimpulan dan saran secara umum dari tindakan yang dilakukan. Waktu observasi disesuaikan dengan jam pelajaran pada jadwal mata kuliah Konsep Dasar Pembelajaran IPA di Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

### 4. Refleksi

Pelaksanaan refleksi ini adalah berupa diskusi yang dilakukan oleh Peneliti, Dosen dan Tim Ahli untuk memberikan makna, menerangkan dan menyimpulkan, menelaah hasil tindakan yang telah dilakukan. Refleksi ini dilakukan setiap akhir putaran. Pelaksanaan refleksi pada penelitian ini dilakukan secara rutin setiap akhir putaran penelitian. Berikut alur penelitian tindakan kelas pada penelitian ini.



### Validitas dan Analisis Data

Untuk meningkatkan validitas penelitian tindakan kelas ini dengan meminimalkan subjektivitas melalui triangulasi. "Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data untuk memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu" (Moleong, 2007). Langkah ini dapat ditempuh dengan menggunakan berbagai sumber data untuk meningkatkan kualitas penilaian. Adapun bentuk triangulasi ada 4, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik dan triangulasi teori. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu

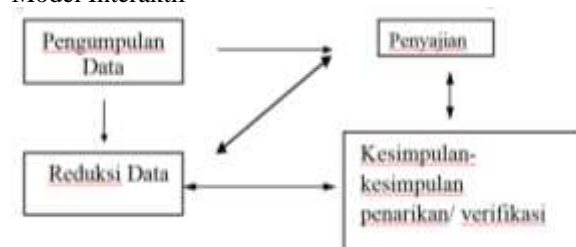
informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda yaitu (a) pengamatan dari proses pembelajaran; (b) tes unjuk kerja Mahasiswa; (c) Silabus, RPS; (d) hasil wawancara tentang pembelajaran Konsep Dasar Pembelajaran IPA.

### Analisis Data

Analisis data yang digunakan dengan menggunakan teknik data kualitatif. Rofi'uddin menyatakan bahwa analisis data kualitatif dapat bersifat linier (mengalir). Berdasarkan pendapat itu, analisis data dilakukan selama proses pembelajaran (Zainal, Aqib, 2008). Analisis data dilakukan selama proses pembelajaran dengan langkah-langkahnya dibawah ini. (Milles, Matthew B. & A. Huberman, 2007)

Komponen-komponen Analisis Data:

Model Interaktif



### Instrumen Penelitian

Instrument dikembangkan oleh Peneliti bersama Tim Ahli dengan menjaga validitas isi. Instrument penelitian ini adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati. Menurut Bogman dan Bikelen bahwa peneliti adalah orang yang paling mengetahui seluruh data dan cara menyikapinya. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yang berupa observasi, tes, dokumentasi dan wawancara (Zainal, Aqib, 2008).

### Pedoman Observasi

Observasi tindak mengajar yang disesuaikan dengan rencana pelaksanaan pembelajaran;

1. Observasi tindak belajar yang berkaitan dengan hasil belajar Mahasiswa Semester I Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2018/2019;
2. Keterangan tambahan yang berkaitan dengan tindak mengajar maupun tindak belajar yang belum terjaring.

### Tes

Penyusunan tes untuk kepentingan ini dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Menyusun kisi-kisi tes yang berdasarkan pada materi makhluk hidup;
2. Menjabarkan materi makhluk hidup ke dalam butir-butir soal dan disesuaikan taraf kognitif mahasiswa;
3. Menyusun soal instrumen yang terdiri dari petunjuk menjawab soal dan item butir soal;
4. Melakukan analisis item soal dan merevisi item jika terdapat kesalahan.

### Dokumen

Dokumentasi dilakukan dengan mencatat atau mengabadikan kegiatan pembelajaran berupa foto atau melihat arsip-arsip (catatan- catatan) yang dilakukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini metode dokumentasi untuk mengumpulkan data-data antara lain daftar nama Mahasiswa Semester I Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2018/2019, Silabus Konsep Pembelajaran IPA, serta hasil pekerjaan Mahasiswa yang dapat memberi informasi data serta dokumentasi berupa foto yang menggambarkan situasi pembelajaran Konsep Dasar Pembelajaran IPA.

### Wawancara

Wawancara digunakan peneliti untuk mengetahui studi pendahuluan untuk mengetahui permasalahan yang di teliti. Wawancara dilakukan Peneliti dengan Dosen, Tim Ahli dan Mahasiswa Semester I Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2018/2019.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini diperoleh capaian hasil belajar mahasiswa dalam aspek penguasaan konsep pembelajaran IPA dan keterampilan proses pembelajaran IPA

Hasil observasi dan analisa proses pembelajaran IPA ditemukan hal-hal sebagai berikut: 1) selama proses pembelajaran yang dilakukan, Dosen lebih banyak berbicara dan menyampaikan informasi; 2) proses pembelajaran masih bersifat konvensional, yaitu hampir seluruh kegiatan pembelajaran dikendalikan oleh dosen; 3) metode yang banyak digunakan adalah metode ceramah; 4) peserta didik jarang melakukan percobaan; dan 5) hasil belajar peserta didik cukup rendah dengan nilai rata-rata yaitu 67.

Penelitian tindakan kelas ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Pendidikan, tepatnya pada peserta didik semester 1 program studi pendidikan Dosen sekolah dasar Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian tindakan kelas ini dilakukan dalam 2 siklus untuk menentukan bagaimana cara meningkatkan hasil belajar melalui Keterampilan Proses dalam pembelajaran IPA dan penguasaan konsep IPA. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, mulai dari pemeriksaan tahap studi awal sampai pada siklus kedua diperoleh data sebagai berikut:

Hasil penelitian tindakan kelas dari dua siklus dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Hasil Penelitian Siklus I

Pembelajaran pada siklus I menerapkan *strategi critical insident* dalam konsep pembelajaran IPA tema Ekosistem, yang berdasarkan pada rancangan PTK dengan tahap-tahap sebagai berikut:

#### a. Tahap perencanaan

Pada tahap perencanaan yang dilakuan adalah: 1) membuat silabus; 2) menyusun rencana pelaksanaan pembelajaran; 3) menyusun kisi-kisi soal; 4) menyiapkan Lembar Kerja ; 5) menyiapkan lembar observasi Dosen dan peserta didik ; 6) mempersiapkan alat dan bahan pembelajaran yaitu: komponen Biotik dan Abiotik beserta lingkungan sekitar untuk pengamatan; 7) memberikan evaluasi.

#### b. Tahap pelaksanaan

Pembelajaran pada siklus I, dilaksanakan dua kali pertemuan. Pelaksanaan tindakan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

##### 1. Pra kegiatan pembelajaran

- Dosen mengkondisikan kelas agar siap untuk belajar.
- Dosen mengabsen peserta didik.

##### 2. Kegiatan membuka

- Dosen memberikan apersepsi yang berhubungan dengan materi Ekosistem
- Dosen menjelaskan judul materi kuliah.
- Dosen mengemukakan tujuan pembelajaran.

##### 3. Kegiatan inti

- Dosen memberi pengarahan secara umum tentang materi Ekosistem
- Dosen membagi peserta didik menjadi 7 kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 4 -5 orang yang heterogen, baik dari segi jenis kelamin dan kecerdasan.
- Dosen mengemukakan masalah
- Dosen membagikan Lembar Kerja dan peralatan untuk melakukan pengamatan kepada setiap kelompok,
- Dosen menjelaskan langkah kerja yang terdapat dalam Lembar Kerja.
- Pada saat peserta didik melakukan pengamatan, Dosen mengamati dan mengecek dengan cermat proses yang dilakukan oleh peserta didik dalam melakukan pembelajaran .
- Dosen membimbing dan mengarahkan peserta didik yang mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan pembelajaran.
- Dosen memberikan kesempatan pada perwakilan masing-masing kelompok untuk melaporkan hasil kelompok dan kelompok lain menanggapi hasil kelompok temannya.
- Dosen beserta peserta didik membahas hasil pengamatan.

##### 4. Penutup

- Dosen bersama-sama peserta didik menyimpulkan materi pelajaran tentang Ekosistem.
- Dosen memberikan evaluasi.

#### c. Tahap Observasi

Selama peneliti melakukan tindakan proses belajar mengajar, satu orang pengamat yaitu Dosen



pengampu mata kuliah Konsep Pembelajaran IPA yang mengamati aktivitas peneliti dan peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung. Adapun hasil dari observasi aktivitas Dosen dan peserta didik, serta hasil analisis adalah sebagai berikut:

#### 1. Hasil Observasi Aktivitas Dosen

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh satu orang pengamat terhadap proses pembelajaran yang dilakukan oleh Dosen diperoleh rata-rata skor 35 dengan kriteria cukup. Hal ini disebabkan karena pada aspek penilaian yang dilakukan oleh dua orang pengamat ternyata masih ada kekurangan dalam pelaksanaan proses pembelajaran yang harus diperbaiki pada proses pembelajaran ke siklus selanjutnya.

Beberapa aspek tersebut adalah:

- a. Dosen kurang membimbing peserta didik dalam menyajikan data hasil pengamatan.
- b. Dosen kurang memberikan kesempatan kepada semua kelompok peserta didik untuk bertanya.

Selain itu ada beberapa aspek yang dalam pelaksanaannya belum berjalan dengan baik (kriteria cukup), antara lain:

- a. Dosen hanya menuliskan tujuan pembelajaran tetapi tidak dijelaskan secara rinci.
- b. Dosen kurang menjelaskan secara rinci langkah kerja yang terdapat dalam Lembar Kerja.
- c. Dosen kurang mengarahkan dan membimbing peserta didik dalam melakukan pengamatan.

#### 2. Hasil Observasi Aktivitas Peserta didik

Aktivitas mahapeserta didik selama proses pembelajaran diperoleh rata-rata skor 25 dengan kriteria cukup. Hal ini disebabkan karena berdasarkan observasi yang dilakukan oleh satu orang pengamat ternyata masih ditemukan beberapa kekurangan (dalam kriteria kurang) yang harus diperbaiki pada siklus selanjutnya. Kekurangan tersebut adalah:

- a. Peserta didik masih mengalami kesulitan dalam mengerjakan Lembar Kerja sesuai dengan langkah-langkahnya.
- b. Peserta didik kurang bekerjasama dalam kelompoknya.
- c. Peserta didik kurang berpartisipasi aktif dalam diskusi kelas membahas hasil pengamatan.

**Tabel 1. Nilai hasil Keterampilan Proses Pembelajaran IPA**

No.	Kelompok	Siklus I	Siklus II
1	I	70	90
2	II	75	80
3	III	75	90
4	IV	80	90
5	V	80	100
6	VI	80	90
7	VII	70	80

#### d. Hasil Tes siklus I

Dari hasil post test diperoleh rata-rata yaitu 67. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang telah dilakukan pada siklus I belum cukup baik, karena dari 35 peserta didik, ternyata yang mendapat nilai  $\geq 70$  adalah 12 orang, sedangkan proses belajar mengajar dikatakan tuntas secara klasikal apabila 85 % peserta didik di kelas memperoleh nilai  $\geq 70$  (Depdiknas, 2016).

Dari analisis data akhir peserta didik pada siklus I terlihat bahwa proses pembelajaran yang dilakukan belum optimal dan tuntas.

#### d. Tahap Refleksi

##### 1. Refleksi aktivitas Dosen

Berdasarkan hasil refleksi aktivitas Dosen ditemukan kelemahan dan keunggulan dalam pelaksanaan tindakan siklus I. Adapun kelemahan tindakan pada siklus I yang perlu diperbaiki oleh Dosen pada pembelajaran berikutnya adalah: a) Dosen menjelaskan tujuan pembelajaran yang harus dicapai peserta didik secara rinci dan menghubungkannya dengan kehidupan sehari-hari; b) Dosen menjelaskan secara rinci langkah kerja yang terdapat dalam Lembar Kerja dan memberikan kesempatan kepada pesertadidik untuk bertanya apabila ada langkah kerja yang belum mereka pahami; c) Dosen mengarahkan dan membimbing semua kelompok peserta didik dalam melakukan pengamatan secara merata dengan mendatangi setiap kelompok secara bergantian dan menanyakan kesulitan mereka dalam melakukan pengamatan; d) Dosen lebih membimbing peserta didik dalam menyajikan data hasil pengamatan; dan e) Dosen memberikan kesempatan kepada semua kelompok peserta didik untuk bertanya tentang materi dan hasil pengamatan yang belum jelas

##### 2. Refleksi aktivitas peserta didik

Berdasarkan hasil refleksi aktivitas peserta didik ditemukan kelemahan dan keunggulan dalam pelaksanaan tindakan siklus I. Ada pun kelemahan tindakan siklus I yang perlu diperbaiki pada pembelajaran selanjutnya adalah sebagai berikut.

- Peserta didik seharusnya menyimak penjelasan Dosen tentang langkah-langkah kerja yang ada pada Lembar Kerja dan bertanya kembali langkah kerja yang belum dipahami, sehingga mereka paham apa yang harus mereka lakukan serta aktif melakukan pengamatan dalam pengamatan.
- Peserta didik seharusnya saling membantu dan bekerjasama dalam memecahkan masalah, serta berpartisipasi dalam melakukan pengamatan sehingga terjadi kerjasama yang baik antara sesama anggota kelompok.
- Peserta didik dalam menyajikan data hasil pengamatan sebaiknya membacakan secara rinci hasil pengamatan kelompoknya agar

peserta didik yang lain dapat berpartisipasi aktif dalam menanggapi hasil pengamatan yang telah dibacakan dan Dosen mengarahkan peserta didik yang kurang aktif agar dapat berpartisipasi dalam menanggapi hasil pengamatan dengan memberikan penguatan dan motivasi kepada peserta didik dalam diskusi untuk membahas hasil pengamatan.

- Peserta didik seharusnya berpartisipasi aktif dalam diskusi membahas hasil pengamatan dengan menanggapi jawaban dari kelompok lain, sehingga semua anggota kelompok dapat berperan aktif dalam melakukan diskusi.

Ada pun keunggulan dari hasil refleksi pada siklus I perlu dipertahankan pada pembelajaran selanjutnya, diantaranya: a) Dosen memberikan apersepsi pembelajaran dengan menggali pengetahuan dan mengaitkan dengan topik pembelajaran yang akan dibahas dan peserta didik menanggapi apersepsi dan motivasi yang yang diberikan dosen; b) Dosen sudah membentuk kelompok diskusi yang heterogen; c) Dosen menyediakan alat dan bahan yang akan digunakan dalam melaksanakan pengamatan dan peserta didik menggunakan alat dan bahan sesuai dengan fungsinya; dan d) Peserta didik sudah mampu menyimpulkan materi kuliah.

### **Hasil Penelitian Siklus II**

Pembelajaran pada siklus II menerapkan strategi pembelajaran *Critical insident* pada kelas pengamatan. Berdasarkan rancangan penelitian tindakan kelas pada siklus II terdiri dari empat tahap, yaitu:

#### **a. Tahap Perencanaan**

Pada tahap perencanaan yang dilakukan adalah: 1) menganalisis silabus; 2) menyusun rencana pelaksanaan pembelajaran; 3) menyusun kisi-kisi soal; 4) menyiapkan Lembar Kerja; 5) menyiapkan lembar observasi dosen dan peserta didik; 6) mempersiapkan alat dan bahan dan 7) menyusun alat evaluasi berupa tes uraian.

#### **b. Tahap Pelaksanaan**

Kegiatan mengajar pada siklus II ini juga dilaksanakan dua kali tatap muka. Pelaksanaan tindakan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

##### **Pra kegiatan pembelajaran**

- Dosen mengkondisikan kelas agar siap untuk belajar
- Dosen mengabsen peserta didik.

##### **Kegiatan membuka**

- Dosen memberikan apersepsi yang berhubungan dengan materi ekosistem dan komponennya yakni lingkungan dan pencemaran.
- Dosen menyampaikan tujuan pembelajaran

##### **Kegiatan Inti**

- Dosen menjelaskan materi tentang cahaya

dapat dipantulkan.

- Dosen membagi peserta didik menjadi 7 kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 3-5 orang yang heterogen, baik dari segi jenis kelamin dan kecerdasan.
- Dosen mengemukakan masalah
- Dosen membagikan Lembar Kerja dan peralatan untuk melakukan pembelajaran ke setiap kelompok,
- Dosen menjelaskan langkah-langkah untuk melakukan pengamatan.
- Pada saat peserta didik melakukan pengamatan, Dosen mengamati dan mengecek dengan cermat proses yang dilakukan oleh peserta didik dalam melakukan pengamatan lingkungan.
- Dosen membimbing dan mengarahkan peserta didik yang mengalami kesulitan dalam melakukan pengamatan.
- Dosen memberikan kesempatan pada perwakilan masing-masing kelompok untuk melaporkan hasil kelompok dan kelompok lain menanggapi hasil kelompok temannya.
- Dosen beserta peserta didik membahas hasil pengamatan.

### **Penutup**

- Dosen bersama-sama peserta didik menyimpulkan materi pelajaran tentang Ekosistem
- Dosen memberikan evaluasi.

### **c. Tahap Observasi**

#### **(1) Hasil Observasi Aktivitas Dosen**

Dari data hasil observasi terhadap aktivitas Dosen yang dilakukan satu orang pengamat pada siklus II diperoleh rata-rata skor 40 dengan kriteria baik. Hal ini berarti proses pembelajaran yang dilakukan Dosen sudah dilaksanakan dengan baik. Meskipun demikian pada lembar observasi Dosen masih terdapat aspek yang masih berada dalam kriteria cukup, antara lain:

- Dosen menjelaskan tujuan pembelajaran tetapi kurang rinci;
- Dosen kurang membimbing peserta didik dalam menyajikan data hasil pengamatan;
- Dosen kurang memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk bertanya.

#### **(2) Hasil Observasi Aktivitas Peserta didik**

Hasil analisis data hasil observasi aktivitas peserta didik menunjukkan bahwa aktivitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran IPA dengan menerapkan strategi *critical insident* sudah berjalan dengan baik. Hal itu terlihat dari perolehan rata-rata skor adalah 24 dengan kriteria baik. Meskipun demikian, dari aspek penilaian pada lembar observasi masih terdapat beberapa aspek yang tergolong dalam kriteria cukup dan harus diperbaiki pada siklus berikutnya. Aspek tersebut adalah:

- Peserta didik kurang bekerjasama dalam kelompok;
- Peserta didik kurang mampu dalam menyajikan data hasil pengamatan.

### (3) Hasil tes siklus II

Hasil tes akhir perolehan nilai rata-rata meningkat menjadi 80 dan ketuntasan belajar klasikalnya yaitu 91,4% . Dari 35 orang peserta didik ternyata yang mendapat nilai  $\geq 70$  adalah 32 orang sehingga ketuntasan belajar adalah 91,4 %. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang telah dilakukan pada siklus II sudah tuntas, karena proses pembelajaran dikatakan tuntas secara klasikal apabila apabila 85% peserta didik mendapat nilai  $\geq 70$  apabila peserta didik (Depdiknas, 2016). Oleh karena itu pada siklus ketiga ini penelitian tindakan kelas diakhiri.

**Tabel II. Nilai Siklus Hasil Belajar**

Peserta didik	Nilai Siklus I	Nilai Siklus II
1	60	80
2	70	80
3	60	70
4	70	80
5	70	80
6	70	80
7	60	75
8	65	80
9	70	85
10	70	80
11	60	70
12	60	70
13	70	90
14	70	100
15	75	90
16	65	70
17	70	80
18	75	90
19	65	80
20	65	90
21	70	80
22	70	80
23	80	100
24	60	80
25	70	80
26	70	80
27	70	85
28	70	90
29	60	85
30	70	90
31	60	80
32	60	80
33	65	90
34	65	100
35	65	90

### d. Tahap Refleksi

Pada proses pembelajaran siklus II telah dilakukan perbaikan berdasarkan kelemahan di siklus I. Berdasarkan perbaikan tersebut pada siklus II, terjadi peningkatan baik pada keterampilan proses pembelajaran maupun pada penguasaan konsep pembelajaran IPA yang terlihat dari hasil belajarnya.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Kualitas Keterampilan Proses Pembelajaran IPA dengan Menggunakan Strategi *critical insident*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Dosen melalui penerapan strategi *critical insident* tentang Ekosistem ternyata dapat meningkatkan aktivitas Dosen dan peserta didik dalam pembelajaran IPA pada peserta didik kelas PGSD 1A di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dari hasil observasi Dosen pada siklus I diperoleh rata-rata skor dengan kriteria baik, pada siklus II terjadi peningkatan dengan kriteria baik. Dalam pelaksanaan strategi *critical insident* yang dilakukan, Dosen mampu mengembangkan keterampilan-keterampilan yang ada pada diri peserta didik, seperti ketrampilan mengamati. Karena dalam penelitian yang dilakukan dengan menerapkan *strategi critical insident* proses pembelajarannya adalah melibatkan peserta didik secara fisik maupun mentalnya yakni dengan menggunakan pengamatan berdasarkan pengalaman penting yang pernah dimiliki sehingga hasil pembelajaran lebih bertahan lama.

Pendapat ini diperkuat oleh Suwardi, dalam Manajemen Pembelajaran menurutnya bahwa strategi mengulas pengalaman penting baik untuk mengaktifkan peserta didik sejak dimulainya pembelajaran. Strategi ini baik digunakan untuk tujuan Pembelajaran yang mengajarkan peserta didik untuk lebih berempati, strategi ini juga baik digunakan untuk kelas dengan jumlah sedikit dan tidak terlalu banyak agar peserta didik tidak segan untuk mengungkapkan pengalamannya. (Suwardi, 2007). Berdasarkan hasil analisa dalam pembelajaran IPA dengan menerapkan strategi *critical insident* dapat meningkatkan aktivitas peserta didik. Dimana peserta didik dibawa untuk berpikir mendalam mengenai pengalaman pengalaman penting yang dialami sesuai materi pembelajaran Ekosistem dan pencemaran lingkungan.

Melalui strategi *critical insident* , peserta didik mengalami sendiri pembelajaran yang dialaminya sehingga dihasilkan produk sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai pada rencana proses pembelajaran. Apabila proses belajar dilakukan sendiri oleh peserta didik dengan mengalaminya, maka peserta didik dapat merasakan pengetahuan langsung. Hal itu sesuai dengan pendapat (Umaedi, 2002) bahwa

proses pembelajaran akan lebih bermakna jika lingkungan belajar diciptakan secara alamiah (kontekstual) dalam hal ini berdasarkan pengalaman penting yang dialami.

## 2. Peningkatan Penguasaan Materi Pada Mata Kuliah konsep Pembelajaran IPA Melalui Strategi *critical insident*

Hasil analisis data tes akhir selama dua siklus menunjukkan bahwa penguasaan materi dapat ditingkatkan melalui penerapan strategi *critical insident*. Perolehan nilai rata-rata pada siklus I adalah 68 meningkat pada siklus II menjadi 80. Ketuntasan belajar pada siklus I adalah 64 % meningkat pada siklus II menjadi 91 %. Penguasaan materi dalam belajar ternyata dapat ditingkatkan jika Dosen mampu menciptakan kondisi belajar yang menarik, menyenangkan, dan melibatkan peserta didik secara aktif dalam proses pembelajaran.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) ada perbedaan hasil belajar kelas yang menggunakan strategi *critical insident* dan kelas kontrol (2) keterampilan pembelajaran dan penguasaan konsep IPA materi Ekosistem pada kelas yang menggunakan strategi *critical insident* lebih tinggi daripada kelas kontrol (3) hasil belajar kelas eksperimen lebih tinggi daripada kelas kontrol yang tidak menggunakan strategi belajar aktif *critical insident*. Penggunaan strategi belajar yang inovatif menjadikan pembelajaran tidak monoton, hingga strategi *Critical Insident* ini layak digunakan demi meningkatkan hasil belajar peserta didik.

## REFERENSI

- Depdiknas. (2016). PERATURAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 23 TAHUN 2016 TENTANG STANDAR PENILAIAN PENDIDIKAN.
- Milles, Matthew B. & A. Huberman, M. (2007). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyasa, Enco, H. Prof.Dr, M. P. (2017). *Kurikulum Berbasis Menjadi Guru Profesional Menciptakan Pembelajaran Kreatif dan Menyenangkan* (15th ed.). Bandung: Rosda Karya.
- Sudjana, N. (2000). *Dasar-dasar Belajar Mengajar*. Bandung: PT Sinar Baru. Algensindo.
- Suwardi. (2007). *Manajemen Pembelajaran*.

Surabaya: Jp Books.

Umaedi. (2002). *Pendekatan Kontekstual (Contextual Teaching and Learning)*. Jakarta: Depdikbud Direktorat.

Zainal, Aqib, dkk. (2008). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: Yrama Widya.

## PROFIL PENULIS

Yohamintin, S. Pd., M. Pd. merupakan Dosen di Fakultas Ilmu Pendidikan program studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Saat ini beliau diamanahi sebagai Ka. Lab IPA PGSD di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

## Pengaruh Kepemimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi

Dhefine Armelsa<sup>1</sup>, Tuty Mutiah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>STMIK Nusa Mandiri  
e-mail: dhefinearmelsa@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
email: tuty.ttt@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Armelsa, D., & Mutiah, T. (2019). Pengaruh Kepemimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi. *Cakrawala*, 19(1), 95–98. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - - *The objective of the research was to find out and to analyze leadership style and job satisfaction, what extent influence of teacher performance. This type of research is quantitative descriptive. The sampling method used is the Slovin formula as many as 38 respondents. Data collection method used is to provide a research instrument was a quitionnaire to the respondent. The research method uses regression analysis with SPSS 17.0. The result of this study indicate that the leadership style have a positive influence on teacher performance, dan job satisfaction have a positive influence on teacher performance to, meaning a both of variable have a positive influence on teacher performance together in SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi. Based on analyze and finding in this study, it can be concluded that a both of variable have a positive influence and significantly influence on teacher performance together in SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.*

**Keywords:** *Leadership, Job Satisfaction and Teacher Performance*

### PENDAHULUAN

Dunia pendidikan di negara kita mulai memasuki abad ke-21, bergerak sangat cepat bersama arus globalisasi. Kondisi ini melahirkan masyarakat yang ber-etos kerja di pendidikan, jasa dan industri lainnya dengan ciri-ciri berorientasi ke masa depan, menjunjung tinggi individualitas dan interdependensi, integritas tatanan hidup, sadar akan peran keduniaan, kepercayaan kepada nilai kerja dan aktivisme, menjunjung tinggi iptek, integritas kebangsaan dan profesionalisme yang tinggi.

Kinerja guru terkait dengan wujud perilaku/penampilan guru dalam kegiatan pembelajaran yaitu bagaimana seorang guru merencanakan pembelajaran, melaksanakan kegiatan pembelajaran serta menilai hasil belajar dan perilaku ini berorientasi pada pencapaian prestasi.

Kepuasan pada pekerjaan akan meningkatkan motivasi individu untuk menyenangkan pekerjaan, sehingga pada akhirnya akan tumbuh kesadaran dari dalam diri untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan sebaik-baiknya. Perasaan senang dan didukung oleh motivasi dalam bekerja, merupakan modal penting terciptanya sumber daya manusia yang loyal, memiliki komitmen yang tinggi terhadap

pekerjaannya dan dipastikan akan mendukung terciptanya kinerja ke tingkat yang lebih baik.

Dalam hal ini penulis memaparkan kinerja karyawan (Anwar Prabu, 2014: 9) adalah perbandingan hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu/lazimnya per jam. Kinerja (M. Armstrong, 2009: 48) merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Selain itu, penulis juga memaparkan kepemimpinan (Sadili, 2006: 287) adalah kemampuan meyakinkan dan menggerakkan orang lain agar mau bekerja sama dibawah kepemimpinannya sebagai suatu tim untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Istilah kepemimpinan (leadership) (Gary Yuki, 2015: 2) adalah kata yang diambil dari kosa kata yang umum dipakai dan dimasukkan e dalam kosa kata teknis bidang ilmu tertentu tanpa didefinisikan kembali secara tepat.

Terdapat tujuh dimensi (Patterson, 2003: 3-7) dalam konstruk *servant leadership* adalah *Leader's agapao*: cinta untuk moral, *Humility* merupakan kerendahan

hati, kelemahlembutan, dan bahkan sikap permisif, *Altruism* adalah untuk memahami motif dan perilaku, *Vision* yaitu Secara umum visi berarti destinasi masa depan organisasi, *Trust* (kepercayaan) merupakan basis dari servant leadership, *Empowerment* (memberdayakan orang lain) adalah jantung dari servant leader, *Service* yaitu layanan dan melayani pengikut merupakan jantungnya servant leadership sebagai fungsi utama tipe kepemimpinan *servant leadership* yang tidak didasarkan pada kepentingan diri sendiri, tetapi lebih pada kepentingan orang lain. Hal lain yang dijelaskan penulis, *Job Satisfaction* (Richard L. Daft, 2010: 380) *A positive attitude toward one's job is called job satisfaction. In general, people experience this attitude when their work matches their needs and interests, when working conditions and rewards (such as pay) are satisfactory, when they like their coworkers, and when they have positive relationships with supervisors*, yang artinya kepuasan kerja adalah sebuah sikap positif terhadap pekerjaan seseorang. *Job satisfaction* (Stephen P. Robbins, Mary Coulter, 2012: 374) *refers to an employee's general attitude toward his or her job. Although job satisfaction is an attitude rather than a behavior, it's an outcome that concerns many managers because satisfied employees are more likely to show up for work, have higher levels of performance, and stay with an organization* yang artinya Kepuasan kerja mengacu pada sikap umum seorang karyawan terhadap pekerjaannya.

### Kerangka Berfikir Dan Hipotesis

Gaya kepemimpinan efektif terlihat pada pola perilaku pemimpin seperti dalam cara mempengaruhi, membimbing, mengarahkan dan mengkoordinasi pegawai dalam melaksanakan tugas serta mengupayakan peningkatan kinerja pegawai (guru) melalui program pembinaan dan pengembangan kemampuan ketrampilan. Hal ini tentunya akan memberi pengaruh positif terhadap kinerja guru sehingga kinerja guru akan meningkat dan menghasilkan prestasi kerja.

Selain gaya kepemimpinan, yang memberi dukungan terhadap peningkatan kinerja guru salah satunya kepuasan kerja. Guru memiliki tugas sebagai pengajar yang melakukan transfer pengetahuan. Selain itu, guru juga sebagai pendidik yang melakukan transfer nilai-nilai sekaligus sebagai pembimbing yang memberikan pengarahan dan menuntun siswa dalam belajar. Untuk itu guru harus berperan aktif dan menempatkan kedudukannya sebagai tenaga profesional, yang bekerja dengan kinerja yang tinggi.

Kepemimpinan Kepala Sekolah akan diterima oleh guru apabila gaya kepemimpinan yang diterapkan sangat cocok dan disukai oleh guru dengan demikian akan terwujud kepuasan dalam guru melaksanakan tugasnya sehingga guru memiliki kecenderungan untuk meningkatkan kinerjanya. Kepuasan kerja adalah pekerjaan itu sendiri, upah/gaji, promosi, supervisi, kelompok kerja, kondisi kerja/lingkungan kerja. Secara umum kepuasan kerja diartikan sebagai

sikap yang dicerminkan menyenangkan pekerjaannya, mencintai pekerjaannya, moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Berdasarkan kajian teoretis dan kerangka berpikir diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: Kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.

H2: Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.

H3: Gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja Guru SMP Negeri Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, yakni penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar maupun kecil, namun data yang dipelajari adalah sampel dari populasi tersebut, sedangkan jenis sumber data primer metode survei yang dikumpulkan langsung menggunakan kuisioner dimana proses awal pelaksanaannya penulis mempersiapkan daftar pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian dan responden memilih jawaban yang dianggap paling sesuai dengan menggunakan simbol tanda ceklist(v). Pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap, guru ASN SMP Negeri Kecamatan Setu untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin didasarkan jumlah populasi telah diketahui sebanyak 60 orang, maka ditarik sampel sebesar 38 orang dengan tingkat presisi 0,05 seperti yang dikutip oleh Rakhmat dalam Riduwan (2010:65), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{60}{1 + 60(0.05)^2} = 38 \text{ orang}$$

Uji kuesioner dilakukan analisis validitas dan reliabilitas. Pengolahan data, menggunakan analisis regresi berganda yang pengolahannya menggunakan SPSS 17.0.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data digunakan sebagai dasar analisis dari tiap-tiap variabel: variabel bebas yaitu Kepemimpinan (X1), Kepuasan Kerja (X2), dan variabel terikat yaitu Kinerja Guru (Y). Dalam uji validitas dimana validitas konstruk menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item yang dapat berupa pernyataan dengan skor totalnya. Beberapa ahli menyatakan bahwa pernyataan valid dimana nilai korelasi (kolom corrected item-total correlation) > 0,3. (Mulyanto, 2010). Lalu dilanjutkan dengan uji reliabilitas yang berdasarkan hasil *output* analisis yang telah dilakukan pada 20 responden uji coba maka dapat

dilihat nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kepemimpinan (X1), variabel Kepuasan Kerja (X2), dan variabel Kinerja Guru (Y). lebih besar dari standard yang ditentukan yaitu > 0.6 (Mulyanto, 2010: 126) artinya hasil instrumen pada 20 responden dapat dikatakan reliabel.

Hasil koefisien regresi linier ganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1**

**Koefisien Regresi Linear Berganda**

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736 <sup>b</sup>	.542	.516	9.906	1.890

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 1 di atas nilai Adjusted R Square sebesar 0,542 yang berarti bahwa variabel kepemimpinan dan kepuasan kerjadapat menjelaskan kinerja guru sebesar 54%.

**Pengujian Hipotesis**

Hasil *output* koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

**Tabel 2**

**Uji Simultan (Uji F-statistic)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4061.166	2	2030.578	20.694	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3434.318	35	98.123		
	Total	7495.474	37			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0.05$ ) nilai F hitung adalah sebesar 20.694 dengan tingkat signifikansi 0.000 nilai F tabel 4.11 oleh karena nilai F hitung > F tabel maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan dan kepuasan kerjasecara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadapkinerja guru.

Pengaruh parsial ditunjukkan oleh koefisien regresi dalam persamaan regresi linier ganda pada tabel 3 dibawah ini:

**Tabel 3**

**Coefficient Regresi Linear Ganda X1 Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	25.131	13.264		1.895	.066
X1	.384	.113	.457	3.383	.002
X2	.388	.137	.383	2.834	.008

a. Dependent Variable: Y

Hasil *outputcoefficient* regresi linier ganda X1 terhadap Y menunjukkan signifikan karena nilai probabilitas

hitung lebih rendahdaripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0.002 < 0.05$ ) dan nilai t hitung sebesar 3.383 sedangkan statistik tabel (t tabel) sebesar 2.024 ( $3.383 > 2.024$ ) maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Sedangkan hasil *outputcoefficient* regresi linier ganda X2 terhadap Y menunjukkan signifikan karena nilai probabilitas hitung lebih rendah daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0.008 < 0.05$ ) dan nilai t hitung sebesar 2.834 sedangkan statistik tabel (t tabel) sebesar 2.024 ( $2.834 > 2.024$ ) maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. **Kepemimpinan berpengaruh langsung positif terhadap kinerja.**

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja. Pengaruh langsung positif variabel kepemimpinan (X<sub>1</sub>) terhadap kinerja (Y) sebesar 0,384 dengan nilai koefisien t<sub>hitung</sub> sebesar 3,383. Nilai koefisien t<sub>hitung</sub> lebih besar dari t<sub>tabel</sub> pada  $\alpha = 0,05 = 2,024$ .Fakta di atas menunjukkan t-Hitung > t-Tabeldengan demikian kepemimpinan (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap kinerja (Y) dinyatakan sangat signifikan.Besarnya pengaruh variabel kepemimpinan terhadap kinerja guru ditunjukan oleh R<sup>2</sup> partial X1 terhadap Y yaitu sebesar 0,437. Hal ini sependapat dengan pendapat yang dikemukakan oleh A.Dale Timpe mengemukakan bahwa pemimpinlah yang menentukan kemana arah tujuan internal maupun tujuan eksternal, dan menyelaraskan keterampilan organisasi dengan kesempatan dan resiko dipengaruhi oleh lingkungan.

**Kepuasan kerja berpengaruh langsung positif terhadap kinerja.**

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh langsung positif dan sangat signifikan terhadap kinerja. Pengaruh langsung positif variabel kepuasan kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja (Y) sebesar 0,388 dengan nilai koefisien t<sub>hitung</sub> sebesar 2,834. Nilai koefisien t<sub>hitung</sub> lebih besar dari t<sub>tabel</sub> pada  $\alpha = 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan kepuasan kerja (X<sub>2</sub>) berpengaruh langsung positif terhadap kinerja (Y) dinyatakan signifikan. Besarnya pengaruh variabel kepuasan kerja terhadap kinerja guru sebesar 0,397.

Hal ini sesuai dengan pendapat Jennifer M George yang menyatakankepuasan kerja adalah koleksi dari rasa dan kepercayaan orang tentang pekerjaan mereka sekarang dengan tingkat atau derajat dari kepuasan kerja bisa terbentang dari sangat puas ke sangat tidak puas. (*job satisfaction is the collection of feelings and beliefs that people have about their current jobs. People's levels or degrees of job satisfaction can range from extreme satisfaction to extreme dissatisfaction*). Sebagai tambahan kepada sikap tentang pekerjaan mereka secara keseluruhan.

**Kepemimpinan dan Kepuasan kerja berpengaruh langsung positif terhadap kinerja.**

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa

kepemimpinan dan kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja. Pengaruh langsung positif variabel kepemimpinan ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja ( $Y$ ) sebesar 0,542 dengan nilai koefisien  $F_{hitung}$  sebesar 20,694 Nilai koefisien  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  pada  $\alpha$  0,05 yaitu 2,042 dengan demikian dapat disimpulkan kepuasan kerja ( $X_2$ ) berpengaruh langsung positif terhadap kinerja ( $Y$ ) dinyatakan signifikan.

Pengaruh gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja terhadap kinerja guru akan memberi kontribusi terhadap kualitas profesionalisme guru yaitu berupa meningkatnya kemampuan guru dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar dan pencapaian hasil akan terlihat pada pencapaian hasil belajar peserta didik dan pembentukan karakter peserta didik yang berorientasi kepada pencapaian tujuan organisasi sekolah dan tujuan pendidikan nasional. Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa Hipotesis 3 didukung secara positif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kinerja guru SMP NEGERI KECAMATAN SETU KABUPATEN BEKASI, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif Gaya kepemimpinan terhadap Kinerja guru SMP NEGERI Artinya peningkatan intensitas perilaku atau cara bertindak pemimpin dalam proses mempengaruhi, mengarahkan, menginspirasi, memotivasi dan mengkoordinasi guru serta menyelenggarakan program-program peningkatan kompetensi guru akan mengakibatkan peningkatan Kinerja guru ASN SMP NEGERI.
2. Terdapat pengaruh positif kepuasan kerja terhadap Kinerja guru SMP NEGERI. Artinya peningkatan intensitas kepuasan kerja akan mengakibatkan peningkatan Kinerja guru SMP NEGERI.
3. Terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara Gaya kepemimpinan dan Kepuasan kerja terhadap Kinerja guru ASN SMP NEGERI.

## REFERENSI

- Andrew Dubrin. 2010. *Leadership: Research Findings, Practice and Skills*, Sixth Edition. South-Western.
- Andrew J. DuBrin. 2012. *Essentials of Management*, Ninth Edition
- Chuck Williams. 2011. *Management*, 6e. South Westerns
- David Body. 2009. *Management: an introduction* 4th ed. Spanyol.
- Dimiyati, Hamdani. (2014). *Model Kepemimpinan dan Sistem Pengambilan Keputusan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fred Luthan dan Jonathan. 2012. *International management: culture, strategy, and behavior* 8th ed. New York.
- Fred Luthans. 2011. *Organizational behavior: an*

*evidence-based approach*. 12th ed. New York.

- Ghozali, Imam., 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20*. Cetakan VI. Badan Penerbit: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Greg L. Stewart Kenneth, G. Brown. 2011. *Human Research Management Linking Strategy to Practice*. New York.
- Hendraman (2015) *Revolusi Kinerja Kepala Sekolah*. Penerbit Indeks, Jakarta.
- James L. Gibson. 2012. *Organizations: behavior, structure, processes*. New York.
- Jennifer M. George dan Gareth Jones. 2012. *Understanding and managing organizational behavior*. 6th ed. New Jersey.
- John A. Wagner III dan John R. Hollenbeck. 2010. *behavior: securing competitive advantage*. New York
- John R. Schermerhorn, Jr. James G Hunt, Richard N. Osborn, Mary Uhl-Bien. 2010. *Organizational Behavior*.
- Laurie J. Mullins. 2010. *Management & Organisational Behaviour*. Ninth Edition
- M. George dan Gareth Jones. 2012. *Understanding and managing organizational behavior*. 6th ed. New Jersey.
- Marie Dalton, Dawn Hoyle, and Marie Watts. 2011. *Human Relations*, Fourth Edition
- Mary Uhl-Bien. 2014. *Organizational Behavior*. 13ed.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). *Armstrong's handbook of human resource management practice*. Kogan Page Publishers.
- Michael Armstrong. 2009. *Armstrong's handbook of management and leadership: a guide to managing for results*. London
- Priansa, Donni Juni. (2014). *Kinerja dan Profesionalisme Guru*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Raharjo joko. 2013.:73. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Platinum, Jakarta
- Richard L. Daft with the assistance of Patricia G. Lane. 2010. *Management, Ninth Edition*. South-Western
- Ricky W. Griffin and Gregory Moorhead. 2014. *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*, Eleventh Edition. Canada
- Rivai dan Ella Sagala. (2011) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*. Cetakan ke-4. PT. Rajagrafindo Persada Jakarta.
- Samuel C. Certo. 2012. *Modern management: concepts and skills* 12th ed. New Jersey
- Stephen P Robbins, Timothy A. Judge. 2013. *Organizational behavior*. 15th ed.
- Stephen P. Robbins, Mary Coulter. 2013. *Management*. 11th ed. America
- Sandjaja dan Albertus Heriyanto. (2011). *Panduan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Yuniarsih dan Suwatno. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta. Bandung

## PROFIL PENULIS

**Dhefine Armelsa**, latar belakang akademik sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara



Jakarta Raya dan tamat Program Pascasarjana dengan konsentrasi Management Pemasaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain masih aktif sebagai penyiar di Radio Elgangga Bekasi, saat ini tercatat sebagai DLB Akademi Komunikasi BSI Jakarta untuk mata kuliah Pengantar Dunia Penyiaran serta produksi Radio Non Berita

**Tuty Mutiah**, Menamatkan program strata satu di Universitas BSI Bandung jurusan komunikasi. Dan program strata dua di Universitas BSI Bandung jurusan komunikasi. Saat ini *freelancer* di production house sebagai penulis naskah, casting director dan talent coedinator. Sedangkan untuk iklan sebagai Manager Unit Dan saat ini juga mengajar sebagai dosen di Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Komunikasi dan Bahasa Program Studi penyiaran dengan mengajar di prodi penyiaran

## Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi)

Erita Riski Putri<sup>1</sup>, Aryadillah<sup>2</sup>, Ummar Muhammad<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Fakultas Ilmu Komunikasi  
e-mail: eriska.riski@dsn.ubharajaya.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Fakultas Ilmu Komunikasi  
e-mail: aryadillah@dsn.ubharajaya.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Fakultas Ilmu Komunikasi  
e-mail: ummarmuhammad@gmail.com

---

**Cara Sitasi:** Putri, E. R., Aryadillah, & Muhammad, U. (2019). Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi). *Cakrawala*, 19(1), 99–106. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Formal and informal education that suits the talents, interests and abilities of children, will be the main driver of success in the future. That way, this can be seen from the communication style of teaching volunteers. Volunteers have a style of how they communicate with children to develop their learning interests. With the background of the rubbish area and parents who are mostly workers as scavengers. This study aims to determine the communication style of volunteers in the field of inspiration in building children's learning interest. This study uses qualitative methods and is descriptive. Data collection techniques in the form of documentation, observation, and direct interviews with the Inspiration Porch volunteers. The results of the study concluded that the communication style used by Volunteers was The Equalitarian Style which was supported by several aspects of communication styles namely Dramatic, Animated Expresive, Open, Relaxed, Attentive, Impression Leaving, Friendly, and Precise. In the results of the discussion, it was found that there was an increase in children's interest in learning in the style of communication carried out by the Serambi Inspirasi volunteers.*

**Keywords:** *Communication style, Volunteers, Interest in Learning.*

### PENDAHULUAN

Mengenai salah satu organisasi non profit saat ini ialah Dompot Dhuafa *Volunteer* (DDV) yang menjadi salah satu tujuan sarannya untuk memberikan pelayanan dalam segi pendidikan yang merupakan wadah bagi orang-orang yang bergerak dalam misi kemanusiaan dan membantu kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat secara sukarela dan tanpa harus dibayar sedikit pun dengan tujuannya menciptakan komunitas relawan berbasis dukungan masyarakat untuk gerakan kemanusiaan dan kampanye zakat melalui program-program yang dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa.

Terkait dengan aksi-aksi dibidang pendidikan ini peneliti mengambil dari aksi dibidang pendidikan yaitu Serambi Inspirasi yang merupakan program Dompot Dhuafa *Volunteer* Regional Bekasi dibidang pendidikan. Saat ini kegiatan Serambi Inspirasi berlangsung tiap hari Sabtu di SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang dan Relawan Serambi Inspirasi ini memiliki latar belakang yang beragam, dengan satu kesamaan visi yaitu mewujudkan

generasi yang memiliki pengetahuan, keterampilan, keahlian dengan karakter mulia untuk menggapai cita-cita.

Mewujudkan visinya dari Serambi Inspirasi ini maka SD Dinamika Indonesia yang dipilih atas dasar sekolah darurat yang didedikasikan untuk anak-anak kurang mampu dan putus sekolah di area pembuangan sampah Bantar Gebang Bekasi. Dengan alamat lengkapnya berdasarkan data situs resmi (Kementerian Pendidikan & Budaya, 2018), Jalan Pangkalan V Ciketing Udik RT. 01 RW. 05 Kelurahan Ciketing Udik Kecamatan Bantar Gebang Kota Bekasi, Jawa Barat.

Permasalahan yang ada sekarang ini terlihat bagaimana anak-anak SD Dinamika Indonesia merasakan malas dan bosan terhadap apa yang mereka dapat dan pelajari. Beberapa yang terlihat kondisi anak-anak disana sungguh susah sekali untuk memperhatikan ketika para relawan sedang menjelaskan tema pelajaran yang sedang dipelajari, suka keluar masuk kelas, suka berteriak kencang bahkan suka menangis dan masih banyak kurang

memahami setiap mata pelajaran pokok seperti matematika dan lain sebagainya serta berbagai hal yang dilakukan oleh anak-anak disana.

Masalah yang sering timbul saat ini adalah membuat anak-anak SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi tidak merasakan semangat dan minat belajar yang tinggi dari berbagai faktor disekitarnya dari salah satu contoh khususnya kelas enam yang terbilang sudah menempati posisi kelas yang paling tinggi di Sekolah Dasar dari sumber data 59 anak didik yang memahami hanya sekitar kurang lebih 25 anak dan selebihnya enggan belajar cara tulis hitung pada mata pelajaran matematika yang memang masih terbilang kurang memahami dalam cara menghitung serta mata pelajaran yang lainnya sehingga peran relawan pengajar ini sangat membantu yang harus membuat mereka lebih semangat dan minat belajar yang lebih baik lagi.

Maka dari itu, berbagai aktivitas yang dilakukan oleh relawan pengajar dalam memberikan pelayanan pendidikan yang lebih baik tidak mengurangi rasa semangat mereka untuk terus memberikan pengajaran serta pelatihan tanpa harus dibayar dan dapat mengajarkan anak-anak dengan suka rela serta menambahkan nilai-nilai positif dalam mengimplementasikan berbagai kegiatan kerelawanan dalam hal pelayanan pendidikan.

Demikianlah yang membuat kita sadar akan pentingnya berkomunikasi dengan baik dan benar sehingga dapat memberikan informasi atau pesan yang efektif. Semua masalah akan dapat teratasi dengan hanya berkomunikasi dengan baik sehingga mendapatkan respon serta timbal balik yang konkrit dan mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

Salah satu gaya komunikasi relawan serambi inspirasi yang dapat dilihat dan sangat dirasakan dampaknya adalah pada proses belajar mengajar antara seorang pengajar dan muridnya. Hal ini karena pada proses belajar mengajar gaya komunikasi dapat diterapkan untuk membangun kedekatan khusus dari seorang pengajar kepada muridnya agar dapat membangun minat belajar anak. Proses adanya gaya komunikasi relawan ini dengan munculnya berbagai macam faktor yang mempengaruhi berdasarkan gaya bahasa, kondisi fisik serta peran yang dapat berinteraksi dalam gaya komunikasi seorang relawan pengajar. (Saphiere, 2005:49)

Misalnya, dalam kegiatan belajar, minat merupakan daya penggerak yang menjamin terjadinya kelangsungan kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar sehingga tujuan yang diinginkan dapat terpenuhi. Dengan demikian minat sangat dibutuhkan terhadap hasil belajar seseorang dengan rasa ingin tahu dan mempelajari lebih.

Apabila seseorang tidak mempunyai minat untuk belajar, maka orang tersebut tidak akan mencapai hasil belajar yang optimal.

Dari beberapa penjelasan mengenai SD Dinamika Indonesia ini sudah semakin berkembang dari segi jumlah peserta didik. Catatan pada Daftar Peserta Didik SD Dinamika Indonesia, jumlah keseluruhan peserta didik yang terdiri dari kelas satu hingga kelas enam di SD Dinamika ini ada 437 anak siswa yang diantaranya anak laki-laki ada 209 siswa dan anak perempuan ada 228 siswi. Beberapa data usia anak kelas enam dari usia 10 tahun hingga 12 tahun diantaranya anak laki-laki dengan usia 10 tahun ada satu siswa dan usia 12 tahun ada 10 siswa dan begitupun dengan anak perempuan dengan usia 11 tahun satu siswi dan usia 12 tahun ada 12 siswi.

Adapun alasan penulis memilih SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang Bekasi ini sebagai objek penelitian dikarenakan lebih menyentuh nilai sosial karena berhubungan pada kehidupan anak-anak yang berada di daerah Pembuangan Sampah Bantar Gebang Bekasi, yang masih tergolong pemukiman kumuh. Ketidakpedulian orang tua akan pentingnya pendidikan membuat banyak anak yang terpaksa putus sekolah dan bekerja menjadi pemungut sampah di area Bantar Gebang Bekasi.

Adanya SD Dinamika Indonesia ini diharapkan dapat membantu program pemerintah untuk menambah angka masyarakat yang berpendidikan di daerah Bantar Gebang Bekasi. Relawan dalam kegiatan ini memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat belajar anak-anak didik di SD Dinamika Indonesia.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana gaya komunikasi relawan serambi inspirasi yang terjadi kepada anak-anak di SD Dinamika Indonesia ini. Hal ini sangat menginspirasi penulis untuk meneliti lebih lanjut SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang Bekasi ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :“Bagaimana Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak.” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi). Adapun Tujuan Penelitian Untuk mengetahui gaya komunikasi relawan serambi inspirasi dalam membangun minat belajar anak di SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi.

### **Komunikasi**

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula

sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. (A.W Widjaja, 2000:13)

Menurut (Cangara, 2016:04) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.

Walaupun istilah 'komunikasi' sudah sangat akrab ditelinga, namun membuat definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah mudah yang diperkirakan. Stephen W. Littlejohn dalam bukunya (Morrisan, 2013:04) "*communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata 'komunikasi' bersifat abstrak, kebanyakan istilah, memiliki banyak arti)".

#### Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat tiga unsur yang mutlak harus dipenuhi, yaitu komunikator, komunikan, dan saluran/media. Ketiga unsur komunikasi itu merupakan kesatuan yang utuh dan bulat. Apabila salah satu unsur tidak ada, komunikasi tidak akan terjadi. Dengan demikian, setiap unsur dalam komunikasi itu mempunyai hubungan yang sangat erat dan saling ketergantungan satu dengan lainnya. Artinya, keberhasilan komunikasi ditentukan oleh semua unsur tersebut. (Nurjaman, 2012:36)

1. Komunikator/Sender/Pengirim
2. Komunikan/Receiver/Penerima
3. Channel/Saluran/Media

#### Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut (Nurjaman, 2012:41) Komunikasi mempunyai berbagai macam bentuk yang semuanya bergantung pada segi kita memandangnya, yaitu sebagai berikut :

1. Dari segi penyampaian pesannya
2. Dari segi kemasan pesan
3. Dari segi kemasan keresmian pelaku komunikasi
4. Dari segi pasangan komunikasi

#### Gaya Komunikasi

Menurut Norton dalam (Ardianto, dkk (2017:5.18)) Gaya Komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Gaya komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang sepenuhnya sebagai suatu kepribadian unik. Hal ini mempengaruhi hubungan seseorang, karir dan kesejahteraan emosional. Dengan memahami gaya komunikasi akan memungkinkan seseorang bekerja

pada aspek yang didapati sebagai sesuatu yang negatif.

Cara atau gaya komunikasi terkadang menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut. Banyak orang yang memahami konten dengan baik tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal gaya komunikasi ini menjadi penting untuk diterapkan.

#### Aspek-Aspek Gaya Komunikasi

Menurut Norton dalam (Ardianto, dkk (2017:5.18)) gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu :

- a. *Dominan*
- b. *Dramatic*
- c. *Animated Expressive*
- d. *Open*
- e. *Argumentative*
- f. *Relaxed*
- g. *Attentive*
- h. *Impression Leaving*
- i. *Friendly*
- j. *Precise*

Ardianto, dkk (2017:5.21) menjelaskan tentang macam-macam gaya komunikasi, antara lain :

1. *The Controlling Style*
2. *The Equalitarian Style*
3. *The Structuring Style*
4. *The Dinamic Style*
5. *The Relinquishing Style*
6. *The Withdrawal Style*

#### Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi

Saphiere (2005:49) menyebutkan faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, antara lain :

1. Kondisi fisik
2. Peran
3. Konteks Histori
4. Kronologi
5. Bahasa
6. Hubungan
7. Kendala

Metode yang sering kita gunakan untuk berkomunikasi (misalnya : berbicara melalui telepon) dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode diatas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi.

#### Karakter Dan Gaya Komunikasi Berdasarkan Pandangan Psikologi

Liaw (2005:14) Gaya komunikasi sangat ditentukan oleh faktor psikologi yang membentuk karakter manusia. Setiap manusia memiliki perbedaan sikap dan sifat. Kita kadang gagal menerapkan gaya komunikasi yang serupa dengan orang yang memiliki

kepribadian dan entitas yang berbeda. Terdapat beberapa karakter gaya komunikasi :

1. Karakter orang terbuka
2. Gaya komunikasi dengan orang yang tertutup
3. Karakter Intuitif
4. Karakter Perasa
5. Karakter Penilai

### **Relawan**

Kata Relawan mengandung makna suatu perbuatan mulia yang dilakukan secara sukarela, tulus dan ikhlas, menyiratkan sebuah kemuliaan hati para pelakunya. Relawan keberadaannya selalu ada di tengah-tengah situasi dan keadaan sulit yang sedang terjadi seperti musibah bencana alam, ketika dimana banyak orang sangat membutuhkan bantuan dan pertolongan yang bersifat segera.

Kerelawanan adalah bagian dari payung teori mengenai aktivitas menolong. Akan tetapi tidak seperti tindakan menolong orang lain secara spontan, misalnya menolong korban penyerangan, yang membutuhkan keputusan cepat untuk bertindak atau tidak bertindak, *volunterism* adalah tindakan yang lebih bersifat proaktif dari pada reaktif, dan menuntut komitmen waktu serta usaha yang lebih banyak (Abidah, 2012).

### **Ciri-Ciri Relawan**

Ciri-ciri relawan menurut Omoto & Snyder (dalam Abidah, 2012), antara lain:

- a. Selalu mencari kesempatan untuk membantu
- b. Komitmen diberikan dalam waktu yang relatif lama
- c. Memerlukan *personal cost* yang tinggi (waktu, tenaga, dsb)
- d. Mereka tidak mengenal orang yang mereka bantu, sehingga orang mereka bantu diatur oleh organisasi dimana mereka aktif didalamnya.
- e. Tingkah laku menolong yang dilakukannya bukanlah suatu keharusan.

### **Minat**

Menurut Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah "Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh". Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.

Minat dapat diartikan sebagai "Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan ". Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan oleh T.Albertus yang diterjemahkan Sadirman AM, minat adalah "Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang,

suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya". (2006:32).

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Miflen, FJ & Miflen FC (2003:114) mengemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi minat belajar peserta didik, yaitu :

1. Faktor dari dalam yaitu sifat bawaan
2. Faktor dari luar, diantaranya adalah keluarga, sekolah dan masyarakat atau lingkungan.

Menurut Crow dan Crow yang dikutip (Dimiyati, Mahmud, 2001:56) yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu:

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam
2. Faktor motif sosial
3. Faktor emosional

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong bahwa pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2017:4). Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berisi tentang semua yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung, dan tidak mengolah data yang berupa angka. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi; Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi, sebagai berikut:
  - a. Observasi Partisipatif
  - b. Observasi Terus Terang atau Tersamar
  - c. Observasi Tak Berstruktur
2. Wawancara; Menurut Sugiyono (2016:233-234) menyebutkan macam-macam wawancara:
  - a. Wawancara terstruktur (*Structured Interview*)
  - b. Wawancara Semiterstruktur (*Semistruktur Interview*)
  - c. Wawancara tak berstruktur (*Unstructured Interview*)
3. Dokumentasi

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Perkembangan Serambi Inspirasi Di SD Dinamika Indonesia**

Kegiatan belajar mengajar yang dilakukan oleh para inspirator atau relawan pengajar dari Serambi Inspirasi ini sudah berjalan sejak tahun 2014 dan terus berkembang hingga sekarang ini. Datangnya Serambi Inspirasi ini memang melihat bagaimana kondisi

sekolah disana yang memang masih membutuhkan bantuan dalam bentuk pelayanan dalam bidang pendidikan. Sekolah yang terletak di area TPST (Tempat Pembuangan Sampah Terpadu) Bantar Gebang-Bekasi ini yang pada awalnya diketahui kebanyakan para pekerjanya dari anak-anak sebagai pemulung sampah dan rendahnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap pendidikan. Begitu pun dari informan AA menjelaskan:

“Untuk perkembangan dan awal mula terbentuknya serambi inspirasi itu dulu dari sejarahnya yang aku tahu itu awalnya memang dilatarbelakangi kondisi anak-anak di daerah Bantar Gebang dengan pendidikan yang cukup kurang istilahnya dibandingkan anak-anak didaerah lainnya pada umumnya biasanya, lalu ada beberapa yang berkumpul pengen memberikan sesuatu untuk Yayasan apa sampai akhirnya terbentuk serambi inspirasi untuk memfasilitasi anak disana supaya, awalnya sih supaya mereka mau belajar dulu aja gitu karena memang awalnya minat belajarnya tuh kurang banget jadi di awalnya tuh gimana caranya mereka berminat untuk belajar itu dulu dari awalnya sampai akhirnya berkembang berkembang dan berkembang sampai sekarang sudah sampai empat tahun dan sudah progress-nya cukup baik. Mengenai sejarah awal SD Dinamika Indonesia dibangun hingga kini sudah berkembang dengan cukup baik dan peneliti mengamati secara langsung ke lapangan dengan kondisi orangtua dari anak-anak SD Dinamika Indonesia merupakan para pemulung dan anak-anaknya masih ada yang membantu orangtuanya bekerja sebagai pemulung.”

### **Proses Belajar Dan Kondisi Anak di SD Dinamika Indonesia**

Dalam proses belajar mengajar tentunya semua tidak akan mudah dan lancar dalam menyampaikan materi atau media pembelajaran kepada anak-anak didik dan pastinya ada yang kurang efektif dan bahkan tidak sampai secara utuh penyampaian materi kepada anak-anak, begitu pun dengan kondisi anak-anak SD Dinamika Indonesia yang memang masih ada kesulitan-kesulitan yang didapat. Selama peneliti melihat kondisi disana masih banyak anak-anak yang susah diam, keluar masuk kelas hingga tidak ingin mengerjakan apapun materi pembelajaran yang diberikan oleh para relawan. Adapun informan AA menjelaskan terkait kesulitan dalam proses belajar:

“Kalo kesulitan awalnya pasti ada apalagi kalo misalkan kita pertama kali datang kita adalah orang baru. Awal-awal memang kedatangan kita di Bantar Gebang ini sempat semacam adanya penolakan gitu dari orangtuanya karena mereka dulu ini siapa sih? Baru datang kesini tiba-tiba seperti ini, mereka khawatir anaknya akan diajarkan apa yang kurang baik tapi lambat laun komunikasi kepada pihak orangtua dan sekolah akhirnya dijelaskan sampai

akhirnya mereka, oh bisa menerima kita dengan baik bahkan mereka senang kehadiran kita disana bahkan anak-anaknya pun merasa senang dengan kehadiran Serambi Inspirasi dan Inspirator tiap sabtunya bahkan dinantikan oleh mereka”.

Begitu pun dijelaskan kembali pernyataan dari informan KR bahwa:“Kalau kesulitan itu tergantung ke individu masing-masing, kalau kesulitan itu sendiri pasti ada ya, kalau saya sendiri merasa kesulitan dalam belajar mengajar itu pertama menentukan metode yang sesuai dengan adik-adik itu sendiri, kan beda adik beda perlakuan ya seperti, saya pernah mengajar dikelas enam mereka cenderung suka mainnya post to post jadi ada post satu, post dua, post tiga yang batch kedua yang saya ikuti kan ngajar kelas empat dikelas empat itu tidak cocok kalau post to post itu dilaksanakan dan cenderung sistemnya fasilitator jadi satu kelompok satu kakak dan nah itu kadang kita juga kesulitan dalam menentukan delivery materinya seperti apa gitu”.

Dengan demikian, kesulitan-kesulitan itu muncul adanya penolakan sejak awal hadirnya Serambi Inspirasi ke SD Dinamika Indonesia yang memang masyarakat sekitar yang kurang percaya dan rasa khawatir terhadap anak-anaknya hingga kini sudah berjalan dengan baik, namun mengenai kondisi anak-anaknya yang sekarang ini masih dibilang susah untuk belajar dengan baik sehingga masih menemukan kesulitan-kesulitan dalam proses belajar mengajar. Kesulitan dalam proses belajar mengajar yang di alami oleh para inspirator mempunyai beberapa cara untuk menghadapi kesulitan tersebut. Berbagai cara yang salah satunya peneliti melihat adanya media pembelajaran yang dilakukan melalui media post to post yang kegiatan pembelajarannya dengan berkelompok dibagi beberapa bagian menjadi empat kelompok atau minimal dua kelompok atau post yang dilakukan oleh para inspirator agar efektif dalam menyampaikan materi pembelajaran kepada anak-anak.

### **Gaya Relawan Serambi Inspirasi Dalam Berkomunikasi Ke Anak**

Berbagai kondisi yang ada di SD Dinamika Indonesia yang salah satunya kesulitan dalam proses belajar mengajar dan juga kondisi anak-anak yang masih belum mengerti akan baca, tulis dan hitung yang mendasar. Terutama ketika anak-anak mulai merasa malas dan bosan, hal ini membuat para relawan harus memutar otak untuk mengembalikan lagi mood belajar anak-anak dan salah satu gaya komunikasi yang diberikan oleh relawan pengajar ini ialah dengan menggunakan ice breaking atau kata lain sebagai pencair suasana yang selalu membuat siswa terkesan dan semangat lagi untuk memulai belajar serta berkreaitivitas. Hal tersebut dijelaskan oleh informan KR yang mengatakan pada saat di wawancarai bahwa: “Jadi, kan disini kita relawan yang tentunya

menjadi teladan adik-adik jadi kita itu tidak boleh yang namanya bermuka muram kita harus selalu mencerminkan semangat, selalu bahagia pokoknya, tapi entahlah kenapa ya SI ini kegiatan yang rutin kita tuh selalu yang nunggu-nunggu kita yang senang selalu menunggu adik-adik bahkan kita selalu terharu ketika adik-adik banyak yang datang kita merasa dihargai kita merasa dirindukan kaya gitu. Jadi, kita tuh kalau bisa mendeliver kebahagiaan kita ke adik-adik dan dari semangat mereka itulah yang memupuk rasa bahagia kita”.

Penjelasan diatas bahwa peneliti melihat kondisi disana para inspirator sangat sabar dalam menghadapi anak-anak yang masih dikatakan nakal, artinya yang susah untuk diem dan patuh. Namun, dengan begitu para inspirator tetap memberikan semangat, selalu tersenyum dan bahkan kegiatan yang rutin dilakukan setiap hari Sabtunya selalu dirindukan oleh adik-adik karena bisa bertemu kembali oleh kakak inspiratornya, sehingga adanya bentuk yang mengesankan.

Gaya relawan Serambi Inspirasi dalam berkomunikasi dengan cara pelan-pelan, persuasif serta pendekatan secara personal dengan begitu akan perlahan-lahan mereka akan menerima dengan baik kepada para inspiratornya dan hal demikian akan membawa dampak baik kedepannya bahwa adik-adik disana akan tahu bagaimana rasanya apabila mendekati adik-adik itu.

#### **Gaya Komunikasi Relawan Dapat Membangun Minat Anak**

Mengatasi permasalahan rendahnya minat anak-anak SD Dinamika Indonesia memang tidak mudah dan cepat, karena ada beberapa hal yang menjadi tantangan para inspirator untuk tetap menjaga semangatnya belajar dari anak-anak SD Dinamika Indonesia. Kebanyakan anak-anak disana masih merasa bosan dan tidak semangat belajar sehingga hal demikian menjadi tantangan bagi inspirator untuk membangun minat belajar mereka. Informan AA pun menjelaskan mengenai upaya guna dapat membangun minat belajar anak, yaitu:

“Untuk masalah minat belajar kita sebisa mungkin saat pembelajaran kita tanamkan nilai-nilai kepada mereka bahwa pentingnya pendidikan untuk mereka dalam saat pembelajaran kita tanamkan nilai-nilai itu sambil kita motivasi dengan contoh-contoh nyata dengan kakak-kakaknya yang datang, kita berikan oh ini kakak yang ini tuh adalah seorang dokter misalkan, si kakak ini tuh bisa menjadi ini tuh karena mau belajar, jadi kalo misalkan kalian belajar kalian bisa lho seperti kakak ini. Jadi, kita berikan contoh yang nyata dari kakak yang hadir untuk menginspirasi mereka, supaya mereka agar tetap semangat untuk belajar dan paham bahwa belajar itu penting untuk mereka”.

Selanjutnya dari informan KD menjelaskan, bahwa: “Yang pertama, upayanya itu kita sela selalu memberikan stimulus yaa.. stimulus untuk ayolah semangat belajar, raihlah impian kalian kaya gitu karena stimulus yang seperti itu lah yang pertama dibutuhkan kaya gitu terus yang kedua kita mengingatkan ke adik-adik bahwasannya pendidikan itu adalah investasi yang sangat mahal kaya gitu nah upaya-upaya itu yang benar-benar digencarkan yang pertama kaya gitu, terus yang ketiga kita terus berkomitmen kaya gitu berkomitmen untuk terus eeh mengawal atau pun terus eeh membantu adik-adik yang ada di Bantar Gebang sana untuk mencapai impiannya dengan memberikan buku-buku cerita dengan memberikan buku-buku pelajaran dan gurugurunya pun kita ya InshaAllah kalo ada kesempatan kita berikan training kaya gitu, nah upaya-upaya itu yang bener-bener dilakukan”.

Upaya yang dilakukan oleh para inspirator selalu memberikan semangat dan motivasi untuk tetap terus menginspirasi ke anak-anak SD Dinamika Indonesia, dengan demikian mendapatkan respon baik pula dari masyarakat sekitar terutama dari pihak SD Dinamika Indonesia itu sendiri yang memang sangat membantu dalam proses belajar mengajar berlangsung

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penarikan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti disesuaikan dengan tujuan penelitian. Gaya komunikasi yang dilakukan oleh relawan Serambi Inspirasi sudah sebagaimana mestinya, dengan menggunakan gaya komunikasi dari *The Equalitarian Style* peneliti dapat menganalisa gaya relawan Serambi Inspirasi dalam berkomunikasi kepada anak-anak didik dalam membangun minat belajar anak. Berupa komunikasi yang terjalin ialah komunikasi dua arah antara komunikasi relawan pengajar kepada anak didik, yang menghasilkan *feedback* atau respon balik dari anak didik ke relawan pengajarnya. Sehingga hal tersebut dapat menciptakan hubungan yang baik, dengan menggunakan gaya komunikasi tersebut mempunyai makna kesamaan ini adalah orang-orang atau relawan pengajar yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan anak didik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup yang lainnya.

Gaya komunikasi ini pun di dukung oleh beberapa aspek gaya komunikasi itu sendiri yaitu ada delapan aspek diantaranya: *Dramatic, Animated Expressive, Open, Relaxed, Attentive, Impression Leaving, Friendly & Precise*. Dari aspek yang sudah disebutkan dari bab sebelumnya pun sebagai pelengkap ciri-ciri dari gaya yang selalu

dikomunikasikan para relawan ke anak-anak didik. Hal tersebut berhasil membangun minat belajar anak dari gaya komunikasi relawan Serambi Inspirasi yang sudah dipaparkan sebelumnya. Sehingga dari yang digunakan oleh relawan Serambi Inspirasi memunculkan beberapa poin dari gaya yang dilakukan untuk berkomunikasi kepada anak didik dalam membangun minat belajar yaitu: upaya-upaya yang sudah dilakukan oleh para relawan Serambi Inspirasi untuk membangun minat belajar anak, salah satunya dengan memberika stimulus dan nilai-nilai kebaikan serta memberikan motivasi kepada anak-anak didik di SD Dinamika Indonesia.

## REFERENSI

- Abidah, M.(2012). *Kebermaknaan Hidup Seorang Relawan. Jurnal Doctoral Dissertation UIN Sunan Ampel Surabaya Vol. 4, 1-18.*
- Ahmadi R.(2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Almanshur Fauzan, Ghony Djunaidi.(2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- A.M, Sardiman.(2006). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro.(2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro.(2017). *Komunikasi Organisasi.* Tangerang: Universitas Terbuka.
- Armando, Nina.M.(2017). *Psikologi Komunikasi.* Tangerang: Universitas Terbuka.
- Bungin, Burhan (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.* Surabaya: Kencana.
- Cangara, Hafied.(2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John.W.(2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif Kuantitatif dan Campuran.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dimiyati, Mahmud.(2001). *Psikologi Suatu Pengantar.* Yogyakarta. BPFE
- Djamarah, Syaiful.Bahri.(2015). *Psikologi Belajar.* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Iskandar.(2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif).* Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kriyantoro, Rachmat.(2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Malang: Prenada Media Group.
- Liaw, Ponijan.(2005). *Understanding Your Communication Styles.* Bandung: Sidoku Press.

- Miflen, FJ dan Miflen, FC.(2003). *Simply-Psychology.* Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.
- Moleong, Lexy.J.(2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy.J.(2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy.J.(2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison.(2013). *Teori Komunikasi Tentang Komunikator Pesan Percakapan dan Hubungan (Interpersonal).* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan.* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Nurjaman, Kadar.(2012). *Komunikasi Public Relations.* Bandung: Pustaka Setia.
- Prisgunanto, Ilham.(2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi & Taktik.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saphiere, Dianne Hofner, Babara Kappler Mikk, dan Basma Ibrahim DeVries.(2005). *Communications Highwire: leveraging the power of diverse communication styles.* Boston: Intercultural Press.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sukamdinata, Nana Syaodih.(2007). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Rosdakarya.
- Sunarto dan Hermawan.(2011). *Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi.* Jakarta: ASPIKOM.
- Suryabrata, Sumadi.(2002). *Psikologi Pendidikan.* Jakarta: PT Grafindo Perkasa Rajawali.
- Walgito, Bimo.(1999). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar,* ANDI. Yogyakarta
- Widjaja, H.A.W.(2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi.* Jakarta: PT Rineka Cipta..

## PROFIL PENULIS

**Erita Riski Putri, S.Sos, M.Si** merupakan Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Keahlian di bidang komunikasi.

**Aryadillah, MM, M.I.Kom** merupakan Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Keahlian di bidang komunikasi khususnya media. Saat ini tengah mengajar beberapa mata kuliah komunikasi diantaranya teknologi media komunikasi, opini publik, public speaking dan metodologi penelitian komunikasi kualitatif dan kuantitatif. Memiliki target S3 di Jerman melalui jenjang LPDP menjadikan saya terus belajar menguasai bahasa asing, khususnya bahasa jerman. Buku yang pernah



ditulis adalah teknologi media pembelajaran dan beberapa tulisan lainnya.

**Ummar Muhammad, S.I.Kom** merupakan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

## Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di Depok

Wiwik Widiyanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika  
e-mail: [wiwik.www@bsi.ac.id](mailto:wiwik.www@bsi.ac.id)

---

**Cara Sitasi:** Widiyanti, W. (2019). Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di Depok. *Cakrawala*, 19(1), 107–112. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Today's food business competition is tight, so every businessman is required to have a strategy in the field of marketing. To support this, Domino Pizza needs to conduct research on consumer attitudes towards the Domino Pizza product multi-attribute. This research is included in the type of qualitative research with 100 respondents based on convenience sampling by distributing questionnaires in Depok. Payment of data uses the fishbein method with texture attributes, pizza skin layers, toppings, prices, and packaging. From the results of research obtained about the level of consumer interest in pizza products are topping, texture, the thickness of pizza skin, price and final packaging. Based on the level of trust in the Domino product, the pizza that is placed first is the price, while the Pizza Hut product is Topping. Meanwhile, the attitude analysis of the overall attributes of domino pizza products is 74.34 and in pizza products but at 80.17. Thus, all consumers prefer pizza products but from domino pizza products. Although pizza products are superior in texture attributes because topping attributes are still inferior to pizza products, topping attributes have the highest importance, so if all attributes are taken into account, consumers prefer to use hut pizza products.*

**Keywords:** *Fishbein Method, Consumer Attitude, Multi Attribute*

### PENDAHULUAN

Bisnis makanan dewasa ini menjadi suatu bisnis yang menjanjikan. Data pertumbuhan bisnis makanan yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat industri makanan dan minuman, pada triwulan-II 2017 umbuh sebesar 7,04 persen (*year on year*) untuk kelompok Industri Skala Besar dan Sedang (IBS). Sedangkan kelompok Industri Skala Mikro Kecil (IMK) pun tidak luput dari tren positif dengan mencapai pertumbuhan produksi sebesar 5,82 persen. Hal ini menyebabkan persaingan antar perusahaan kuliner sangat ketat. Berbagai strategi marketing diterapkan oleh masing-masing perusahaan untuk mempertahankan dan memajukan bisnisnya.

Para pengusaha melakukan berbagai cara agar produk makanannya mempunyai kualitas yang bagus sehingga akan banyak pelanggan yang secara tidak sadar membantu memasarkan produknya dengan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Namun sebenarnya kualitas saja tidak cukup, yang harus pula menjadi perhatian adalah bagaimana menampilkan atribut produk makanan semenarik mungkin agar ketika konsumen melihat pertama kalinya langsung tertarik untuk mencoba dan membelinya.

Sikap konsumen inilah yang perlu dipahami oleh para pengusaha untuk meningkatkan volume

penjualannya. Pengetahuan mengenai sikap konsumen perlu diperdalam agar bisa diterapkan sebagai salah satu strategi marketing untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi.

Salah satu cara untuk mendapatkan analisa mengenai sikap konsumen terhadap multiatribut produknya adalah dengan melakukan sebuah riset, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sikap konsumen apa saja yang disukai dan tidak disukai atas produknya.

Banyak riset telah dilakukan oleh peneliti untuk membantu para pengusaha dalam mengatur strategi marketingnya. Contoh riset yang telah diadakan diantaranya mengenai analisis sikap konsumen terhadap produk minuman teh dalam kemasan karton merek teh kotak di Banjarmasin. Teknik riset yang digunakan adalah poin ideal. Riset tersebut menganalisis atribut-atribut apa saja dari produk tersebut yang memenuhi sifat ideal dan menganalisis bagaimana sikap konsumennya. Hasil yang didapat dari riset tersebut ditemukan atribut rasa, kepekatan, aroma, kemasan dan harga memenuhi sifat ideal disamping itu ditemukan juga sikap konsumen terhadap produk minuman teh dalam kemasan karton merek teh kotak sangat baik (Rusniati, 2015).

Lain halnya dengan riset mengenai sikap konsumen dan kinerja atribut kopi bubuk Sido Luhur kota Malang. Pada riset ini menggunakan metode sikap

Fishbein. Hasil riset ini menghasilkan temuan adanya 9 atribut produk yaitu aroma, rasa, ketersediaan, harga, bahan, kemasan, desain kemasan, ukuran kemasan, umur simpan dan desain label. Adapun nilai keseluruhan sikap konsumen diperoleh hasil yang positif yakni dengan nilai 145,99 (Qomariyah, Santoso, & Effendi, 2014)

Sementara itu hasil riset mengenai multiatribut Fishbein terhadap Jamu Sainifik di Karanganyar menunjukkan bahwa atribut jamu saintifik yang paling penting menurut konsumen di BKTM Karanganyar adalah informasi dosis pada jamu dan kandungan alami, sedangkan di Puskesmas Colomadu I Karanganyar adalah manfaat jamu untuk kesehatan dan aman dikonsumsi dalam waktu lama. Atribut yang paling dipercaya oleh pasien BKTM adalah manfaat jamu untuk kesehatan (skor 3,50), dan di Puskesmas Colomadu I adalah atribut kandungan alami dan bermanfaat bagi kesehatan (skor 3,30). Jamu saintifik dianggap penting dan dipercaya oleh konsumen pengguna jamu di BKTM dan Puskesmas Colomadu I. Sikap konsumen terhadap atribut jamu saintifik adalah baik.

Dewasa ini masyarakat sudah terbiasa dengan kuliner kebarat-baratan salah satunya adalah pizza. Dahulu pizza merupakan makanan yang sangat prestisius dimana hanya kalangan orang terbatas yang mampu menikmatinya. Namun sekarang sudah banyak orang yang mampu membeli atau bahkan membuatnya.

Dengan semakin banyaknya minat masyarakat terhadap pizza maka banyak bermunculan berbagai merek pizza dan yang paling terkenal adalah Domino Pizzadan Domino Pizza. Strategi marketing yang dijalankan oleh kedua merek pizza tersebut harus bias memenangkan persaingan antar merek pizza agar bias merebut hari pelanggan. Oleh karena itu penulis meneliti mengenai sikap konsumen terhadap multiatribut pizza menggunakan metode Fishbein di Depok. Metode Fishbein digunakan untuk memprediksi sikap seseorang terhadap suatu obyek tertentu, sehingga hasilnya bisa digunakan sebagai data untuk membuat formula strategi marketing berikutnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis atribut produk Domino Pizza yang memenuhi sifat ideal menurut konsumen, dan juga menganalisis sikap konsumen terhadap produk Domino Pizza di Depok

Salah satu strategi marketing yang harus dipertimbangkan adalah dengan menganalisa perilaku konsumen. Perilaku konsumen menjadi kunci utama didalam pemasaran karena konsumenlah yang akan mempertimbangkan, memilih kemudian memutuskan untuk membeli suatu produk atau tidak.

Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Engel et al dalam Sopiah dan Sangadji (2013),

perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut.

Perilaku konsumen juga menggambarkan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Schiffman & Kanuk, 2008).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut Engel ada tiga yaitu (Engel & Miniard, 2013):

1. Faktor perbedaan individu yang terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi.
2. Faktor lingkungan yang terdiri dari budaya, kelas social, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.
3. Proses psikologi, ada tiga bagian dalam proses ini yaitu pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sikap konsumen dimana sikap adalah suatu perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan apa yang tidak disukai konsumen (Kotler & Armstrong, 2012). Selain itu Mowen dan Minor (2002) menjelaskan sikap (*attitude*) sebagai "sebagai afeksi atau perasaan untuk atau terhadap sebuah rangsangan"

Ada tiga unsur dalam pengukuran sikap yaitu (Kotler & Armstrong, 2013):

1. *Cognitive component* (Kognitif): kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud obyek adalah atribut produk.
2. *Affective component* (Afektif): emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu obyek, apakah obyek tersebut diinginkan atau disukai.
3. *Behavioral component* (Tindakan): merefleksikan kecenderungan dan perilaku actual terhadap suatu obyek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan tindakan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dapat diartikan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bias menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Ada tiga model sikap konsumen

1. Model Tiga Komponen

Menurut Olson dan Peter (2014) ada tiga unsur analisis konsumen yaitu *consumer affect and*

*cognition, consumer behavior, dan consumer environment*. Afektif dan kognitif pada konsumen merupakan respon mental konsumen terhadap lingkungan. *Tricomponent attitude model* merupakan suatu sikap yang a menyatakan terdiri dari tiga komponen yaitu afektif, kognitif dan konatif. Afektif menggambarkan perasaan dan emosi konsumen. Kognitif adalah pengetahuan dan persepsi konsumen. Konatif adalah tindakan seseorang terhadap suatu objek.

## 2. Model Sikap Multiatribut Fishbein

Pada model ini Fishbein membagi menjadi tiga model yaitu: *the attitude toward-object model*, *the attitude toward-behavior model* dan *the theory of reasoned-action model*. Model *the attitude toward-object model* adalah suatu model untuk mengukur sikap konsumen terhadap sebuah atau berbagai merek produk dan juga menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk ditentukan oleh dua hal yaitu kepercayaan dan evaluasi. Ada tiga konsep utama pada model Fishbein yaitu atribut, kepercayaan dan evaluasi.

## 3. Model Sikap Angka Ideal

Model ini akan memberikan informasi mengenai sikap konsumen terhadap merek suatu produk dan sekaligus bisa memberikan informasi mengenai merek ideal yang dirasakan konsumen dan apa yang diinginkan oleh konsumen, sekaligus melakukan pengukuran perbedaan antara apa yang dirasakan dan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan ketiga model diatas yang paling populer digunakan para peneliti adalah dengan menggunakan Model Multi Atribut Sikap dari Fishbein.

Model Multiatribut Fishbein pada prinsipnya akan menghitung  $A_o$  (Attitude toward the object), yaitu sikap seseorang terhadap sebuah objek, yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada obyek tersebut. Pengenalan sebuah obyek melalui cara melihat, meraba, mencoba dan menggunakan obyek itu untuk sekian waktu lamanya, maka seorang konsumen akan mempunyai sikap tertentu terhadap obyek dipakai atau digunakannya tersebut. Pada umumnya sebelum konsumen mengkonsumsi sebuah obyek, ia terlebih dahulu memiliki suatu harapan-harapan terhadap obyek tersebut. Sehingga sesaat setelah melihat, mencoba dan menggunakannya, konsumen tersebut dapat menilai apakah obyek yang bersangkutan telah sesuai dengan harapannya

Model ini secara singkat menyatakan bahwa sikap seorang konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Model multiatribut menekankan adanya *salience of attributes*. *Salience* artinya tingkat kepentingan yang diberikan konsumen kepada sebuah atribut.

Model Fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal yaitu (1) kepercayaan (*belief*) terhadap suatu atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen  $b_i$ ) dan evaluasi (*evaluation*) pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen  $e_i$ ). Model ini diformulasikan sebagai suatu rumus sebagai berikut:

$$A_o = \sum (b_i \times e_i) \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

$A_o$  = Sikap terhadap suatu obyek

$b_i$  = Tingkat kepercayaan (*belief*) kosumen terhadap atribut ke  $i$

$e_i$  = Evaluasi tingkat kepentingan (*evaluation*) konsumen terhadap atribut ke  $i$

Dari rumus tersebut diperoleh kesimpulan bahwa sikap konsumen terhadap suatu obyek dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan kosumen dan evaluasi tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut yang dimiliki obyek tersebut.

Empat tahap pengukuran sikap terhadap objek, dengan menggunakan model multiatribut sikap dari Fishbein berikut ini.

1. Menentukan *salient belief* karena setiap produk memiliki banyak atribut, dan semuanya bisa menentukan sikap seseorang maka langkah pertama yang dilakukan adalah menemukan atribut yang menonjol di pasar target.
2. Membuat pertanyaan untuk mengukur keyakinan. Setelah penentuan atribut yang dianggap penting, selanjutnya adalah menanyakan kepada konsumen, bagaimana keyakinan dia terhadap atribut tersebut pada suatu produk atau merek.
3. Membuat pertanyaan untuk mengukur evaluation sama seperti mengukur belief, disini konsumen diberikan pertanyaan mengenai bagaimana evaluasi terhadap atribut yang telah diukurnya apakah penting atau tidak.
4. Mengukur sikap terhadap atribut produk yaitu dengan cara mengalikan skor tingkat kepercayaan ( $b_i$ ) rata-rata dengan skor tingkat kepentingan ( $e_i$ ) rata-rata sehingga didapat nilai sikap terhadap objek ( $A_o$ ) secara keseluruhan.

Sikap konsumen dalam memilih suatu produk tentunya diawali dengan ketertarikan secara fisik terhadap suatu produk. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa atribut yang mengiringi produk tersebut.

Adapun definisi atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan (Kotler & Armstrong, 2013). Sedangkan pengertian atribut produk menurut Tjiptono (2014) adalah "Unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pelanggan dan dijadikan

sebagai dasar pengambilan keputusan”. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Menurut Kotler (20013) “Atribut produk adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk”.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap sebuah produk akan mempengaruhi perilaku / tindakan konsumen dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu para pengusaha sangatlah penting mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk yang dijualnya. Dalam penelitian ini produk yang menjadi obyek penelitian adalah produk pizza merek Domino Pizza dengan pesaingnya yaitu merek Pizza Hut

Setiap produk mempunyai atribut produk yang menonjol yang berbeda satu sama lain. Pada penelitian terdahulu, peneliti rangkumkan atribut produk yang digunakan dari hasil penelitian Rusniati (2015) dengan produk teh kotak dan Qomariyah, et al (2014) dengan produk kopi bubuk sidomuncul.

Tabel 1.  
Atribut Produk Kopi Bubuk dan Teh Kotak

Kopi Bubuk	Teh Kotak
Aroma	Rasa
Rasa	Kepekatan
Ketersediaan	Aroma
Harga	Kemasan
Bahan	Harga
Desain Kemasan	
Ukuran Kemasan	
Umur Simpan	
Desain Label	

Sumber: (Rusniati, 2015) & (Qomariyah et al., 2014)

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana dalam proses penelitiannya menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisisnya dengan menggunakan pendekatan metode survei.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk Domino Pizzadan Domino Pizza di Depok. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling* kepada 100 responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk Domino Pizza dan Pizza Hut di Depok.

### 3. Atribut Produk

Langkah pertama dalam metode Fishbein adalah menentukan *salient belief*, yaitu menentukan atribut yang menonjol saja. Atribut yang telah ditentukan bisa dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2.  
Daftar Atribut Produk Pizza

No.	Atribut Pizza
1.	Tekstur
2.	Ketebalan kulit pizza
3.	Kemasan
4.	Topping
5.	Harga

Sumber: (Rusniati, 2015)

## 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Kuisisioner yang disebarakan adalah kuisisioner tertutup dan terbuka dimana pada kuisisioner sudah disediakan jawaban dan juga diberikan ruang untuk memberikan alasannya. Pertanyaan pada komponen bi dan ei adalah sama, yang berbeda hanya pokok bahasannya. Pada kuisisioner komponen bi menanyakan mengenai atribut produk Domino Pizza / Pizza Hut, sedangkan untuk komponen ei menanyakan mengenai atribut produk Pizza secara umum.

Adapun jawaban tertutup untuk komponen bi (*belief*/tingkat kepercayaan) dan ei (evaluasi/tingkat kepentingan) menggunakan rentang skala Likert yaitu:

Untuk bi (belief):

1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral  
4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

Untuk ei (tingkat kepentingan) adalah:

1 = Sangat Tidak Penting 2 = Tidak Penting 3 = Netral  
4 = Penting 5 = Sangat Penting

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Tingkat Kepentingan (ei)

Tingkat kepentingan dalam hal ini disimbolkan dengan ei, berfungsi sebagai pengukur seberapa penting sebuah atribut bagi serorang konsumen dalam menilai sebuah produk. Nilai tingkat kepentingan ini berkisar di rentang 1 – 5 yang mengacu pada skala Likert, dimana nilai 1 diartikan sebagai sangat tidak penting, 2 tidak penting, 3 biasa saja, 4 penting dan 5 sangat penting. Tingkat kepentingan ini diperoleh dari kuisisioner tentang atribut produk pizza secara umum yang hasilnya dapat dilihat pada table 3 berikut ini.

Tabel 3. Tingkat Kepentingan (ei)

Konsumen terhadap Atribut Produk Pizza

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (ei)
1.	Topping	4,48
2.	Tekstur	4,32
3.	Ketebalan kulit pizza	4,21
4.	Harga	3,54
5.	Kemasan	3,35

Sumber: Data yang diolah (2018)

Berdasarkan table 3 diperoleh data bahwa yang menempati posisi utama dalam tingkat kepentingan konsumen adalah topping sebesar 4,48 yang artinya konsumen menganggap bahwa topping merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah produk pizza. Sama halnya pada atribut yang menempati posisi kedua adalah tekstur sebesar 4,32 dan posisi ketiga

Tabel 4. Tingkat Kepercayaan (bi)  
Konsumen terhadap Atribut Produk Domino Pizza

No	Atribut	Domino Pizza	Pizza Hut
1.	Topping	3,62	4,33
2.	Tekstur	4,01	4,15
3.	Ketebalan kulit pizza	3,47	3,82
4.	Harga	4,28	3,76
5.	Kemasan	3,48	4,03

Sumber: Data yang diolah (2018)

Pada table 4 diperoleh hasil bahwa konsumen sangat setuju dengan harga pada produk domino pizza, hal ini ditunjukkan dengan tingkat kepercayaan sebesar 4,28 yang menempati posisi pertama. Posisi kedua dengan tingkat kepercayaan sebesar 4,01 terdapat atribut tekstur dimana konsumen setuju dengan tekstur yang ditawarkan produk domino pizza. Posisi selanjut adalah topping dan ketebalan pizza yang masing-masing mempunyai tingkat kepercayaan sebesar 3,62 dan 3,47. Sedangkan kemasan menempati posisi terakhir yaitu 3,48.

Lain halnya dengan pizza hut, posisi pertama ditempati oleh atribut topping dengan tingkat kepercayaan sebesar 4,33 yang artinya bahwa konsumen setuju dengan topping yang dimiliki oleh produk pizza hut. Konsumen juga setuju dengan atribut tekstur dan kemasan dari produk pizza hut. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan tingkat kepercayaan sebesar 4,15 dan 3,76. Namun demikian, atribut ketebalan kulit pizza dan harga menempati posisi terakhir dengan tingkat kepercayaan sebesar 3,82 dan 3,76.

Dari kedua tingkat kepercayaan tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen mengatakan cenderung sangat setuju dengan atribut harga pada produk domino pizza akan tetapi untuk produk pizza hut hanya mengatakan cenderung setuju. Sebaliknya,

adalah ketebalan kulit pizza sebesar 4,21, dimana kedua atribut ini juga dianggap penting untuk sebuah produk pizza. Sedangkan atribut lain yaitu harga dan kemasan yang masing-masing sebesar 3,54 dan 3,35 cenderung dianggap penting oleh konsumen.

### Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan konsumen terhadap sebuah atribut sangat penting dalam strategi pemasaran. Tingkat kepercayaan (bi) dalam penelitian ini diukur dalam skala Likert yaitu nilai 1 untuk sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju dan 5 sangat tidak setuju. Tingkat kepercayaan ini diperoleh dari hasil kuisioner yang isi pertanyaannya sama untuk dua produk pizza yaitu Domino Pizza dan Pizza Hut. Hasil kuisioner tersebut telah diolah dan disajikan pada table 4 berikut ini:

konsumen mengatakan cenderung sangat setuju dengan atribut topping pada produk pizza hut dan hanya mengatakan setuju pada produk domino pizza.

### Analisis Sikap Konsumen

Awal dari terbentuknya sikap konsumen terhadap suatu produk adalah melalui pengenalan atribut produk tersebut. Sikap konsumen dalam penelitian ini disimbolkan dengan Ao yang merupakan total dari perkalian antara tingkat kepercayaan (bi) dengan tingkat kepentingan (ei). Hasil dari sikap konsumen dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Sikap Konsumen (Ao) terhadap Atribut Produk Domino Pizza dan Pizza Hut

No	Atribut	Domino Pizza	Pizza Hut
1.	Topping	16,01	19,59
2.	Tekstur	17,12	17,72
3.	Ketebalan kulit pizza	14,40	15,83
4.	Harga	15,35	13,52
5.	Kemasan	11,46	13,51
		74,34	80,17

Sumber: Data yang diolah (2018)

Berdasarkan tabel 5, diperoleh hasil sikap konsumen secara keseluruhan terhadap seluruh atribut pada produk domino pizza adalah sebesar 74,34 dan pada produk pizza hut sebesar 80,17. Dengan demikian secara keseluruhan konsumen lebih menyukai produk pizza hut daripada produk domino pizza. Walaupun produk domino pizza unggul dalam dalam atribut tekstur, namun karena atribut topping masih kalah dibanding produk pizza hut dan atribut topping mempunyai tingkat kepentingan yang paling tinggi, maka jika semua atribut diperhitungkan, konsumen cenderung lebih suka terhadap produk pizza hut.

### Hasil Temuan Penelitian

Sebagian besar konsumen mengakui bahwa atribut tekstur merupakan pertimbangan utama dalam memilih produk domino pizza. Tekstur produk domino pizza terasa renyah dan enak serta mempunyai aroma yang khas. Akan tetapi pada atribut topping, konsumen merasa bosan dengan pilihan topping yang kurang bervariasi, apalagi jika responden membandingkannya dengan atribut topping pada pizza hut yang banyak variasi toppingnya. Lain halnya dengan atribut ketebalan kulit pizza pada produk domino pizza, konsumen menyukainya karena kulit pizza dianggap tebal sehingga dapat mengenyangkan.

Dari kelima atribut produk, maka tiga atribut menggambarkan internal atribut dari produk pizza. Sedangkan dua lainnya (kemasan dan harga) menunjukkan eksternal atribut. Nilai dari kepentingan untuk harga dan kemasan menempati dua posisi terakhir. Ini berarti bahwa konsumen lebih menganggap penting atribut internal dari produk pizza dibandingkan atribut eksternal. Hal ini juga memberikan implikasi bahwa dalam pemilihan produk-produk makanan maka atribut internal lebih dianggap penting dibandingkan atribut eksternal.

Kemasan merupakan atribut eksternal yang dimiliki oleh semua makanan. Kemasan berfungsi untuk melindungi makanan baik dari kerusakan fisik ataupun kerusakan rasa makanan. Walaupun kemasan berada di posisi dua terbawah dalam tingkat kepentingan produk pizza, kemasan penting juga diperhatikan. Desain kemasan produk domino pizza yang dahulu dominan berwarna biru, berganti menjadi coklat sesuai dengan trend masa kini.

Sikap konsumen lebih memilih pizza hut dibandingkan dengan domino pizza karena konsumen menilai semua atribut produk pizza hut lebih baik dari produk domino pizza. Hal ini bisa menjadi bahan pertimbangan untuk bagian marketing domino untuk membuat strategi marketing yang tepat.

## KESIMPULAN

Sikap konsumen merupakan hal yang penting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan strategi marketing. Penggunaan atribut produk yang tepat merupakan salah satu cara untuk menarik sikap konsumen dalam pemilihan sebuah produk. Penelitian ini telah menghasilkan kesimpulan bahwa konsumen setuju dengan semua atribut yang dimiliki domino pizza, namun ada beberapa atribut yang bisa dibuat variasi baru sehingga konsumen akan selalu dating ke Domino Pizza

## REFERENSI

- Engel, B., & Miniard. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Qomariyah, N., Santoso, I., & Effendi, M. (2014). Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luhur (Studi Kasus di UKM Kopi Bubuk Sido Luhur, Kota Malang). *Jurnal Industria*, 3(1), 53–61. Retrieved from <http://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/155>
- Rusniati. (2015). Analisis sikap konsumen terhadap produk minuman teh dalam kemasan karton merek teh kotak di banjarmasin. *INTEKNA*, 14(1), 1–11. Retrieved from <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/164>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. . (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.

## PROFIL PENULIS

**Wiwik Widiyanti, SE.MM.**, Dilahirkan di Purworejo, 11 Mei 1977. Pada tahun 1995 -2001 menempuh pendidikan di jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan pada tahun 2010-2012 melanjutkan pendidikan di jurusan Magister Manajemen Universitas BSI Bandung. Sejak tahun 2003 aktif sebagai pengajar di Akademi Sekretaris dan Manajemen BSI Jakarta.

## Representasi Kosmologi Jawa Pada Gapura Kontemporer Di Desa-Desa Kabupaten Karanganyar

Iis Purningsih<sup>1</sup>, Umi Kholisya<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta  
e-mail: iispurningsih@gmail.com

<sup>2</sup> Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta  
e-mail: umi\_history@yahoo.com

---

**Cara Sitasi:** Purningsih, I., & Kholisya, U. (2019). Representasi Kosmologi Jawa Pada Gapura Kontemporer Di Desa-Desa Kabupaten Karanganyar. *Cakrawala*, 19 (1), 113–120. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *At the beginning of the gate formation is used as a whole building structure that is the entrance or gate to an area. Gapura is a building in Hindu and Buddhist temples part of the temple complex. The gate can be said as a form of expression related to the trust of its supporters. Through a semiotics WAY, the gate is an architectural masterpiece describing the cultural characteristics of a human group. Javanese people are culturally cultured people who still maintain their tradition to date. The shape of the building or house is not just a form or artwork, but for the Javanese people, the building is associated with tradition and belief. Therefore, the pattern and shape of the gate structure are influenced by the tradition of Javanese Cosmology. The diversity of physical formations in the island of Java until today is still evident in its existence. The Javanese society is adaptive to the advancement of the times but still maintains tradition. Karanganyar is a region in Java which currently has many village gates with unique and interesting characteristics. In constructing meaningful construction on the gates, this study uses the semiotics theory developed by Roland Barthes. By analyzing the meaning contained in the ornaments of the gate in Karanganyar can be known the form of the representation of Javanese cosmology at the gate.*

**Keywords:** *Representation, Java Cosmology, Gate, Semiotic*

### PENDAHULUAN

Gapura berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu “*Gopura*” yang berarti pintu gerbang ( Singgih, 2013). Gapura merupakan sebuah bangunan yang pada masa Hindu – Budha bagian dari komplek permandian. Perbedaan bangunan candi dan gapura terletak pada ruangnya. Candi mempunyai ruangan yang tertutup, sedangkan gapura merupakan lorong yang berfungsi sebagai jalan keluar masuk.

Paduraksa pada perkembangannya sama dengan bentar yaitu sebagai candi biasa berfungsi sebagai untuk jalan pada bagian lorongnya maka dinding belakangnya terbuka, tetapi bagian atasnya tetap dipertahankan. Perbedaannya pada bagian atapnya tidak bertemu atau tanpa atap. Gapura bentuk paduraksa ini mempunyai fungsi lain yaitu sebagai gerbang menuju tempat yang dianggap suci oleh masyarakat. Bentuk fisik candi Bajangratu kaki bangunan dibuat cukup tinggi sehingga diperlukan anak tangga.

Keanekaragaman perwujudan gapura di Pulau Jawa hingga saat ini masih bisa disaksikan keberadaannya. Karanganyar adalah suatu wilayah Kabupaten yang banyak dibangun gapura dengan karakteristik yang unik dan menarik. Pada saat

memasuki wilayah wilayah di Kabupaten Karanganyar selalu ada gapura nya.

Di satu sisi bangunan atau tempat tinggal tidak lebih dari sebuah bentuk atau karya seni, tetapi bagi masyarakat Jawa, bangunan atau arsitektur juga dikaitkan dengan tradisi dan kepercayaan kosmologi Jawa. Karena itu pola dan bentuk struktur bangunan dipengaruhi oleh tradisi kosmologi Jawa. Masyarakat Jawa dikenal dengan masyarakat berbudaya yang masih mempertahankan tradisinya hingga sekarang. Menurut Arya Ronald (163 ; 205), dalam budaya Jawa dikenal adanya simbolisme yaitu suatu paham yang menggunakan lambang atau simbol untuk membimbing pemikiran manusia kearah pemahaman terhadap suatu hal secara lebih dalam. Manusia menggunakan simbol sebagai media penghantar komunikasi antar sesama dan segala sesuatu yang dilakukan manusia merupakan perlambang dari tindakan bahkan suatu karakter dari manusia itu selanjutnya.

Pada bangunan atau arsitektur Jawa simbolisasi kosmologi Jawa dapat dilihat dari berbagai ornamen-ornamen pembentuknya. Kata ornamen berasal dari bahasa latin ornare, yang berdasar arti kata tersebut berarti menghiasi. Menurut Gustami (Dalam Sunaryo 2009: 3), ornamen adalah



komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan. Jadi berdasarkan pengertian tersebut, ornamen merupakan penerapan hiasan. Bentuk-bentuk hiasan yang menjadi ornamen tersebut fungsi utamanya adalah untuk memperindah bangunan. Penambahan ornamen pada sebuah bangunan diharapkan penampilannya lebih menarik, dalam arti estetis, dan oleh karena itu menjadi lebih bernilai. Unsur utama dalam sebuah ornamen adalah motif. Melalui motif, tema atau ide dasar sebuah ornamen dapat dikenali sebab perwujudan motif umumnya merupakan gubahan atas bentuk-bentuk di alam atau sebagai representasi alam yang kasat mata. Akan tetapi adapula yang hasil khayalan semata, karena itu bersifat imajinatif, bahkan karena tidak dapat dikenali kembali, gubahan-gubahan suatu motif kemudian disebut abstrak. Motif yang merupakan gubahan bentuk alam misalnya motif gunung, awan dan pohon. Motif imajinatif misalnya motif singa bersayap dan buroq, karena keduanya merupakan makhluk khayalan yang bentuknya merupakan hasil rekaan.

Gapura tidak lebih dari sebuah struktur bangunan atau karya seni, tapi jika dilihat dari sudut pandang semiotika pada gapura terdapat arena kerumunan tanda yang merupakan representasi dari tradisi atau Kosmologi Jawa yang divisualisasikan melalui ornamen atau motif.

## METODOLOGI PENELITIAN

Karanganyar adalah suatu wilayah yang memiliki banyak gapura dengan karakteristik yang unik dan menarik. Setiap masuk ke suatu wilayah di Karanganyar, tiap batas wilayah selalu ada gapurnya. Yang menarik dan unik dari desain gapura-gapura di Karanganyar adalah penampilan visualnya. Secara anatomi, pola desain gapura-gapura di Karanganyar dibuat dengan menampilkan unsur-unsur visual berupa: ornamen hias, teks dan warna. Ornamen-ornamen hias pada gapura-gapura di Karanganyar cenderung merepresentasikan simbol-simbol budaya masyarakat Jawa dan Hindu. Ornamen motif hias seperti burung garuda, gunung, motif hias sulur, atap rumah joglo adalah ornamen pilihan yang sering ditemukan pada gapura-gapura itu.

Dari beberapa jenis gapura yang diteliti di Karanganyar Jawa Tengah, terdapat 10 sampel gapura dari 5 kecamatan yang menarik untuk diteliti terutama dari sudut pandang semiotika. 10 sampel gapura-gapura tersebut antara lain :

1. Kecamatan Tasikmadu, yaitu gapura Gedangan Kanten dan Maguan Gaum.



Gambar 1. Gapura Desa Gedangan Kanten



Gambar 2. Gapura Desa Macanan

2. Kecamatan Kebak Kramat, yaitu gapura Gedangan-Nangsri dan Dsn. Nangsri Lor



Gambar 3. Gapura Gedangan-Nangsri



Gambar 4. Gapura Dusun Nangsri-Lor

3. Kecamatan Karanganyar, yaitu gapura Pawisman Dompon dan gapura kelurahan Karanganyar.



**Gambar 5. Gapura Pawisman Dompon**



**Gambar 6. Gapura Kelurahan Karanganyar**

4. Kecamatan Ngaryoso, yaitu gapura Desa Berjo dan candi Ceto



**Gambar 7. Gapura Desa Berjo**



**Gambar 8. Gapura Candi ceto**

5. Kecamatan Jaten, yaitu gapura Dsn Brujul dan gapura Dusun Duwet



**Gambar 9. Gapura Dsn Brujul**



**Gambar 10. Gapura Dusun Duwet**

Secara anatomi desain, gapura terdiri dari elemen-elemen pembentuknya, yaitu ornamen-ornamen motif hias, warna dan font. Dalam perancangan desain jika tidak disertai ilustrasi, akan cenderung monoton, kurang informatif, bahkan kurang menarik. Adanya ilustrasi dimaksudkan untuk memperjelas informasi atau pesan sekaligus sebagai alat untuk menarik perhatian masyarakat. Di dalam perancangan grafis, ilustrasi adalah gambar, lukisan, tabel, atau foto termasuk ornamen hias berupa patung juga dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas suatu desain.

Kata ornamen berasal dari bahasa latin ornare, yang berdasar arti kata tersebut berarti menghiasi. Menurut Gustami (1978: 3), ornamen adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan. Jadi berdasarkan pengertian tersebut, ornamen merupakan penerapan hiasan pada suatu produk. Bentuk-bentuk hiasan yang menjadi ornamen tersebut fungsi utamanya adalah untuk memperindah benda produk atau barang yang dihias. Penambahan ornamen pada sebuah produk pada umumnya diharapkan penampilannya lebih menarik, dalam arti estetis, dan oleh karena itu menjadi lebih bernilai. Yang demikian itu berakibat meningkatnya penghargaan terhadap produk benda bersangkutan, baik secara spiritual maupun material. Disamping itu, tidak jarang ornamen yang dibubuhkan pada suatu produk memiliki nilai simbolik atau mengandung maksud-maksud tertentu, sesuai dengan tujuan dan gagasan pembuatnya, sehingga dapat meningkatkan status sosial kepada yang memilikinya. Dengan demikian, sesungguhnya ornamen tidak dapat dipisahkan dari latar belakang budaya masyarakat bersangkutan. Karena itu umumnya memiliki ciri-ciri yang jelas dan berbeda antara satu dengan yang lain sesuai dengan masyarakat pendukungnya, sebagai manifestasi dari sistem gagasan yang menjadi acuannya.

Unsur utama dalam sebuah ornamen adalah motif. Melalui motif, tema atau ide dasar sebuah ornamen dapat dikenali sebab perwujudan motif umumnya merupakan gubahan atas bentuk-bentuk di alam atau sebagai representasi alam yang kasat mata. Akan tetapi adapula yang hasil khayalan semata, karena itu bersifat imajinatif, bahkan karena tidak dapat dikenali kembali, gubahan-gubahan suatu motif kemudian disebut abstrak. Motif yang merupakan gubahan bentuk alam misalnya motif gunung, awan dan pohon. Motif imajinatif misalnya motif singa bersayap dan buroq, karena keduanya merupakan makhluk khayali yang bentuknya merupakan hasil rekaan.

Dilihat dari sudut pandang semiotik, gapura-gapura yang tersebar di Karanganyar tersebut merupakan benda yang berfungsi untuk mengkomunikasikan suatu tema tertentu, tentang filosofi atau mitos-mitos yang berkembang dimasyarakat dan sebagainya. Bentuk patung atau ornamen dalam setiap desain mempunyai konotasi makna tertentu. Apabila konotasi tersebut berlanjut, ia akan menjadi mitos yang bisa dibaca seperti, jati diri bangsa, sejarah perjuangan bangsa, sifat gotong royong, keberhasilan pembangunan, kekayaan alam yang melimpah ruah, kekayaan flora-fauna, tepo seliro, ramah tamah, dan budaya adiluhung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada gapura dibangun konstruksi pemaknaan, penelitian ini menggunakan teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Piliang dalam Christomy dan Yuwono (2010:94) menjelaskan bahwa hubungan antara penanda dan petanda bukan terbentuk secara alamiah, melainkan hubungan yang terbentuk berdasarkan konvensi, maka sebuah penanda

pada dasarnya membuka pelbagai peluang petanda dan makna. Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan pertandaan yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi, adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti. Ia menciptakan makna lapis kedua, yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan pelbagai aspek psikologis, seperti perasaan, emosi atau keyakinan (Piliang dalam Christomy dan Yuwono, 2010:94). Selain itu, Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatnya, tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Pelbagai tingkatan pertandaan ini sangat penting dalam penelitian desain, karena dapat digunakan sebagai model dalam membongkar makna desain (iklan, produk, interior, fesyen) yang berkaitan secara implisit dengan nilai-nilai ideologi, budaya, moral, spiritual (Piliang dalam Christomy dan Yuwono, 2010:94-95).

Untuk mengetahui karakteristik dan makna-makna apa saja yang terdapat pada gapura-gapura di Karanganyar dapat dilihat dari tabel analisis 10 sampel gapura dari 5 kecamatan di Karanganyar, adalah sebagai

Kecamatan	Sampel Gapura	Ornamen hias	Warna	Font	Makna
Tasik Madu	Gapura Gedangan Katen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Patung burung Garuda</li> <li>○ Sayap (Lar)</li> <li>○ Ornamen motif Sultur</li> <li>○ Ornamen motif manusia (menggambarkan pejuang yang sedang memegang bendera)</li> <li>○ Lingga yoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hitam</li> <li>○ Merah</li> <li>○ emas</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf Kapital	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kesaktian</li> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Keluhuran</li> <li>○ Kemakmuran</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ornamen hias kepala naga, keris dengan sarung keris, ornamen motif hias sultur</li> </ul>	Hitam, merah, emas	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kesuburan</li> <li>○ Keharmonisan</li> <li>○ Kebahagiaan</li> </ul>
Kebak Kramat	Gedangan Nangsri	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Patung burung Garuda</li> <li>○ Atap rumah</li> <li>○ Sayap (Lar)</li> <li>○ Ornamen motif Sultur</li> <li>○ Ornamen motif manusia</li> <li>○ Lingga yoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hitam</li> <li>○ Merah</li> <li>○ emas</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Kebahagiaan</li> <li>○ Keluhuran</li> <li>○ Kemakmuran</li> <li>○ Kehidupan</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Makhuta,</li> <li>○ Lar(sayap)</li> <li>○ motif sultur</li> <li>○ lingga yoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hita</li> <li>○ Merah</li> <li>○ emas</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Kebahagiaan</li> <li>○ Keluhuran</li> <li>○ Kehidupan</li> </ul>
Karangany ar	Pawisman Dompon	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atap rumah</li> <li>○ Joglo,</li> <li>○ punden berundak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kuning</li> <li>○ coklat</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Penghormatan terhadap</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ limasan</li> <li>○ tiang lingga yoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Coklat muda</li> <li>○ Coklat tua</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ kehidupan</li> </ul>
Nargoyos o	gapura Dusun Gadungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ limasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Merah</li> <li>○ Hitam</li> <li>○ putih</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Keluhuran</li> <li>○ Sumber kehidupan</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atap rumah</li> <li>○ Joglo,</li> <li>○ punden berundak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hitam</li> <li>○ Hijau</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Penghormatan terhadap leluhur</li> </ul>
Jaten	Dusun Brujul	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Motif naga</li> <li>○ Lar</li> <li>○ Gunungan</li> <li>○ Makhuta</li> <li>○ atap rumah</li> <li>○ Joglo</li> <li>○ motif sultur</li> <li>○ tiang lingga yoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hitam</li> <li>○ Merah</li> <li>○ emas</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kesaktian</li> <li>○ keluhuran</li> <li>○ Kasepuhan,</li> <li>○ Kemakmuran</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gunungan</li> <li>○ Makhuta</li> <li>○ atap rumah</li> <li>○ Joglo</li> <li>○ motif sultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hitm</li> <li>○ Merah</li> <li>○ emas,</li> <li>○ Kuning</li> </ul>	huruf <i>uppercase</i> atau huruf besar semua	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasepuhan</li> <li>○ Kebahagiaan</li> <li>○ Keluhuran</li> <li>○ Kemakmuran</li> <li>○ kehidupan</li> </ul>

Dari 10 sampel gapura yang diteliti dapat dilihat bentuk karakteristik yang terdapat pada gapura-gapura yang tersebar di Karanganyar. Hampir semua gapura dalam tampilannya selalu menggunakan ornamen-ornamen motif hias seperti Naga, Garuda, Lar, Makhuta, atap rumah Joglo, gunung atau motif naga.

- a) Motif naga termasuk ular merupakan binatang yang paling utama sebagai lambang dunia bawah. Dalam kisah pengadukan lautan susu Samoedra Montana untuk mencari air amrita bagi para dewa agar dapat hidup abadi, seekor naga berjasa dengan melilitkan
- b) tubuhnya ke gunung Mahameru yang kemudian diputar-putar ke dalam Samoedra Montana. Karena itu naga dalam kepercayaan melambangkan air, kesuburan, dan kesaktian.
- c) Keris adalah sejenis senjata pendek kebangsaan melayu yang digunakan sejak 600 tahun dahulu. Keris digunakan untuk mempertahankan diri (misalnya sewaktu bersilat) dan sebagai alat kebesaran di raja. Karena itu senjata ini melambangkan kedaulatan orang Melayu. Hubungan keris dengan sarungnya secara khusus oleh masyarakat Jawa diartikan secara filosofi sebagai hubungan akrab, menyatu untuk mencapai keharmonisan hidup di dunia. Maka lahirilah filosofi "manunggaling kawula – Gusti", bersatunya abdi dengan rajanya, bersatunya insan kamil dengan penciptanya, bersatunya rakyat dengan pemimpinnya, sehingga kehidupan selalu aman damai, tentram, bahagia, sehat sejahtera.
- d) Motif Sulus dipakai untuk menamakan motif hias tumbuh-tumbuhan yang diubah dengan bentuk dasar lengkung pilin tegar dan juga bagian batang yang menjalar dan menyerupai spiral. Motif sulur pada gapura Ds. Macanan khas Surakarta adalah motif hias yang bersifat luwes, lemah gemulai, karena dibentuk dengan ikal yang melingkar. Pada masyarakat Jawa motif ini dipercaya sebagai lambang kebahagiaan, kemujuran dan harapan masa depan yang lebih baik.
- e) Motif burung Garuda dalam epos Mahabharata dan Ramayana (dunia wayang) burung garuda sangat terkenal. Garuda sebagai burung yang mirip burung rajawali hanya ada dalam mitos. Dalam kepercayaan Hindu, garuda merupakan kendaraan Wisnu, karena itu garuda dipandang sebagai burung keramat dan sakti. Sayap pada Garuda (lar) melambangkan keluhuran. Burung Garuda adalah burung yang penuh percaya diri, energik dan dinamis serta pantang menyerah. Ia terbang menguasai angkasa dan memantau keadaan sendiri, tak suka bergantung pada yang

lain. Garuda yang merupakan lambang pemberani dalam mempertahankan wilayah, tetapi dia pun akan menghormati wilayah milik yang lain sekalipun wilayah itu milik burung yang lebih kecil.

- f) Atap rumah Joglo, berdasarkan pada pandangan hidup orang Jawa bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari pengaruh alam semesta, atau dalam lingkup yang lebih terbatas adalah dari pengaruh lingkungan sekitarnya, maka keberadaan rumah bagi orang Jawa harus mempertimbangkan hubungan tersebut. Joglo sebagai salah satu simbol kebudayaan masyarakat Jawa, merupakan media perantara untuk menyatu dengan Tuhan (kekuatan Ilahi) sebagai tujuan akhir kehidupan (sangkan paraning dumadi), berdasar pada kedudukan manusia sebagai seorang individu, anggota keluarga dan anggota masyarakat. Nilai filosofis Joglo merepresentasikan etika Jawa yang menuntut setiap orang Jawa untuk memiliki sikap batin yang tepat, melakukan tindakan yang tepat, mengetahui tempat yang tepat (dapat menempatkan diri) dan memiliki pengertian yang tepat dalam kehidupan. Dalam budaya Jawa rumah dengan Joglo melambangkan prestise.
- g) Lingga Yoni adalah lambang alat vital laki (Lingga) dan alat vital wanita (Yoni) atau proses penciptaan manusia. Sejak jaman dahulu Lingga Yoni dijadikan pusat pemujaan kepada Tuhan. Lingga Yoni merupakan simbol penciptaan manusia dan dianggap sesuatu yang sangat sakral. Lingga Yoni oleh kalangan tertentu dianggap juga sebagai Lambang Kemakmuran. Kemakmuran manusia itu disebabkan karena mampu mensakralkan dan mensucikan Lingga Yoni. Lingga dilambangkan dengan tiang atau tonggak, bisa berbentuk persegi atau silinder. Yoni dilambangkan sebuah wadah yang berbentuk persegi atau lingkaran yang memiliki pancuran.
- h) Makutha (mahkota) yaitu sebagai simbol raja dan sebagai simbol kebudayaan Jawa. Oleh karena itu, siapa saja yang memakai atau menerima gambar mahkota selayaknya berjiwa budaya Jawa. Dalam arti bahwa jiwa budaya Jawa memberi tuntunan, budaya sebagai uwoh pangolahing budi secara lahir dan batin berdasarkan budi luhur dan keutamaan. Pakarti lahir harus seiring dengan pakarti batin, hal yang demikian mencerminkan adanya sifat keharmonisan dalam budaya Jawa.
- i) Gunung Blumbangan Surakarta diciptakan oleh Sunan Kalijaga pada tahun 1521. Merupakan simbol kehidupan, setiap gambar yang ada didalamnya melambangkan seluruh alam raya beserta isinya, mulai dari manusia sampai dengan hewan serta hutan dan

kelengkapannya. Bentuk gunung meruncing keatas melambangkan bahwa hidup manusia didunia ini menuju yang di atas yaitu Tuhan Yang Maha Esa. Digunakan antara lain untuk membuka dan menutup pentas wayang.

Hampir semua gapura desa cenderung menggunakan warna yang sama, seperti hitam, merah, dan emas. Warna-warna yang digunakan itu merupakan warna-warna simbol kasepuhan (yang dianggap tua dalam budaya Jawa). Sifat kasepuhan ini terlihat dalam bentuk lahir dan batin, yang mencerminkan sabar, tidak terburu nafsu dan sejenisnya. Hal ini memiliki makna filosofis bahwa seorang raja harus memiliki jiwa kasepuhan.

Teks pada gapura selalu menggunakan huruf besar semua atau kapital semua (*uppercase*). Tipe huruf ini memiliki karakter yang mudah dibaca dan memberi kesan dominan karena diletakkan pada latar depan. Peran teks dalam mendukung pesan yang ingin disampaikan sangatlah penting, yaitu untuk membatasi supaya makna tidak berkembang liar ke mana-mana. Barthes (1977,38) memperkenalkan konsep anchorage untuk elemen linguistik berupa tulisan. Menurutnya, "*at the level mass communications, it appears that the linguistic message is indeed present in every image: as title, caption, accompanying press article, film dialogue, comic strip balloon.*" (pada tingkat komunikasi masa, tampak bahwa pesan linguistik hadir dalam setiap gambar: sebagai judul, keterangan, yang menyertai artikel pers, dialog film, balon kata komik) ibid (38).

Fungsi teks pada gapura merupakan 'jangkar' (*anchorage*) yang berfungsi untuk mengikat makna yang mengambang (*floating sign*), sehingga makna yang diberikan akan dapat tersampaikan ke *audience* yang dalam hal ini adalah masyarakat.

## KESIMPULAN

Dari penjelasan tabel analisis dapat disimpulkan bahwa gapura yang terpasang di setiap wilayah Karanganyar memiliki pola desain yang hampir sama (mirip) walaupun dari daerah yang berbeda. Hampir semua gapura dalam tampilannya selalu menggunakan ornamen-ornamen motif hias seperti naga, garuda, lar, makuta, atap rumah joglo, gunung atau motif naga. Hampir semua gapura desa di Karanganyar juga cenderung menggunakan warna yang sama, seperti hitam, merah, dan emas. Warna-warna yang digunakan itu merupakan warna-warna simbol kasepuhan (yang dianggap tua dalam budaya Jawa). Baik ornamen maupun warna-warna yang digunakan pada gapura-gapura yang terdapat di Karanganyar selalu mengedepankan symbol-simbol Kosmologi Jawa.

Masyarakat Jawa dikenal dengan masyarakat berbudaya yang masih mempertahankan tradisinya hingga sekarang, bahkan tradisi ini dapat terlihat pada pembangunan gapura-gapura yang terdapat di desa Karanganyar.

## REFERENSI

- Anshory & Sudarsono. (2008) *Kearifan Lingkungan dalam Perspektif Budaya Jawa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Endraswara, Suwardi. (2003). *Mistik Kejawaen: Sinkretisme, Symbolisme, dan Sufisme dalam Budaya Spriritual Jawa*. Yogyakarta: Penerbit NARASI.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Kholisya, Umi. (2016), "Karakteristik Keragaman Gapura Desa Di Kecamatan Kebakkramat Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah" (Kajian Sosial Budaya dan Ekonomi), Vol. 4, No. 02 (2017) *Jurnal Desain*
- Murata, Sachiko. (1999). *The Tao of Islam (Kitab Rujukan tentang Relasi Gender dalam Kosmologi dan Teologi Islam*. Bandung: Penerbit Mizan
- Ronald, Arya. (2005), *Nilai-Nilai Arsitektur Rumah Tradisional Jawa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Singgih, Adinugroho, (2003) *Pengaruh Faktor Sosial Budaya Terhadap Bentuk Dan Tata Ruang Masud Makam Menara Kudus*. Masters thesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Sunaryo, Aryo. (2009). *Ornamen Nusantara*. Kajian khusus tentang Ornamen Nusantara. Semarang: Dahara Prize.: Griya Kreasi. Widyosiswoyo
- Supartono. (2006). *Sejarah Seni Rupa Indonesia*. Jakarta:penerbit: Trisakti.
- Suseno, Franz Magnis. (1984) *Etika Jawa (Sebuah Analisa Falsafi Tentang Kebijakan Hidup Jawa)*. Jakarta: PT Gramedia Jakarta.
- Wardana, Aditya.2008. *Gapura Untuk Rumah Tinggal*. Semarang: Griya Kreasi.
- Yudoseputro, Wiyoso. 2008. *Jejak-Jejak Tradisi Bahasa Rupa Indonesia Lama*. Jakarta: Yayasan Seni Visual Indonesia
- Internet**
- Barnard, M. (2011). Fashion statements: communication and culture. *Loughborough University Institutional Repository*. 1-9. <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/15122/3/BarnardFashionStatements.pdf>
- Hasyim. Moh. (2011) "Makna Arsitektur Masjid Pakualaman Dalam Tinjauan Kosmologi Jawa". *Dalam Jurnal "Analisa" Volume XVIII, No. 02*. Juli 2012. Diunduh melalui

- media neliti.com pada tanggal 15 Juni 2017 pukul 14.00.
- Muyasaroh, Umi. 2015. Perkembangan Makna Candi Bentar di Jawa Timur Abad 14-16. *Avatara e Jurnal Pendidikan Sejarah. Volume 3 No. 2.* hal 153-161. Diunduh melalui <http://ejournal.unesa.ac.id/> pada tanggal 17 September Pukul 10.00 WIB.
- Simmel, Georg. (1957). Fashion. *The American Journal of Sociology*, Vol.62,No.6,541-558. <http://sites.middlebury.edu/individualandthesociety/files/2010/09/Simmel.fashion.pdf>.
- Triratnawati, Atik. (2011). *Masuk Angin dalam Konteks Kosmologi Jawa*. Yogyakarta: Faculty of Cultural Sciences. Tersedia di <http://journal.ugm.ac.id/jurnalhumaniora/article/view/1033/862>. Diunggah pada tanggal 15 Juni 2017 pukul. 16.00

#### **PROFILE PENULIS**

**Iis Purnengsih**, merupakan dosen di Fakultas Bahasa dan Seni, Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI.

**Umi Kholisya**, merupakan dosen di Fakultas Bahasa dan Seni, Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI.

## HOAX Impact to Community Through Social Media Indonesia

Yayan Irfan Ferdiawan<sup>1</sup>, Permata Ayu Dian Nurjanah<sup>2</sup>, Etika Pahang Krisdyan<sup>3</sup>, Arif Hidayatullah<sup>4</sup>,  
Hans Julio Manogari Sirait<sup>5</sup>, Nur Aini Rakhmawati<sup>6</sup>

Institute Teknologi Sepuluh November

<sup>1</sup>yayanirfanferdiawan@gmail.com, <sup>2</sup>mitauw@gmail.com, <sup>3</sup>etika.pahang.k.1998@gmail.com,  
<sup>4</sup>hidayatarif319@gmail.com, <sup>5</sup>hansjulio98@gmail.com, <sup>6</sup>nur.aini@is.its.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Ferdiawan, Y. I., Nurjanah, P. A. D., & etc. (2019). HOAX Impact to Community Through Social Media Indonesia. *Cakrawala*, 19 (1), 121–124. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Freedom of speech in Indonesia emerged since the reform era. Freedom of speech is the freedom which refers to the right to speak freely without censorship or restrictions. Social media is used as a place to express their opinions freely Indonesian society. But it is often abused by the Indonesian people who use social media to spread a message that is not yet known the truth or hoax. The objective of this paper is to know the tendency of public confidence in the false news which is called a hoax.*

**Keywords:** Hoax, Social Media, Impact

### INTRODUCTION

The in-paced world is not limited to this, everyone can receive or disseminate information more easily. Almost everyone has a smartphone that serves as a tool for communication, work and gets information. But the rapid technological development is not balanced with a good attitude in some individuals, namely spreading false information to another person or more often we know the name of a hoax. Hoax increasingly prevalent in Indonesia and the possible negative impact on all aspects, both in the political, social and cultural hence, it is important to know the impact of these hoaxes.

According to research conducted Indonesian Infocom Society (Mastel) in February 2017, the most widely accepted hoaxes dissemination through social media, which reached 92.4 percent. Social media is here including Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, WhatsApp, and Telegram. (Bannerman, 2017)

Social media is an effective and efficient vehicle for disseminating information. Social media has a role in social dynamics are very high and allows users to communicate openly with other users with different backgrounds and different interests. Social media is media that consists of three parts, namely: infrastructure information and tools that are used to produce and distribute media content, the contents of the media can be in the form of personal messages, news, ideas, and cultural products are in digital form, then that produces and consume media content in digital form are individuals, organizations, and industry. (Woolley & Howard, 2016) also suggests social media is the medium used by consumers to share text, images, sound, and video information both with other people and companies and vice versa. The

opinion was supported by a statement in which social media is an internet-based media that allows users the opportunity to interact and present themselves, either immediately or delayed, with a broad audience and not pushing the value of user-generated content and interaction with other people's perceptions. (Carr & Hayes, 2015) Social media is used productively by the whole realm of society, business, politics, media, advertising, police, and emergency services. Social media has become the key to provoke thought, dialogue, and action around social issues. (Rahadi, 2017)

In a recent study conducted by We Are Social and Hootsuite, it was revealed that the Indonesian people are very fond of visiting social media. Noted, at least now there are approximately 130 million people in Indonesia are active in various social media, from Facebook, Instagram, Twitter, and others. (Lieu, 2018)

In another source says that "forms of content are most widely accepted hoaxes respondents is the text as much as 62.1%, while the remainder is in the form of images as much as 37.5%, 0.4%, and video. A total of 92.4 of respondents said getting hoax content through social media, social media are Facebook, Twitter, Instagram, and Path. This figure is far enough when compared to websites (34.9%), television (8.7%), print media (5%), email (3.1%), and radio (1.2%) ". (Marwan & Ahyad, 2017)

The number of social media users in Indonesia resulted in content - content in social media affect the majority of Indonesian people, including their content - content Hoax. Then it is necessary to know how the impact of social media on the Hoax in Indonesian society.



## METHODOLOGY

The hoax is an attempt to deceive or circumvent any reader or listener to believe something when the creator of the fake news already know that he created a fake news. One example of hoaxes that usually happens is claiming something or events with a different title to the goods/true events. Another definition states hoax is a hoax used to believe something is wrong and often absurd is often spread through media social. Hoax aims to create public opinion, lead public opinion, creating the perception that having fun is also to test the intelligence and precision of internet users and social media. Purpose of spreading hoaxes vary but are usually hoaxes spread as a joke or just for fun, dropping competitor (black campaign), promotions by fraud, or solicitation to commit deeds - good deeds that are as yet no clear arguments therein. But this led to many recipients hoax incited to immediately deploy to their colleagues so that eventually this hoax quickly spread. People are more likely to believe a hoax if the information in accordance with the attitude or opinion. (Respati, 2017)

The positive feeling will naturally arise in a person if the opinion or conviction gained recognition that likely will not care whether it receives the correct information and even easier for them to disseminate the information. This can be compounded if the spreader hoaxes have less knowledge in the use of the Internet for more information on or just to check and re-check facts.

### Theory Fixation

One theory is the theory of hermeneutics Ricoeur this fixation explains how to communicate and understand the process of oral discourse is formed into a daily text, or from oral to writing. Fixation function is to maintain the discourse of extinction. (Syaifullah, 2018)

According to Ricoeur if the meaning of the text would be revealed or understood, an interpreter will face two alternatives, namely the direct path taken by Heidegger followed by Gadamer or circular path taken by Husserl. If using a direct path, a text understands interpreter directly without the use of methodologies to understand and investigate the meaning contained in the text. (Hardiman, 2016)

### Theory Distansiasi

In theory distansiasinya, Paul Ricoeur backed by a study of the language. According to him, the language of discourse with the language as a language are two different things. Sebagaisistem English language is a massive pile, for example in the dictionary. While the language as a system of communication is the language that has been activated by someone in a particular time and place. (Sastrapradja, 2013)

## Types of Information Hoax

1. Fake news: News lie: News who seek to replace the original news. News aims to falsify or enter the untruth in the news. Author hoax usually adds things that are not true and conspiracy theories, even weirder, the better. The hoax is not a humorous comment on a story.
2. Clickbait: Link trap: Links placed strategically in a site with the aim to attract people into other sites. Content in this link fit the facts, but the title made redundantly or placed an interesting image to lure readers.
3. Confirmation bias: confirmation bias: The tendency to interpret recent events which as well as evidence of the trust that already exists.
4. Misinformation: The information that is incorrect or inaccurate, primarily intended to deceive.
5. Satire: An article that uses humor, irony, things are exaggerated to comment on events that are warm. Satirical news can be found in television shows such as "Saturday Night Live" and "This Hour has 22 Minutes".
6. Post-truth: Post-truth: Genesis where emotions play a bigger role than the fact to shape public opinion.
7. Propaganda: activities to disseminate information, facts, arguments, gossip, half-truths or even lies to influence public opinion.

According to sources in Indonesia CNN on 14 March 2018, Director General of Information and Public Communication (IKP), Communication and Information Technology, Niken Widiastuti stated that the spread hoaxes reach the figure reached 800 thousand content per year. In the 2019 elections in Indonesia, increasing the hoax news rose sharply.its objectives influence each other, using social media such as character assassination black campaign, decay character, which does not exist according to the inventions. Multimedia Bureau Chief Police Public Relations Division Brig Rikwanto. (Juliaiwanti, 2018)

The Government proposes a hoax news by calling for the eradication of social media users use real identity based on the information minister of human rights law (Menkumham) proposed a law against the use of the firmness of the original identity of the use of social media. This step can be taken to combat the circulation of false information alias hoax containing hate speech nuances of ethnicity, religion, race, and groups (SARA), (Sohuturon, 2017)

## RESULT AND DISCUSSION

The spread of hoaxes in Indonesia caused by many things, M. Ravii Marwan mention that there are several factors that cause a hoax:

- For pleasure for someone. Each individual has his own way to make a pleasure for him. With the help of technology that is growing rapidly, it is

very easy to make things that are beyond human mind and added a few words of interest.

- To earn money by working with specific groups. (Case Saracen)
- Only after something that was viral and does not know the truth.
- To make fun of or favoring a particular party.
- Deliberately to cause panic in society and take advantage of the panic of people to benefit
- To disturb atmosphere between the two sides to have a suspicion of each other. (Marwan & Ahyad, 2017)

The impact of this hoax, not a few who lead the life of a human being lost due to the news that the truth can not be accounted for. The impact of this hoax caused a lot of impact in terms of political, social, economic, or cultural.

In politics, there is some hoax information recently made people uneasy, because the information that says that there is the issue of clerical assault committed by a madman. Head of the Task Force archipelago, Gen. Gatot Eddy Pramono said, at least 45 news attacks against the clergy during the period of February 2018. It is widely believed that it is a hoax news produced by Muslim Cyber Army (MCA) and Saracens. Indonesian President Joko Widodo also asserts that the impact fact of spreading hatred or hoax news has the potential to create national disintegration. (Bhayangkara, 2018)

Information hoax also impacts also in the social sector, where there is a hoax on the sale of salt mixed with salt by salt sellers caused the high price of salt. As a result of the hoax news, a number of producers of salt in several regions in Indonesia also experienced substantial losses. The resulting salt product sales also had decreased dramatically. (Jajeli, 2017)

In other social fields occur at the beginning of January 2018 there is information about the attack was triggered hoax of hoaxes newspaper obtained the FPI members of the social media that there is one member of the FPI who was stabbed by a member GMBI. As a result of this hoax led to the attack by members of the Islamic Defenders Front (FPI) attacked and set fire to the headquarters of the Lower Indonesian Society Movement (GMBI) in Bogor. Any losses caused hundreds of millions of rupiah. (PERMANA, 2017)

Momo challenge is a challenge that rampant this month, this challenge Momo originally came from Facebook, Momo account will share your phone number to his followers on Facebook if saved numbers will be connected with the application WhatsApp. Once the number is stored, then the figure Momo will be visible through the Display Picture WhatsApp. After saving the number Momo, we can

directly invite chat Momo with the initial greeting "Hi, Momo!". Only a few lucky people who message you want to reply by Momo, Momo usually will reply to the message with a short video that shows the challenge that must be made by the recipient of the message. Such challenges are quite dangerous if the recipient refuses the challenge, then he will be threatened by Momo to fear, ranging from spam chat to video call. In Argentina, Momo Challenge already claimed the lives of up to 12 teenagers. The main objective of this challenge Momo invites the recipient via WhatsApp to commit suicide.

In an era of all-round this time, the accuracy of Indonesian people should be cautious. Disclosure of information and the lack of privacy on each individual's own. The need for education to people that is not consumed by the news hoax. According to M. Ratvii Marwan, there are several ways to identify a hoax news that

- Information sourced from websites do not have a lot of reviews.
- Date of occurrence of these events is sometimes not listed.
- Events occurred sometimes not listed.
- Leads to things that smell with SARA.
- In favor of certain groups and harm the other party.
- The news was not impartial. Delivering facts and considerations onesided.
- Not having a clear storyline.
- The use of the language used is slightly out of sync and ambiguous.
- Use language that is inviting or proactive.
- Sentences that are used typically abusive or containing such content. For example:

Media dissemination of false accounts which usually is deliberately created by the group of people. Usually, have the following characteristics. (Marwan & Ahyad, 2017)

## CONCLUSION

With so many social media users in Indonesia, the content - content in the social media influence on Indonesian society, including the negative impact Hoax content on various aspects of Indonesian society. Indonesian society needs to sort it wisely and properly in obtaining information. Need to increase the attitude of Indonesian society who understand others and the impact on certain groups need to be improved. From this study proved that the spread of socially mediated hoax affects important for the condition of Indonesian society. The hope will be further research to reduce hoax in social media applications in order to reduce incorrect information being circulated.

<sup>1</sup>Yayan Irfan Ferdiawan, <sup>2</sup>Permata Ayu Dian Nurjanah, <sup>3</sup>Etika Pahang Krisdyan, <sup>4</sup>Arif Hidayatullah, <sup>5</sup>Hans Julio Manogari Sirait, <sup>6</sup>Nur Aini Rakhmawati

## REFERENCE

- Bhayangkara, CS (2018, March 28). This 6 Hoax Information that is phenomenal to swallow Fatalities. Retrieved from Okezone News Website:  
<https://news.okezone.com/read/2018/03/28/337/1879324/ini-6-informasi-hoax-yang-fenomenal-hingga-telan-korban-jiwa>
- Carr, CT, & Hayes, RA (2015). Running Head: Defining Developing, and divining Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 8.
- Hardiman, FB (2016). Memahami Hermeneutik art from Schleiermacher to Derrida. *Discourses*, 95.
- Jajeli, R. (2017, August 18). Mix salt Glass and Tawas, BPOM: No, That Hoax. Retrieved from detikNews Website:  
<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3604842/garam-campur-kaca-dan-tawas-bpom-tidak-ada-itu-hoax>
- Juliawanti, L. (2018, March 14). Hoax Spreading Figures Reach 800 Thousand Content, in elections Continues to Increase. Retrieved from IDN TIMES Website:  
<https://www.idntimes.com/news/indonesia/1inda/angka-penyebaran-hoax-capai-800-ribu-konten-di-pilkada-terus-meningkat/full>
- Lieu, NC (2018, March 13). This Total Number of Users of Social Media in Indonesia. Retrieved from Okezone Website:  
<https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Marwan, MR, & Ahyad. (2017). Spread Analysis hoax news in Indonesia. *Google Scholar*, 2.
- Panji, A. (2017, February 13). Social Media Coverage Hoax So Favorite Channels. Retrieved from coil Website:  
<https://kumparan.com/@kumparantech/media-sosial-jadi-saluran-favorit-penyebaran-hoax>
- PERMANA, MS (2017, January 13). This causes GMBI Headquarters Burned FPI Bogor. Retrieved from Tempo.co Website:  
<https://metro.tempo.co/read/835777/ini-penyebab-markas-gmbi-bogor-dibakar-massa-fpi/full&view=ok>
- Rahadi, DR (2017). User Behavior and Information on Social Media Hoax. *Journal of Management & Entrepreneurship*, 60.
- Respati, S. (2017, 1 23). Why Many People Believe Easy News "Hoax"? Retrieved from Compass Website:  
<https://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>
- Sastrapatedja, M. (2013). Hermeneutics and Narrative Ethics According to Paul Ricoeur. *Kanz philosophia*, 247.
- Sohuturon, M. (2017, September 5). Fight Hoax, Identity User Medsos Original Proposed Disposal. Retrieved from CNN Indonesia Website:  
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170904154913-20-239340/berantas-hoax-pengguna-medsos-diusulkan-pakai-identitas-asli>
- Syaifullah, I. (2018). Hoax in Social Media phenomenon in view of Hermeneutics. *DigitalLibrary UIN Sunan Ampel*, 27.
- Woolley, SC, & Howard, PN (2016). Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents. *International Journal of Communication* 10 (2016), 4882-4890, 4

## Hip-Hop and The Limits of Political Engagement in The Age of Obama

Muhammad Beni Saputra

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi  
email: m.benisaputra@uinjambi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Saputra, M. B. (2019). Hip-Hop and The Limits of Political Engagement in The Age of Obama. *Cakrawala*, 19 (1), 125–132. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *Hip hop has the power to be a political force. It has also been successful in mobilizing young people for political activities through organizations and big rappers. Unlike its past where the music genre had a commitment to resist and challenge mainstream politics, the United States presidential election of 2008 changed the tradition from defying politics to actively engaging in it. Obama's blackness became the impetus to this progressive move for his candidacy was regarded as the most tangible manifestation of a black leader. The political engagement, however, is limited to the fact that music has been monopolized by few companies and that hip-hop artists often have personal interests when involving in politics.*

**Keywords:** *Hip-hop, Political Engagement, Obama.*

### INTRODUCTION

Hip-hop has the power to be a political force because it is ‘the best vehicle to organize youth’ (Spence, 2011). According to Jeffrey O. G. Ogbar, there has been no music from any genre but hip hop that ‘has been so central to the mobilization of young people’ (Gosa & Nielson, 2015). Hip hop contributed to political activities not only through organizations but also through its big rappers, unlike black athletes or movie stars who are mostly sceptical about politics (Gosa & Nielson, 2015). In its long history, hip-hop has gained a reputation to have a commitment to resist and challenge mainstream politics (Watkins, 2006). Yet, the United States presidential election of 2008 changed that traditional face of hip-hop from defying mainstream politics to actively engaging in it. There have been no elections in American history in which the involvement of the hip-hop community is very much pronounced except the 2008 election (Henry, Allen, & Chrisman, 2011). Before and during the election African Americans became very active in mobilizing and recruiting potential voters through a series of events at the grassroot level (Gosa & Nielson, 2015).

Obama’s blackness became the impetus to this progressive move that the hip-hop community saw him as not only the ‘most tangible manifestation of a black leader’, but also a living aspiration that through his presidency racial disparities could be narrowed (Gosa & Nielson, 2015). Obama’s position became more ‘ideologically progressive’ after many people in the US considered the era of bush was the era of failure. It is Obama who should step onto the political stage to bring hopes for the disappointing Americans. Not only that, Americans also demanded more wind

of change from the presidential aspirant from universal health care to total end of Bush’s notorious foreign policies (Gosa & Nielson, 2015). The high expectations, however, turned sour as the hip-hop community felt betrayed by Obama’s policy decisions after he became a president (Nielson, 2013). The engagement of hip-hop in mainstream politics is limited to the fact that music has been monopolized by few companies that have put hip-hop, to paraphrase Tricia Rose, in a ‘terrible crisis’ (Rose, 2008) and that hip-hop artists often have personal interests when involved in politics. Yet, the monopolization of hip-hop has given birth to underground hip hop with ‘counter-hegemonic ideas’ that give more rooms for rappers to freely create political lyricism and revitalize the innovation and creativity of black artists (Vito, 2015).

### RESULT AND DISCUSSION

#### The Power of Hip Hop

A New York City council member, Charles Barron, went to the stage to deliver a speech on June 19, 2004. He was one of the delegates attending the first ever National Hip-Hop Convention in Newark, New Jersey. In the four-day convention he said: “We have come a long way and when you start moving, hip-hop is the most powerful movement in the world” (“Rap on Politics,” n.d.). He is not wrong that hip hop is not what a New York Times bestselling author, John McWhorter, claims: “It’s just music. Good music, but just music” (Gosa, 2009). Hip-hop is surely not merely music. It is a community, a generation, and a political force which influences people’s life and has the power to ‘move the crowd’.

According to Watkins, hip hop has been very influential in ‘all the things that traditionally matter to young people – style, music, fashion, and a sense of generational purpose’ (Watkins, 2006). Given this fact, it is no surprise that hip hop can even influence the behaviour of youths as explained by Lester K. Spence, saying ‘youth exposed to violent rap are more likely to express support for violence as a means of conflict resolution [...] and girls exposed to rap are more likely to express low self-esteem about their body image [...]’ (Spence, 2011).

Hip hop is not just music as it has revolutionized to become a creative platform for the once marginal black youths (Watkins, 2006). The revolution of hip-hop was reemphasized by *The Crisis* magazine, in its September/October 2004 edition arguing that hip-hop has shifted its influence from music to political revolution (Robinson, 2004). Written in capital letters under a big title ‘in the MIX’, the headline irrefutably showed the confidence of the black magazine that they believed that hip hop is capable to voice the concerns of marginalized black and Latino youths to those in power (Gosa & Nielson, 2015). The best vehicle to realize this vision is the hip-hop community as explained by Russell Simmons:

“I think the hip-hop community is the best brand-building community in the world. When they say do something, everyone follows. When they say that Pepsi hot, people drank Pepsi. If they say Coke is hot, then Pepsi is out of luck. This is a fact. The hip-hop community is the best trendsetting and brand-building community, and when they go in their communities and they talk about voting, their parents, their friends and everyone who is maybe not so cool or so hip-hop, does what they say (“Hip Hop Action Summit,” n.d.)”

Simmons’s perception is understandable because black people, according to Watkins, are different from other ethnic groups that they are less individualistic if, for example, compared to white people. This situation, he argued, affects their political life because when they make political decisions, the most considered aspect would be the collective benefits that can be reaped from the decisions (Spence, 2011). For this reason, hip hop communities such as The Hip Hop Summit Action Network (HSAN) and National Hip-Hop Political Convention (NHHPC) drew much attention of black youths and were very successful in their effort to move the crowd. As Spence puts it, ‘The founders of both organizations believed that hip-hop always had the potential to be a force of social change’ (Spence, 2011).

HSAN was formed in 2001 as a non-profit organization that acts as an education advocacy and social activism for the empowerment of black youths

(Gosa & Nielson, 2015). This organization was supported by a wide range of people from different backgrounds including hip hop big stars like Jay Z, Sean Diddy Combs, and Jermaine Dupri (Gosa & Nielson, 2015). It is the belief of the group that they could best realize ‘hip hop political potential’ (Watkins, 2006) as seen in their statement: “Hip hop is an enormously influential agent for social change which must be responsibly and proactively utilized to fight the war on poverty and injustice” (Hip Hop Summit Action, 2013) (Gosa & Nielson, 2015).

HSAN was successful in gathering people in several American cities as an effort to influence voters’ decision when going to the ballot in the 2004 presidential election (Watkins, 2006). Throughout the country the organization’s summit organizers claimed that they had registered more than 100.000 new constituents (R. “biko” Baker, 2004). The organization registered more than 40.000 potential voters in Detroit, 40.000 in Chicago, 60.000 in Los Angeles, and 80.000 in Philadelphia (Watkins, 2006). Dr. Benjamin Chavis Muhammad, HSAN’s CEO, commented on this successful move: “We’ve only been able sign up so many people because we have built strategic alliances with organizations doing good work in these communities (R. “biko” Baker, 2004).”

Similar to HSAN, NHHPC had the same confidence about hip hop that, in the words of Watkins, ‘there is untapped political power in hip-hop’s widening and maturing constituency’ (Watkins, 2006). Organized by among others, Rosa Clemente, Bakari Kitwana, Ras Baraka, and Angela Woodson, NHHPC held its first national convention in June 2004 in Newark with hope to make youths more politically engaged at all levels of American politics (“National Hip-Hop Political Convention in Newark | Bakari Kitwana,” n.d.). The convention successfully attracted more than 3000 attendees and approximately 400 delegates (Kitwana, 2005) from across America. The focus of NHHPC was in five agendas: education, economic justice, criminal justice, health care, and human rights (Watkins, 2006).

### **Hip-hop and Obama**

Prior to the 2008 presidential election, there were two important phenomena in America. The first phenomenon was that African Americans had long been sick and tired of the Bush’s administration due to the fact that during his tenure the poverty rates among their communities increased (Gosa & Nielson, 2015). In addition, America’s involvement in Iraq war also became a source of their disappointment as protested by rappers such as Jay Z and Jadakiss in their songs ‘My President’ and ‘Why (Remix)’. While Jay Z rhymed ‘You can keep your puss, I don’t want no more Bush. No more war, no more Iraq’ (“JAY-Z – My President (Remix) Lyrics | Genius

Lyrics," n.d.), Jadakiss rapped 'Why is Bush acting like he trying to get Osama?' ("Jadakiss – Why (Remix) Lyrics | Genius Lyrics," n.d.). A survey on the 2008 election conducted by The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement (CIRCLE) revealed that 10% of the entire voters and 12% of young voters considered 'the War in Iraq was their top voting issue'. Additionally, 50% of young Americans age 18-24 had a strong rejection of the Iraq War (Kirby & Kawashima-Ginsberg, n.d.).

The second phenomenon was that young African Americans had long missed a black leader since the assassinations of Martin Luther King Jr. and Malcolm X (Gosa & Nielson, 2015). T.I for example who in 2001 rhymed, 'Killed Malcolm X, Martin Luther King and everybody else tried to come down here us' ("T.I. Lyrics - What Happened," n.d.). Jadakiss also voiced his concern, rhyming 'Why did Malcolm's mission die with the man. Why we ain't pick it up where he left it and carry out his plan' ("Jadakiss – Why (Remix) Lyrics | Genius Lyrics," n.d.).

There came Obama who in his campaign, as Jeffrey O.G. Ogbar puts it, 'was able to tap into the energy, verve, and passion' of the hip-hop community's eagerness for change (Gosa & Nielson, 2015). The hip-hop community desperately needed Obama because they believed that the black president candidate, as demonstrated by a survey conducted by Gallup on 18-28 September 2008 to youths age 18-29, understood the 'problems of people your age'. 71% of the youths surveyed preferred Obama to McCain who only received 12% (Inc, n.d., p.). This high percentage signifies not only the fact that the hip-hop community positioned Obama as their saviour but also idolized the president hopeful.

Besides his skin color and quite young age compared to McCain, the reason why Obama was adored by the hip-hop community was his 'coolness' and hip-hop itself is 'an art that values cool' (Inc, n.d., p.). The two components became very appealing that Obama deserves to be placed in the same group as other cool black celebrities. Ebony magazine reemphasize the coolness factor by listing him on the top of "The 25 Coolest Brothers of All Time" alongside hip hop artists such as Jay Z, Snoop Dog, and Tupac Shakur (Cobb, 2008). What makes Obama cool, according to the magazine is that he 'is embraced by millions of people' and 'young people flock to his call because they trust his promise' (Cobb, 2008).

Hip-hop artists supported Obama through their tracks by portraying him as the best figure who could continue the struggles of Martin Luther King Jr. and Malcolm X. The most prominent track of this kind was that sung by Young Jeezy featuring Nas in which Jeezy rhymed:

Tell him: "I'm doing fine". Obama for mankind  
We ready for damn change so y'all let the man shine  
Stuntin' on Martin Luther, feeling just like a King  
Guess this is what he meant when he said that "he had a dream" ("Jeezy – My President Lyrics | Genius Lyrics," n.d.)

In its remix showcasing Jay Z several months after the song was released, the famous rapper rhymed the same message:

Rosa Parks sat so Martin Luther could walk  
Martin Luther walked so Barack Obama could run

Barack Obama ran so all the children could fly  
So I'mma spread my wings, you can meet me in the sky ("JAY-Z – My President (Remix) Lyrics | Genius Lyrics," n.d.)

While these lyrics, in the words of Travis L. Gosa, 'indicate that voting for Obama is a way to honor these black freedom fighters' (Gosa, 2010), according to Pero Gaglo Dagbovie, however, such association is 'careless and historically irresponsible' (Gosa & Nielson, 2015). Despite the debate, one thing was certain that, hip-hop tracks supporting Obama candidacy were mushrooming before and during the 2008 election. Gosa analysed 637 hip hop tracks and found that 253 of them or about 40% contain suggestion to cast votes for Obama (Gosa, 2010). 217 (approximately 80%) of these 253 tracks contained the abstract ideas of "hope", "change", and "believing" and Obama's campaign quotes such as "a better America" and "change the world" appeared on 97 different tracks (Gosa, 2010). Other rappers, besides Jay Z, Young Jeezy, and Nas, who put Obama in their lyrics were, among others Meek Mill, Yelawolf, 2 Chainz, Gucci Mane, Soulja Boy, Kid Cudi, Jadakiss, Sophia Fresh, Juelz Santana, Nicki Minaj, The Game, and Waka Flocka Flame, Common, and Talib Kweli (Gosa & Nielson, 2015).

Whereas the hip-hop community members endorsed Obama by becoming enthusiastic volunteers during his campaigns and persuaded older people and their parents to vote for the black president candidate (NW, Washington, & Inquiries, 2008), HSAN, the League of Pissed-Off Voters, CHANGE, and the Hip Hop Congress successfully registered millions of young voters (Gosa & Nielson, 2015). These efforts combined with the effects from pro-Obama-hip-hop tracks, turned the 2008 election into historical for young people that, based on the data provided by The Census Current Population Survey November Supplement, their turnout percentage was 51.1%. Although quite low this turnout was extraordinarily high, especially among young African Americans, after 1972 (55.4%) and 1992 (52.0%) elections

(Kirby & Kawashima-Ginsberg, n.d.). The survey indicated that the high level of young people participation was resulted from three factors: efforts in reaching voters, a close election, and 2008's campaign success (Kirby & Kawashima-Ginsberg, n.d.). The good part of this story was that Obama received the most support from young people aged 18-29 (68%) (Kirby & Kawashima-Ginsberg, n.d.). Not only that, the black president candidate was also strongly supported by African-Americans and Latinos in all ages, getting more than 90% and 50% for respective race (Kirby & Kawashima-Ginsberg, n.d.).

In Open Letter to Obama, MC Jin rhymed 'I don't know politics, that's no joke. But I do know that I get one vote' ("Jin – Open Letter To Obama Lyrics | Genius Lyrics," n.d.). It is one vote given by hip-hop generation that helped Obama to win the election even though exit polls claimed their role in the election, as cited by Pew Research Center, was not 'crucial to Barack Obama's victory' (NW et al., 2008).

#### **Hip-hop and Obama after Elections**

Senator McCain, Obama's contender, in his concession speech deemed the victory of Obama as 'historic election' and recognized 'the special significance it has for African-Americans and for the special pride that must be theirs' (Harnden, 2008). Similarly, the Director of the Hutchins Center for African and African American Research at Harvard University, Henry Louis Gates, Jr. also praised Obama's win, saying 'the symbolic culmination of the black freedom struggle, the grand achievement of a great, collective dream (H. Baker et al., 2011).' Yet, Rosa A. Clemente disagreed with such euphorically positive comments and in her opinion the association of Obama with hip hop was not accurate. She also argued that Obama was unfit to be associated with hip-hop as he 'spoke about offensive rap lyrics and Black men having respect for themselves by pulling up their pants'(Clemente, ).

Indeed, before Rosa, some hip-hop artists had forewarned the hip hop community in order not to be excessively hopeful to Obama. Nas rhymed 'When he wins, will he really care still?' ("Nas – Black President Lyrics | Genius Lyrics," n.d.), while Dead Prez insisted 'After the election, You'll see, Mark my words' ("Dead Prez – Politrikks Lyrics | Genius Lyrics," n.d.). Not long after Obama won the 'historic election', in 2009, the Obama's administration launched the White House Music Series at 1600 Pennsylvania Ave. Despite the fact that the series had sponsored a wide variety of musical performances from jazz, classical, country, to even Motown, hip-hop, the music genre that helped Obama to be elected was not 'formally recognised' ("How hip-hop fell out of love with Obama | Music | The

Guardian," n.d.). Unfortunately, this exclusion was just a beginning as the hip hop community were yet to experience what Dead Prez said in his track, *politrikks*, 'It's the same system. Just changed form' ("Dead Prez – Politrikks Lyrics | Genius Lyrics," n.d.).

Erik Nielson argued in 2013 that Obama's presidency from the time he was elected had been 'abysmal' and had done nothing to solve the drugs use epidemic in the US, the high rate of incarceration, and the the unstoppable growth of for-profit prisons (Nielson, 2013). According to him, Obama's tenure had set records for deportation. Not only that, the president also joked about the use of drone strikes, did not fulfil his promise to close Guantanamo Bay, did not do much for reducing high rates of black unemployment, was silent on guns use and its impacts, expanded surveillance practices inherited from the Bush era, and listed Assata Shakur the '2Pac's godmother' the FBI's Most Wanted Terrorist' (Nielson, 2013).

Erik was not the only scholar who criticized Obama. Fredrick C. Harris wrote for The New York Times just a week before 2012 presidential election began, saying 'the Obama presidency has already marked the decline, rather than the pinnacle, of a political vision centered on challenging racial inequality' ("The Price of a Black President - The New York Times," n.d.). Criticism also came from hip hop artists, including Lupe Fiasco who claimed "the biggest terrorist is Obama in the United States of America" (Harris, 2011) and Killer Mike who dubbed Obama 'an employee of the country's real masters' ("Killer Mike – Reagan Lyrics | Genius Lyrics," n.d.). When interviewed by Travis L. Gosa and Erik Nielson about Obama, Killer Mike responded: "We gave you this job, and now that you have this job, we're gonna judge you by the exact same standards that we judge those white people. Now you can get a little slack because you our brother [...]" (Gosa & Nielson, 2015). In spite of his discontent, yet Killer Mike was not consistent about his stance on Obama. His accusations were contradictory to what he said to hiphopdx.com in an interview in which the rapper urge black voters to vote for Obama. And if they are not, they are race traitors("Killer Mike Explains His Comparison Of Barack Obama To Ronald Reagan, His Brotherly Bond With El-P | HipHopDX," n.d.).

Besides Lupe Fiasco and Killer Mike, other hip hop figures such as Rebel Diaz, Boots Riley, Immortal Technique, Blue Scholars, Lowkey, also had the same feeling toward Obama (Nielson, 2013). Even Jay Z could not help but to criticize the president although he was one of the most supportive hip hop artists towards Obama's bid in 2008. The famous rapper admitted in 2011 that the criticism against Obama was not unfair, saying "numbers don't lie, it's fucked up out there" (Gosa & Nielson, 2015)

It is not wise if the hip hop community merely pointed their fingers at Obama as they also played a role in this situation. The inclusion of Obama by the hip hop community is not according to his civil rights activism but merely due to his blackness (Gosa & Nielson, 2015) and their supports, hopes, dreams, and energy were uncritically given to him without examining his track record, philosophy, or aspirations (Gosa & Nielson, 2015). In fact, they were aware that what Obama loved from hip hop was only the story and the flow as he admittedly declared that he remained to be “an old school guy” who’s still “got a lotta of that old school stuff” (Burns, 2014). Furthermore, the political investment given by hip hop community in order that Obama won the election was ironic given hip-hop’s contentious relationship with the state along with various government officials’ criticism of hip-hop music (especially gangsta rap) (Henry et al., 2011).

Like what Rosa said, one of the critics among government officials, in fact, was Obama himself. The black president voiced his concern on some of hip hop lyrics containing materialism, misogyny, violence and the term ‘nigga’ that according to him they are socially unacceptable (Henry et al., 2011) and that he does not want if their children are exposed to them (Smith, n.d.). Obama’s view on hip hop became more tangible when criticizing Ludacris’s track titled ‘Politics as Usual’ in which the controversial rapper called Senator Hillary Clinton an ‘irrelevant bitch’, Bush ‘mentally handicapped’, and McCain ‘paralyzed’ (*Ludacris – Politics as Usual (Obama Is Here)*, n.d.). Obama considered the song as very offensive (Smith, n.d.).

In spite of much criticism and widespread disappointment directed to Obama, numerous well-known hip hop artists still became his loyal supporters. Not only that, Obama could still steal the hearts of African Americans in 2012 president election as he was voted by 93% of the ethnic group (“Presidential election 2012: Record number of Hispanic voters head to the polls | Daily Mail Online,” n.d.) although they fully knew that hip hop songs were unfound in Obama’s 29-song-campaign playlist (“Obama and hip-hop,” n.d.).

### **Hip-Hop Limits**

Although proven ‘successful’ in moving the crowd and helping Obama to be elected, there are two things that can potentially constrain the engagement of hip-hop in American politics. The first thing is that the production and circulation of music has long been monopolized by only few powerful capitalists-minded corporations. By 2004, Warner Music, EMI, Universal, and Sony/BMG, controlled 80% of the entire commercial music on earth, while Radio One has the control of “hot urban” radio stations in many big cities (Gosa, 2010). As a music genre hip-hop is

of course also affected by this monopoly as it has been responsible to the shift of rap lyricism from containing politically-protest contents like in the 1980s and 1990s to gangster, pornographic, materialistic, individualistic, and anti-intellectualism rap (Gosa, 2010). Chuck D once explained the situation:

[...] talk positivity in some of their records, but those records have to be picked by the industry executives and program directors to be magnified. MC Eiht talks about “[...] The media just doesn’t focus on those positive songs, they’d rather dwell on the negative” (“The Black Commentator - Dismantling The ‘Bling’ - Another Look at Hip-Hop - Issue 99,” n.d.).

According to Norman Kelley, the unhealthy relationship between hip hop and music industry is ‘a post-modern form of colonialism’ (“Norman Kelley, The Political Economy of Black Music,” n.d.) that the raw products are taken from people living in black ghetto to be processed, packaged, and resold to them (Neal, 2004). Such efforts are intended by white men consumers market, as Byron Hurt, the filmmaker of *Hip-Hop: Beyond Beats and Rhymes*, puts it, to portray black women as ‘bitches and ho’s’ and black men as ‘gangstas and pimps’ while still benefiting from that kind of racism and sexism (Hurt & Berg, 2007). Despite this fact, however, it is undeniable that the music industry gives young talented African Americans income stability and wider audience (Wright, 2004). Even Chuck D himself admitted that many in the hip-hop circle have a belief that negativity is an ideal way to make them megastars (“The Black Commentator - Dismantling The ‘Bling’ - Another Look at Hip-Hop - Issue 99,” n.d.).

Yet, the massive power and control possessed by media corporates over hip-hop does not completely kill the creativity of some critical hip-hop artists to freely voice their aspirations. Immortal Technique is an example to this. The rapper has been able to voice his own messages but still garners success though without the help of music labels. ‘100 percent independent, I’m the fucking boss/I sold 80,000 off a quotable in the source’ he said in his ‘Watch out Remix’ track (“Immortal Technique – Watchout Remix Lyrics | Genius Lyrics,” n.d.). Another rapper named Chance also has the same story that the hip-hop artist is still able to market his songs to fans around the world despite having no contract with any recording corporates. According to the rapper “Label deals suck, that’s just the truth of it” (Shah, 2015).

The success stories of both rappers would not have happened if the internet did not exist. Not only that the cyber world has given a new hope to the hip-hop community to resist the hegemony of music labels, it has also made it possible for underground rappers to freely reach and interact with their fans through social



media sites such as Facebook, Twitter, and Instagram. Youtube has also given access to rappers to easily create and upload their songs without any interference from third parties ("The Evolution of Rap | Harvard Political Review," n.d.). According to Gosa, it was social media that made interpersonal communication for non-celebrities possible to influence youths to directly participate in politics in 2008. Given this fact, it is understandable why Obama used Facebook to announce his running mate for vice president, Joe Biden, before informing the mainstream media (Gosa, 2010).

Furthermore, the internet has also caused a panic among many recording companies. As argued by Gosa, the internet has revolutionized music consumption from buying music to sharing it (Gosa, 2010). Despite denied by Felix Oberholzer and Koleman Strumpf, digital music files such as Napster and MP3 have become a nightmare loss to music industry. As reported by CNN Money, the total revenues from the sales of physical music and licensing fell from \$14.6 billion in 1999 to only \$6.3 billion in 2009 ("Music's lost decade: Sales cut in half in 2000s - Feb. 2, 2010," n.d.). Rap sales also declined by 44% from year 2000 to 2007 ("Hip-hop's Down Beat - TIME," n.d.).

Second, hip-hop artists oftentimes have vested interests when involving in mainstream politics. In the words of Nielson and Gosa, they are in 'ambiguous positions as social commentators and activists' and as 'professionals' in a destructive and marginalized industry (Gosa & Nielson, 2015). They either treated hip-hop as a commercially profitable commodity or used it to get close to a political leader for personal interests. In the case of Obama era for example, some rappers took advantage of Obama's popularity for their own benefits. Combs introduced "Ciroc Obama" for his expensive ciroc vodka in 2008, while DJ Drama named himself "Barack O-Drama" (Gosa & Nielson, 2015). Similarly, Jay Z also does not have a purely pro African Americans political agenda. His support for Obama was intended to get access to the president to boast his products. Not only that, Jay Z was also a prime defender of the US's exploitative economic system which had long favoured the top 1% over the majority 99% as seen in his unwillingness to support the Occupy Wall Street movement (Gosa & Nielson, 2015).

Furthermore, Russell Simmons's HSN was even used by the rapper to market consumer products such as cell phones and soft drinks (Kitwana, 2003). He advised Motorola to penetrate the hip-hop community to promote his soft drink brand, DefCon3, at his Hip-Hop summits throughout America. He correlates his product with community empowerment as a marketing strategy. ("The CEO of Hip-Hop - Bloomberg," n.d.)." For this reason, Simmons was

criticized by Rosa Clemente in her open letter in which the activist repeatedly said "YOU ARE NOT HIP-HOP!" ("Russell Simmons You Are Not Hip Hop," n.d.).

## CONCLUSION

As Watkins puts it: 'The idea that hip hop can be a political resource is not unique' because long before the era of Obama, Afrika Bambaataa has 'experimented with the notion that hip hop could and should use its sway to inspire young people to be agents of social change' (Watkins, 2006). Without a doubt, this is an undebatable claim as this essay suggests that hip-hop is enormously powerful to move young people. It is for this reason that hip-hop artists and activists have not only possess a crucial role in shaping hip-hop culture but also bear a big responsibility to be a catalyst for the betterment of hip-hop community members. Their activities, be it through social activism or hip-hop tracks, has to be used for race-lifting and to always 'keep it real'.

The extent of 'crisis' to which hip-hop is now in has to be evaluated. While it is true that, as some claim, hip-hop artists often have no choice but to join big labels if they want to gain a successful career, the emergence of underground hip-hop rappers and the media revolution brought by the internet have refuted the accusation. Moreover, the most important thing about this condition is that it is not about a choice whether or not to join a record company but rather it is about how to react to a situation. A bad situation is one thing and a reaction to it is another different story. For this reason, despite life has not often been easy for many of the hip-hop community members, to react positively or negatively is purely under their control. By any means, immorality, violence, and all negative things, including those found in hip-hop lyrics, are not only intolerable but also unjustifiable. In addition, hip-hop moguls should not contaminate hip-hop with personal interests. What they have done could grow antipathy among the hip-hop community which threatens the prospect of the future hip-hop engagement in American politics.

It is undeniable that politics is full of, what Nas reminds in his track, 'So many political snakes' ("Nas - Black President Lyrics | Genius Lyrics," n.d.). In this case the hip-hop community is not an only community as there are many other communities surrounding the president that often have more power. Thus, given this fact, blaming Obama alone for the perpetual plight of the hip-hop community is not fair. What has been happening is just a matter of 'one man can't change it' (Paine, 2008).

## REFERENCE

- Agins, T. (2008, November 13). "Diddy" Fragrance Targets Obama Supporters. *Wall Street Journal*. Retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB122652922965222247>
- Baker, H., Boggs, G. L., DeMott, B., Frankenberg, E., Gates Jr, H. L., Grant-Thomas, A., ... Howard, G. (2011). *America's Urban Crisis and the Advent of Color-Blind Politics: Education, Incarceration, Segregation, and the Future of the US Multiracial Democracy*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Baker, R. "biko." (2004). "Take me to your leader": A critical analysis of the hip-hop summit action network. *Socialism and Democracy*, 18(2), 215–219.
- Burns, M. S. (2014). H. SAMY ALIM & GENEVA SMITHERMAN, *Articulate while Black: Barack Obama, language, and race in the US*. New York: Oxford University Press, 2012. Pp. xviii, 205. Pb. \$24.95. *Language in Society*, 43(3), 354–357.
- Cobb, William Jelam. (2008, August). The Genius Cool. *Ebony*.
- Dead Prez – Politrikks Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Dead-prez-politrikks-lyrics>
- Gosa, T. L. (2009). *All about the Beat: Why Hip-Hop Can't Save Black America*. Taylor & Francis.
- Gosa, T. L. (2010). Not Another Remix: How Obama Became the First Hip-Hop President. *Journal of Popular Music Studies*, 22(4), 389–415.
- Gosa, T. L., & Nielson, E. (2015). *The Hip Hop & Obama Reader*. Oxford University Press, USA.
- Barack Obama's victory speech and John McCain's concession (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [http://blogs.telegraph.co.uk/news/tobyharnden/5643057/Barack\\_Obamas\\_victory\\_speech\\_and\\_John\\_McCains\\_concession/](http://blogs.telegraph.co.uk/news/tobyharnden/5643057/Barack_Obamas_victory_speech_and_John_McCains_concession/)
- Henry, C. P., Allen, R., & Chrisman, R. (2011). *The Obama phenomenon: Toward a multiracial democracy*. University of Illinois Press.
- Hip Hop Action Summit. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5554608>
- Hip-hop's Down Beat - TIME. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1653639,00.html>
- How hip-hop fell out of love with Obama | Music | The Guardian. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://www.theguardian.com/music/2012/aug/23/why-hip-hop-deserting-obama>
- http://hiphopdx.com, H.-. (2008, February 4). Talib Kweli Supports Obama. Retrieved August 15, 2018, from <http://hiphopdx.com/news/id.6335/title.talib-kweli-supports-obama>
- Hurt, B., & Berg, S. M. (2007). Pornography and pop culture: Beyond beats and rhymes: A hip-hop head weighs in on manhood in hip-hop culture. *Off Our Backs*, 37(1), 53–53.
- Inc, G. (n.d.). Young Voters '08: Pro-Obama and Mindful of Outcome. Retrieved August 15, 2018, from <https://news.gallup.com/poll/110971/Young-Voters-08-ProObama-Mindful-Outcome.aspx>
- Jadakiss – Why (Remix) Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Jadakiss-why-remix-lyrics>
- JAY-Z – My President (Remix) Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Jay-z-my-president-remix-lyrics>
- Jeezy – My President Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Jeezy-my-president-lyrics>
- Jeffries, M. P. (2011). *Thug life: Race, gender, and the meaning of hip-hop*. University of Chicago Press.
- Jin – Open Letter To Obama Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Jin-open-letter-to-obama-lyrics>
- Killer Mike Explains His Comparison Of Barack Obama To Ronald Reagan, His Brotherly Bond With El-P | HipHopDX. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://hiphopdx.com/interviews/id.1896/title.killer-mike-explains-his-comparison-of-barack-obama-to-ronald-reagan-his-brotherly-bond-with-el-p>
- Killer Mike – Reagan Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Killer-mike-reagan-lyrics>
- Kirby, E. H., & Kawashima-Ginsberg, K. (n.d.). *The Youth Vote in 2008, CIRCLE Fact Sheet, June 2009*.
- Kitwana, B. (2003). *The hip-hop generation: Young blacks and the crisis in African-American culture*. Civitas Books.
- Kitwana, B. (2005). *Why white kids love hip-hop: Wankstas, wiggers, wannabes, and the new reality of race in America*. Civitas Books.
- Ludacris – Politics as Usual (Obama Is Here). (n.d.). Retrieved from

- <https://genius.com/Ludacris-politics-as-usual-obama-is-here-lyrics>
- Lupe Fiasco: Obama Is a Terrorist (n.d.). Retrieved from [http://www.theroot.com/articles/culture/2011/06/lupe\\_fiasco\\_obama\\_is\\_a\\_terrorist.html](http://www.theroot.com/articles/culture/2011/06/lupe_fiasco_obama_is_a_terrorist.html)
- Music's lost decade: Sales cut in half in 2000s - Feb. 2, 2010. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [https://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster\\_music\\_industry/](https://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster_music_industry/)
- Nas – Black President Lyrics | Genius Lyrics. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://genius.com/Nas-black-president-lyrics>
- National Hip-Hop Political Convention in Newark | Bakari Kitwana. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://www.bakarikitwana.com/press/national-hip-hop-political-convention-newark>
- Neal, M. A. (2004). Up From hustling: Power, plantations, and the hip-hop Mogul. *Socialism and Democracy*, 18(2), 157–182.
- Nielson, E. (2013, June 11). How Obama Played the Hip Hop Community. Retrieved August 15, 2018, from [https://www.huffingtonpost.com/erik-nielson/how-obama-duped-hip-hop\\_b\\_3421040.html](https://www.huffingtonpost.com/erik-nielson/how-obama-duped-hip-hop_b_3421040.html)
- Norman Kelley, The Political Economy of Black Music. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://www.hartford-hwp.com/archives/45a/358.html>
- NW, 1615 L. St, Washington, S. 800, & Inquiries, D. 20036 U.-419-4300 | M.-419-4372 | M. (2008, November 13). Young Voters in the 2008 Election. Retrieved August 15, 2018, from <http://www.pewresearch.org/2008/11/13/young-voters-in-the-2008-election/>
- Obama and hip-hop: a breakup song. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [https://www.washingtonpost.com/opinions/obama-and-hip-hop-a-breakup-song/2015/09/25/47e3787c-6241-11e5-8e9e-dce8a2a2a679\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/obama-and-hip-hop-a-breakup-song/2015/09/25/47e3787c-6241-11e5-8e9e-dce8a2a2a679_story.html)
- Presidential election 2012: Record number of Hispanic voters head to the polls | Daily Mail Online. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2229225/Presidential-election-2012-Record-number-Hispanic-voters-head-polls.html>
- Rap on Politics: First National Hip-Hop Convention Calls for Change. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [http://www.democracynow.org/2004/6/23/rap\\_on\\_politics\\_first\\_national\\_hip](http://www.democracynow.org/2004/6/23/rap_on_politics_first_national_hip)
- Robinson, Lori S. (2004, September/October). In the MIX. *The Crisis*
- Rose, T. (2008). *The hip hop wars: What we talk about when we talk about hip hop—and why it matters*. Civitas Books.
- Russell Simmons You Are Not Hip Hop. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://www.daveyd.com/youarenohiphop.html>
- Smith, B. (n.d.). Obama camp condemns song: Ludacris “should be ashamed.” Retrieved August 15, 2018, from [https://www.politico.com/blogs/bensmith/0708/Obama\\_camp\\_condemns\\_song\\_Ludacris\\_should\\_be\\_ashamed.html](https://www.politico.com/blogs/bensmith/0708/Obama_camp_condemns_song_Ludacris_should_be_ashamed.html)
- Spence, L. K. (2011). *Stare in the darkness: The limits of hip-hop and Black politics*. U of Minnesota Press.
- The Black Commentator - Dismantling The ‘Bling’ - Another Look at Hip-Hop - Issue 99. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [http://www.blackcommentator.com/99/99\\_hip\\_hop.html](http://www.blackcommentator.com/99/99_hip_hop.html)
- The CEO of Hip-Hop - Bloomberg. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2003-10-26/the-ceo-of-hip-hop>
- The Evolution of Rap | Harvard Political Review. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <http://harvardpolitics.com/covers/evolution-rap/>
- The Price of a Black President - The New York Times. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [https://www.nytimes.com/2012/10/28/opinion/sunday/the-price-of-a-black-president.html?pagewanted=all&\\_r=0](https://www.nytimes.com/2012/10/28/opinion/sunday/the-price-of-a-black-president.html?pagewanted=all&_r=0)
- T.I. Lyrics - What Happened. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://www.azlyrics.com/lyrics/ti/whathappened.html>
- Vito, C. (2015). Who said hip-hop was dead? The politics of hip-hop culture in Immortal Technique’s lyrics. *International Journal of Cultural Studies*, 18(4), 395–411.
- Watkins, S. C. (2006). *Hip hop matters: Politics, pop culture, and the struggle for the soul of a movement*. Beacon Press.
- Why President Elect Barack Obama is not the first Hip Hop President*. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from [http://www.greeninstitute.net/clemente\\_obama](http://www.greeninstitute.net/clemente_obama)
- Wright, K. (2004). Rise up hip hop nation: From deconstructing racial politics to building positive solutions. *Socialism and Democracy*, 18(2), 9–20.

## Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Pada Pekerja PT. Nindya Jakarta Selatan

Bilgah

Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Teknik Informasi  
email: bilgah.bgh@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Bilgah. (2019). Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Pada Pekerja PT. Nindya Jakarta Selatan. *Cakrawala*, 19 (1), 133–138. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - Occupational Safety and Health (K3) is one of the requirements to improve employee work productivity that closely related to the production. In general, workplace accidents are caused by two factors: human and the environment. The design of this study is quantitative with the type of research used is the type of primary data research. Sampling technique used in this research is saturation sampling. The research instrument using questionnaires with respondents who researched according to the same calculation of 30 workers at the High level Flats Project Rumpit Market. The correlation coefficient can be seen that the great relation between work safety and health and productivity of 0.747 means the positive correlation explains that there is a unidirectional relationship and the coefficient of determination of 0.41 which implies that the effect of independent variables on the dependent variable indicates that the productivity variance can be explained by changes in the variable occupational Health and Safety. Proven regression coefficient of 0.270 so that the regression equation  $Y = 9,079 + 0.270X$  this means that the correlation between safety and health variables and productivity variables are strong and affect each other.

**Keywords:** Occupational Safety and Healthy

### PENDAHULUAN

Pada dasarnya K3 adalah upaya mencegah atau menghindari atau mengurangi kecelakaan kerja di lapangan dengan cara menghentikan atau meniadakan atau menghilangkan resiko (unsur bahaya) guna mencapai target kerja atau produksi.

Pada umumnya kecelakaan kerja disebabkan oleh dua faktor yaitu manusia dan lingkungan. Faktor manusia yaitu tindakan tidak aman dari manusia seperti sengaja melanggar peraturan keselamatan kerja yang diwajibkan, kurang terampilnya pekerja itu sendiri. Sedangkan dari faktor lingkungan yaitu keadaan tidak aman dari lingkungan kerja yang menyangkut antara lain peralatan atau mesin-mesin. di bulan November 2018 sampai dengan bulan Desember 2018 dimana tingkat kecelakaan meningkat sebanyak 5 kasus kecelakaan yang salah satunya mengakibatkan warga sekitar proyek meninggal dunia dikarenakan tertimpa besi proyek. Hal ini mengakibatkan tujuan dari tercapainya target pembangunan perbulan tidak tercapai dan berhentinya proyek untuk sementara waktu.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang benar-benar menjaga keselamatan dan kesehatan karyawannya dengan membuat aturan tentang keselamatan dan kesehatan kerja yang dilaksanakan oleh seluruh karyawan dan pimpinan perusahaan. Perlindungan tenaga kerja dari bahaya dan penyakit

akibat kerja atau akibat dari lingkungan kerja sangat dibutuhkan oleh karyawan agar karyawan merasa aman dan nyaman dalam menyelesaikan pekerjaannya. Tenaga kerja yang sehat akan bekerja produktif, sehingga diharapkan produktivitas kerja karyawan meningkat.

### METODOLOGI PENELITIAN

Penulis melakukan pengumpulan data secara langsung mendapatkan melakukan pengumpulan data dari beberapa buku referensi yang berkaitan guna mendapatkan gambaran dari bahan penelitian.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pekerja PT. Nindya Jakarta Selatan, dengan populasi yang dijadikan objek penelitian berjumlah 40 orang. Kemudian diambil sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel yang mewakili sebagai objek dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 karyawan. Definisi menurut Filosofi: Menurut Mangkunegara dalam buku Djatmiko (2016:1), keselamatan dan kesehatan kerja adalah suatu pemikiran dan upaya untuk menjamin keutuhan dan kesempurnaan baik jasmaniah maupun rohaniah tenaga kerja pada khususnya, dan manusia pada umumnya, hasil karya dan budaya untuk menuju masyarakat adil dan makmur.

**Pengertian Produktivitas**

Menurut Budiono dkk dalam Hanif (Hanif, 2018) mengemukakan bahwa: Produktivitas adalah perbandingan jumlah keluaran dengan masukan. Bagi sebuah perusahaan dalam industri padat karya, seperti sebuah pabrik, produktivitas tenaga kerja adalah bagian yang sangat penting. Kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan produk, harus bisa mengimbangi permintaan pasar.

Menurut International Labour Organization (ILO) yang dikutip oleh Malayu S.P. Hasibuan dalam Hartatik (2014:208) mengungkapkan bahwa secara lebih sederhana, “Produktivitas adalah perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang digunakan selama produksi berlangsung”. Menurut Suma'mur dalam buku Djatmiko (2016:1), keselamatan kerja merupakan rangkaian usaha untuk menciptakan suasana kerja yang aman dan tenteram bagi para karyawan yang bekerja di perusahaan yang bersangkutan.

3.2.1. Karakteristik Responden

Untuk menentukan karakteristik responden penulis mengelompokkan kedalam beberapa karakteristik, sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel III.1.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

N o	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentasi (%)
1	Laki-laki	25	90%
2	Perempuan	5	10%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan table III.1 diatas diperoleh data dari 30 orang responden, yaitu jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang dengan presentase 90% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 5 orang dengan presentase 10%. masa kerja dari total 30 orang responden, untuk masa kerja <1 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase 43%, masa kerja 1 sampai 5 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase 20%, masa kerja 6 sampai 10 tahun sebanyak 5 orang dengan presentase 17%, masa kerja 10 sampai 15 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase 20%. Sedangkan rata-rata masa kerja dari 30 responden adalah <1 tahun.

3.2.2. Uji Instrumen Penelitian

1. Validitas Instrumen

Pengujian dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r table. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pernyataan di setiap variable yang dianalisis dengan program SPSS. Besarnya r table dengan taraf signifikan 5% adalah 0,361. Berdasarkan Tabel II.3 nilai alpha cronbach's 0.81 s.d 1.00 berarti sangat reliabel. Dari hasil yang didapat pada

variabel X adalah 0,980 maka hasilnya adalah sangat reliabel artinya penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel III.2  
Reliability Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	5

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel II.3 nilai alpha cronbach's 0.61 s.d 0.80 berarti reliabel. Dari hasil yang didapat pada variabel Y adalah 0,741 maka hasilnya adalah reliabel artinya penelitian dapat dilanjutkan.

3.2.3. Data Hasil Kuesioner Variable Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Cronbach's Alpha	N of Items
.980	10

Mengenai hasil kuesioner yang sudah dihitung dan dipersentase oleh penulis sesuai dengan kriteria jawaban yang terdapat dalam kuesioner tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Berikut uraian atas jawaban responden, yaitu:

1. Kebersihan; Pada dimensi kebersihan penulis membuat 1 (satu) pernyataan untuk dijadikan sebagai daftar kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Pernyataan menjaga kesehatan.
2. Ventilasi, Pemanas dan Pendingin; Pada dimensi ventilasi, pemanas dan pendingin penulis membuat 1 (satu) pernyataan untuk dijadikan sebagai daftar kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Pernyataan ventilasi menyeluruh.

Tabel III.3.  
Hasil Jawaban Responden Terhadap  
Penerangan atau Cahaya, Warna, Bising Suara di  
Tempat Kerja

		Correlations	
		KESELAMA TAN DAN KESEHATA N KERJA (K3)	PRODUKTI VITAS
KESEL AMAT	Pearson Correlatio n	1	.747**
DAN KESEH ATAN KERJA (K3)	Sig. (2- tailed) N	30	.000 30
PROD UKTIV ITAS	Pearson Correlatio n	.628**	1
	Sig. (2- tailed) N	.000 30	.000 30

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tabel III.16. sebanyak 47% responden menjawab sangat setuju, 53 menjawab setuju, 0% menjawab kurang setuju, 0% menjawab tidak setuju, 0% menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner yang penulis sebar kepada 30 responden terkumpul hasil kuesioner tersebut untuk dijadikan tolak ukur dalam perhitungan korelasi *product moment*.

### 3.2.4. Data Hasil Kuesioner Variable Produktivitas

Dibawah ini terdapat uraian jawaban mengenai hasil kuesioner yang sudah dihitung dan dipersentase oleh penulis sesuai dengan kriteria jawaban yang terdapat dalam kuesioner tentang produktivitas. Berikut uraian atas jawaban responden mengenai produktivitas:

1. Individual; Pada dimensi individual penulis membuat 1 (satu) pernyataan untuk dijadikan sebagai daftar kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Pernyataan mempunyai keinginan untuk meningkatkan kualitas diri.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada III.18. sebanyak 23% responden menjawab sangat setuju, 67% menjawab setuju, 10% menjawab Kurang Setuju, 0% menjawab tidak setuju, 0% menjawab sangat tidak setuju.

2. Organisasional; Pada dimensi organisasional penulis membuat 4 (empat) pernyataan untuk dijadikan sebagai daftar kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Pernyataan kuantitas, kualitas, efektivitas kerja dan efisiensi.

Tabel III.4.

Alternati f Jawaban	Kuesioner			
	Adanya daftar pekerjaan yang akan dikerjakan.		Adanya system tenggat waktu.	
Sangat Setuju (5)	5	17%	7	24%
Setuju (4)	24	80%	22	73%
Ragu- ragu (3)	0	0%	1	3%
Kurang Setuju (2)	1	3%	0	0%
Sangat Tidak Setuju (1)	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100 %</b>

Sebanyak 17% responden menjawab sangat setuju, 80% menjawab setuju, 0% menjawab kurang setuju, 1% menjawab tidak setuju, 0% menjawab sangat tidak setuju. Kemudian ada sebanyak 24% responden menjawab sangat setuju, 73% menjawab setuju, 3% menjawab kurang setuju, 0% menjawab tidak setuju dan 0% menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner yang penulis sebar kepada 30 responden, terkumpul hasil

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandar dized Coefficient s		Stand ardiz ed Coeff icient s	T	Sig.	Collinear ity Statistics	
	B	Std. Err or				Tol eran ce	VIF
1.(Const ant)	9.079	2.7 38		3.320	.00 3		
KESE LAM ATA N DAN KESE HAT AN KERJ A (K3)	.270	.06 1	.628	4.271	.00 0	1.0 00	1.0 00

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2018

Untuk memberikan interpretasi terhadap Dependent Variable: PRODUKTIVITAS koefisien korelasi maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,628 termasuk pada kategori kuat. Jadi terdapat hubungan yang kuat dan searah karena bernilai positif antara keselamatan dan kesehatan kerja terhadap produktivitas pada Proyek Rumah Susun Tingkat Tinggi Pasar Rumpit Jakarta Selatan.

Untuk mengetahui hasil koefisien korelasi signifikan atau tidak, perlu dibandingkan dengan r tabel. Dengan uji 2 (dua) arah tingkat kesalahan 5%  $N=30/df=28$ , maka harga r tabel = 0,361. Ternyata harga r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi kesimpulannya adalah adanya hubungan positif dan nilai koefisien korelasi antara keselamatan dan kesehatan kerja dan produktivitas sebesar 0,747.

### 3.3.1. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh keselamatan dan kesehatan kerja terhadap produktivitas pada PT NINDYA Jakarta Selatan, maka digunakan uji koefisien determinasi. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 22 adalah:

**Tabel III.5**  
**Uji Model Summary**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 <sup>a</sup>	.394	.373	1.394

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel III.24 Model Summary dapat diketahui bahwa nilai r Square sebesar 0.394 atau 39% artinya produktivitas dipengaruhi oleh keselamatan dan kesehatan kerja, sisanya 61% dipengaruhi faktor lain seperti faktor ketersediaan material dan faktor kondisi alat kerja.

### 3.3.2. Uji Persamaan Regresi

Untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai produktivitas apabila nilai keselamatan dan kesehatan kerja diubah, maka digunakan uji persamaan regresi. diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 9,089 + 0,260X$$

Dimana:

Y = Produktivitas

X = Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Artinya jika X = 0 atau tanpa ada keselamatan dan kesehatan kerja maka produktivitas sebesar 9,089 dan jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan

keselamatan dan kesehatan kerja sebesar 1 maka akan menaikkan produktivitas sebesar 9,349.

## KESIMPULAN

1. Dari hasil perhitungan Koefisien Korelasi diperoleh hasil sebesar 0,747 atau 74% yang menunjukkan bahwa adanya hubungan kuat antara keselamatan dan kesehatan kerja terhadap produktivitas pada pekerja di PT Nindya Jakarta Selatan. Sisanya 0,242 atau 24% dipengaruhi faktor yang lain diantaranya kinerja dan penilaian kerja.
2. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi diperoleh hasil sebesar 41% yang menunjukkan bahwa pengaruh keselamatan dan kesehatan kerja terhadap produktivitas sebesar 41% dan sisanya 59% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti ketersediaan bahan baku dan kondisi alat berat Dan Kondisi cuaca.
3. Berdasarkan perhitungan Analisis Regresi linear sederhana diperoleh angka koefisien regresi sebesar 0,270. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 keselamatan dan kesehatan kerja, produktivitas akan meningkat sebesar 0,270. Sebaliknya, jika angka ini negatif (-), berlaku penurunan pada produktivitas. Oleh karena itu, persamaannya menjadi  $Y = 9,079 + 0,270X$ .

## REFERENSI

- Djarmiko, Riswan Dwi. 2016. Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Yogyakarta: Depublisher.
- Hanif, A. (2018). Menggunakan Stepwise Linear Regression Untuk Menentukan Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja. *Jurnal Informatika* 5(1), 73–80.
- Irzal. 2016. Dasar-Dasar Kesehatan dan Keselamatan Kerja. Jakarta: Kencana.
- Mar'ih, Suci Rahayu. 2016. Mudah Menyusun kualifikasi dan Performa Karyawan. Jakarta: Raih Asah Sukses.
- Nilasari, Senja. 2016. Panduan Praktis Menyusun sistem Penggajian & Benefit. Jakarta: Maraih Asa Sukses.
- Nurmalasari. (2016). Dampak Kompensasi Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Pasifik Jaya Mandiri Pontianak. *Jurnal Evolusi* 4(2).
- Poniman, Farid dan Yayan Hidayat. 2015. Manajemen HR STIFIn Terobosan Untuk Mendongkrak Produktivitas. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- S, B. W. D. (2018). Penerapan Just In Time Pada Perancangan Model Penjadwalan Produksi dengan Sistem Tarik. *Perspektif XVI*(1).
- Suhardoyo. (2017). Hubungan Antara Prestasi dan Disiplin Kerja dengan Peningkatan Karier Pegawai Pada PT Asconusa Air Transport Jakarta. *Perspektif 15*(1), 49–55.
- Wati, I. M. (2014). Pengaruh Supervisi Klinis Terhadap Penatalaksanaan Universal Precaution Oleh Perawat ( Literatur Review ).

## PROFIL PENULIS

Saya bu Bilgah, dengan NIP 200903127 ,Saya sering di panggil bu BGH ,,Saya dosen Manajemen Universitas BSI yang saat masih aktif mengajar hingga sekarang, menulis jurnal, membuat slide mata kuliah,mengikuti pengabdian pada masyarakat,menajgi dosen penasehat akedemik, membimbing mahasiswa tugas Akhir dan menguji Mahasiwa untuk mendapatkan gelar D3 yang mendi kegiatan Tridharma setiap semester,besar harapan saya ingin melajutan jenjang pendidikan ke S3,Smoga secepatnya dapat saya raih,,Aamiin yra..dan terus berjuang di dunia pendidikan tuk menjdi bagian dalam mencrdasakan anak bangsa,,Aamiin yra





## Strategi Siswa Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematika SMA Negeri 1 Indralaya

Suwanto<sup>1</sup>, Nyimas Aisyah<sup>2</sup>, Budi Santoso<sup>3</sup>

Universitas Sriwijaya, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
e-mail: suwantosudirman@gmail.com

---

**Cara Sitasi:** Suwanto, Aisyah, N., & Santoso, B. (2019). Strategi Siswa Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematika SMA Negeri 1 Indralaya. *Cakrawala*, 19(1), 139–148. Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

---

**Abstract** - *The purpose of this research is to know the strategy used by students in solving the problem solving problem material linear equations one variable. The research method used is qualitative research method. The type of this research is descriptive research that aims to find out the strategies used by students in solving problem solving problem material linear equations of one variable. Five students of class X IPA 1 SMAN 1 Indralaya became the subject of research in this study. The results of this study indicate that in solving the solving problem of linear equations of one variable, students are able to solve the problem with various appropriate strategies. The strategies students use to solve the first problem are guessing and testing strategies, open sentence writing strategies, experimenting strategies and drawing or graphics strategies. While the strategies used by students to solve the second and third problems of the strategy of guessing and testing, the strategy of making tables and writing strategies open sentences.*

**Keywords:** *Problem Solving Strategy, Linear Equation of One Variable, Problem Solving.*

### PENDAHULUAN

Matematika merupakan ilmu yang sangat penting dan menjadi dasar dari berbagai ilmu pengetahuan, sehingga mata pelajaran matematika diajarkan kepada peserta didik dalam berbagai jenjang pendidikan dengan tujuan untuk mewujudkan peserta didik yang kritis dan memiliki kompetensi sebagai *problem solver* (pemecah masalah), untuk itu peserta didik harus memiliki beberapa kemampuan matematis yang diharapkan dapat dikuasai peserta didik pada setiap jenjang pendidikan, salah satunya kemampuan pemecahan masalah. Begitu halnya dalam kurikulum 2013 siswa dituntut untuk memecahkan suatu masalah matematika.

Menurut NCTM (2000) terdapat lima kemampuan dasar matematika yang harus dimiliki siswa, yaitu (1) *problem solving* (pemecahan masalah), (2) *communication* (komunikasi), (3) *connection* (koneksi), (4) *Reasoning* (penalaran) dan (5) *representation* (representasi). Hal ini sejalan dengan pernyataan Permendikbud (2014:139) yang menyatakan bahwa pendekatan pemecahan masalah merupakan fokus dalam pembelajaran matematika. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan pemecahan masalah merupakan salah satu aspek yang diperhatikan dalam pembelajaran matematika.

Polya (1973) mendefinisikan pemecahan masalah (*problem solving*) sebagai usaha mencari jalan keluar dari suatu kesulitan, mencapai suatu tujuan yang tidak

segera dapat dicapai. Menurut Polya, proses pemecahan masalah memiliki empat tahap dalam menyelesaikan masalah yang ada, yaitu (1) memahami masalah, (2) merencanakan penyelesaian, (3) melaksanakan rencana, dan (4) mengoreksi kembali. Ketika siswa sedang aktif melakukan ke empat langkah ini, maka secara optimal siswa sedang melibatkan diri untuk menentukan strategi dengan ide-ide yang terkait dalam memecahkan masalah. Sejalan dengan hal ini, pentingnya pemecahan masalah juga tergambar pada salah satu indikator NCTM (2000) yang menyebutkan bahwa program pembelajaran dari pra kanak-kanak sampai kelas XII harus memungkinkan siswa untuk menerapkan dan menyesuaikan bermacam-macam strategi yang sesuai untuk memecahkan masalah.

Dalam menyelesaikan suatu pemecahan masalah, seseorang siswa memerlukan strategi penyelesaian dari masalah tersebut. Menurut Yamin (2013) strategi adalah rencana, langkah, dan rangkaian untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah teknik penyelesaian soal-soal pemecahan masalah matematika yang bersifat praktis (Aisyah, 2007: 11). Strategi adalah cara yang digunakan orang dan sering berhasil pada proses pemecahan masalah. Lebih khusus, strategi diperlukan untuk memecahkan soal-soal matematika (Shadiq, 2004:13). Dapat disimpulkan bahwa strategi pemecahan masalah merupakan cara, langkah, tehnik atau tahapan bekerja yang digunakan seseorang dalam menyelesaikan soal-soal pemecahan masalah.

Hasil penelitian Afifah (2016) menyatakan bahwa kemampuan siswa VII.1 SMP Negeri 1 Palembang dalam merencanakan penyelesaian masalah pada pembelajaran matematika masih rendah. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Ariani (2016) juga menyatakan bahwa kemampuan siswa SMA Negeri 1 Indralaya Utara dalam merencanakan dan menyelesaikan masalah pada pembelajaran matematika masih rendah.

Adapun hasil studi PISA tahun 2009 memperlihatkan bahwa tingkat kesulitan terbesar yang dihadapi oleh siswa terdapat pada soal aljabar. Terlihat pada hasil studi PISA tahun 2009 yaitu siswa yang mampu menjawab soal dengan benar pada geometri sebesar 47,5%, statistik sebesar 61,9%, aljabar sebesar 41,4%, dan bilangan sebesar 53,7% (Aini, 2014). Data 41,4% untuk materi aljabar ini membuktikan bahwa materi aljabar menjadi materi tersulit dibanding materi lain. Rendahnya kemampuan pemecahan masalah di atas dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya strategi yang digunakan siswa. Strategi yang kurang tepat juga dapat menyebabkan memperoleh hasil yang kurang tepat juga. Oleh karena itu, peneliti menganggap perlu untuk melakukan penelitian yang terhadap materi aljabar khususnya dibatasi pada materi persamaan linear satu Variabel, hal ini didukung oleh penelitian Siagian (2016) yang menyatakan masih banyak siswa yang belum mampu menyelesaikan masalah pada materi sistem persamaan linear satu variabel. Dari identifikasi materi, Suandito (2009) menyatakan bahwasannya materi persamaan linier satu variabel merupakan materi yang dapat menarik siswa untuk menggunakan beberapa strategi dalam menjawab soal-soal non rutin.

Berdasarkan Hasil Wawancara, peneliti melihat bahwa guru matematika SMA tersebut pernah memberikan pembelajaran pemecahan masalah. Siswa beranggapan bahwa soal yang diberikan guru hanya bisa dikerjakan dengan satu strategi saja. Padahal, soal yang diberikan dapat diselesaikan dengan berbagai strategi atau gabungan beberapa strategi. Banyaknya strategi yang dapat digunakan dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah membuat peneliti ingin mengetahui strategi apa saja yang akan muncul pada beberapa soal pemecahan masalah yang nanti akan diberikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah "*bagaimana strategi siswa dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah matematika di Kelas X SMA Negeri 1 Indralaya?*". sehingga penelitian ini bertujuan "*untuk mengetahui strategi yang digunakan siswa dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah matematika di Kelas X SMA Negeri 1 Indralaya*".

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan oleh siswa kelas X SMA Negeri 1 Indralaya dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah matematika. Fokus dalam penelitian ini strategi-strategi yang digunakan siswa kelas X pada materi Persamaan Linear Satu Variabel SMA Negeri 1 Indralaya. Adapun Beberapa strategi pemecahan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Menulis kalimat terbuka (S1).
- b. Menebak dan menguji (S2).
- c. Membuat tabel (S3).
- d. Membuat gambar atau diagram (S4).
- e. Menghitung setiap kemungkinan (S5).
- g. Mencoba-coba (S6)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah tes tertulis dan wawancara. Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi:

- a. Mengumpulkan data, yaitu hasil tes, hasil wawancara maupun studi dokumen.
- b. Membaca keseluruhan data yang didapat, membuat transkrip wawancara.
- c. Membuat gambaran tentang strategi penggunaan soal pemecahan masalah masing-masing siswa, dilakukan reduksi data hasil wawancara dan koding data hasil wawancara.
- d. Menyajikan hasil secara naratif berdasarkan soal yang merupakan masalah, proses memecahkan masalah, strategi pemecahan masalah
- e. Membuat kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 01 Indralaya, yaitu pada tanggal 14 Mei 2018 sampai dengan 16 Mei 2018. Pada hari Senin, 14 Mei 2018, dilaksanakan pengambilan data tes tertulis. Tes tertulis, yang dilaksanakan pada pukul 08.00 s.d. 09.00 WIB yang dilaksanakan di ruang kelas X IPA 1 SMA Negeri 1 Indralaya. Tes diikuti seluruh siswa kelas X IPA 1 yaitu sebanyak 32 orang siswa.

Hasil tes kemudian dianalisis untuk memilih beberapa siswa yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Berdasarkan variasi jawaban siswa yaitu keberagaman strategi atau cara yang berbeda yang digunakan siswa kelas X IPA 1 SMA Negeri 1 Indralaya dalam mengerjakan soal tes, peneliti memilih 5 siswa untuk menjadi subjek penelitian. Alasan lain peneliti menetapkan 5 subjek penelitian tersebut adalah kebersedian siswa untuk diwawancarai lebih lanjut. Siswa-siswa yang menjadi subjek penelitian yaitu AS, RW, HJ, AH dan MJ. AS dan RW sebagai subjek penelitian I dan II, sedangkan HJ, AH, dan MJ sebagai subjek penelitian III, IV, dan V.

Wawancara dilaksanakan pada hari Rabu, 16 Mei 2018, wawancara dilakukan pada pukul 09.30-10.10 WIB. Wawancara dilakukan terhadap 5 subjek penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait strategi apa saja digunakan subjek penelitian dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah dengan memperhatikan topik-topik pada pedoman wawancara. Pada tahap analisis data, peneliti menganalisis strategi subjek penelitian berdasarkan jawaban subjek penelitian pada tes tertulis. Selain itu, Peneliti juga menganalisis strategi subjek penelitian melalui hasil wawancara.

Tabel 1 berikut merupakan hasil analisis data strategi siswa dalam menyelesaikan soal berdasarkan tes tertulis subjek:

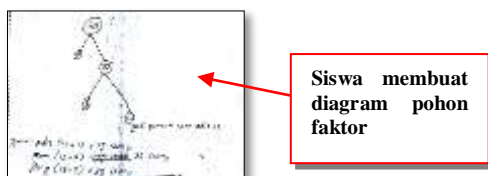
**Tabel 1 Strategi Subjek Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah**

Nama	Strategi / Soal No.						Jumlah
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	
	1	1	1	1	1	1	
	2	2	2	2	2	2	✓
	3	3	3	3	3	3	
AH	-	-	--	✓	--	--	4
	--	✓✓	-	✓-	-	-	
AS	✓✓	--	--	--	--	--	3
	✓	-	-	-	-	-	
HJ	--	--		✓	--	--	3
	-	-	✓✓	-	-	-	
MJ	--	✓	--	-	--	--	4
	-	✓✓	-	✓-	-	-	
RW	--		-	-	-	✓	4
	-	✓✓	--	✓-	--	--	

**Keterangan :**

- ✓ : Strategi yang digunakan
- : Tidak menggunakan strategi
- S1 : Strategi menulis kalimat terbuka
- S2 : Strategi menebak dan menguji
- S3 : Strategi membuat tabel
- S4 : Strategi membuat gambar atau diagram
- S5 : Strategi menghitung setiap kemungkinan
- S6 : Strategi mencoba-coba

Adapun subjek yang dipilih antara lain subjek AH, AS, HJ, MJ dan RW. Secara lengkap hasil analisis data berdasarkan hasil tes didukung pula oleh wawancara disajikan berikut: Berdasarkan jawaban subjek AH pada soal nomor 1, Subjek AH menggunakan strategi membuat gambar atau diagram. Terlihat dari langkah penyelesaiannya menggunakan pohon faktor. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban :

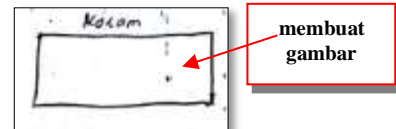


Gambar 1 Strategi Soal No.1 Subjek Penelitian AH

Strategi yang digunakan juga didukung pada saat wawancara berikut:

- P :” oh yo, cara apo yang dipikirkan saat menyelesaikan soal ini?”  
 S :”aku buat pohon faktor, soalnya 78 pacak di faktorkan.”  
 P :” boleh dak diceritakan caro yang cak ini?”(menunjuk jawaban siswa)  
 S :”kan jumlah ikan mereka bertiga itu 78.nah, pertama itu aku liat ikan rian itukan 2 kali dari jumlah ikan adit dan ikan jerry itu 3 kali ikan adit. Jadi aku nyari ikan adit dulu berapa nian, pas ngerjoi, ku cubo faktorkan 78 ,taunyo ketemu.  
 P : “ kan 78 yang difaktorkan, belum ketemu ikan adit,rian dan jerry?”  
 S : “kan tadi difaktorkan dapatlah hasilnya itu 2, 3 dan 13, kan jumlah ikan rian 2 kali ikan adit dan ikan jerry 3 kali ikan adit, ku kalikan 13 dapatlah ini dan pas dijumlahkan dapat 78” (menunjuk jawaban).

Berdasarkan jawaban subjek AH pada soal nomor 2, Subjek AH menggunakan strategi membuat gambar dengan menebak dan menguji. Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Langkah pertama adalah menggambar persegi panjang. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban AH :

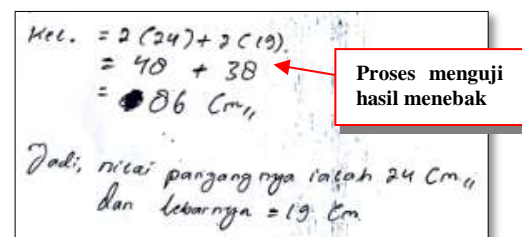


Gambar 2. Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian AH

Adapun strategi yang digunakan subjek didukung saat subjek di wawancara sebagai berikut :

- P :” waktu ngerjoi soal ini apo yang pertama dilakukan?”  
 S :” langsung aku gambar persegi panjang kak”

Setelah membuat strategi gambar persegi panjang subjek AH mulai melakukan strategi menebak menguji, tetapi subjek membuat tebakan awal di kertas lain dan menuliskan hasil tebakan yang benar ke lembar jawaban. Subjek menggunakan strategi menebak dan menguji terlihat dari hasil jawaban, berikut hasil jawaban AH:

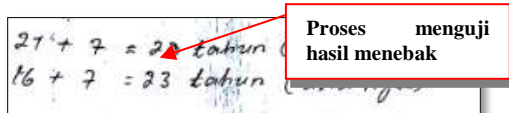


Gambar 3 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian AH

Hal ini juga didukung hasil wawancara dengan subjek terkait strategi yang digunakan, berikut hasil wawancara dengan subjek AH:

- S : " hehhe idak, pertama aku nebak panjang 23 dan lebarnya 20 tapi disoal lebarnya kan 5 kurangnya dari panjangnya jadi salah tebaan aku, pas itu aku cari lagi panjang yang lebihnyo 5 dari lebarnya yang jumlah kelilingnya 86, dapatlah panjang 24 dan lebar 19 kak,"
- P : " panjang 24 dan lebar 19 benar yo?"
- S : " yo kak,soalnya ku buktikan tadi benar panjangnya lebih besar 5 dari lebarnya dan jumlahnya pas di masukkan rumus keliling benar 86"

Berdasarkan jawaban subjek AH pada soal nomor 3, Subjek AH menggunakan strategi menebak dan menguji Terlihat dari langkah penyelesaiannya, Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban AH:



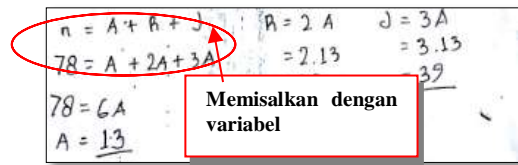
Gambar 4 Strategi Soal No.3 Subjek Penelitian AH

Adapun strategi yang digunakan subjek AH didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- P : " oh yo, cara apo yang dipikirkan saat menyelesaikan soal ini?"
- S : "aku nebak-nebak kak, jumlah usia mereka kan 37 , jadi langsung ku buat usia fadli itu 21 dan dan agil 16"
- P : "hmm, langsung tetebak yo ?"
- S : " hehhe , aku nebak soalnya jumlah usia mereka kan 37, 21+16 kan 37 "
- P : " usia fadli 21 dan agil 16 jadi yo?"
- S : " yo kak"
- P : "tapi kan disoal usia fadli kan 5 tahun lebih tua dari agil?"
- S : "awalnya aku nebak-nebak angka lain taunyo salah soalnya aku baru tebaco usia fadli lebih tua 5 tahun dari agil"

Berdasarkan uraian diatas, subjek penelitian AH dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah menggunakan strategi membuat diagram untuk soal nomor 1, dan untuk soal nomor 2 dan nomor 3 strategi yang digunakan yaitu strategi menebak dan menguji tetapi hasil tebakan yang salah tidak ditulis dilembar jawaban, hanya hasil tebakan yang benar ditulis di lembar jawaban, Hal ini diketahui ketika subjek AH diwawancarai.

Strategi yang digunakan subjek AS pada soal nomor 1 yaitu menggunakan strategi kalimat terbuka, Terlihat dari langkah penyelesaiannya dengan melakukan permisalan. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban AS:

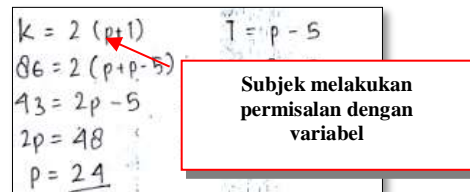


Gambar 5 Strategi Soal No.1 Subjek Penelitian AS

Strategi yang digunakan subjek AS didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S : "pertama aku misalkan dulu cak ini (menunjuk jawaban). Kan diketahui di soal jumlah ikan mereka 78, ikan rian dua kali ikan adit dan ikan jerry tiga kali ikan adit"
- P : " terus diapokan lagi?"
- S : "dioperasikan kak dapatlah cak ini (menunjuk jawaban)".

Strategi yang digunakan subjek AS pada soal nomor 2 yaitu menggunakan strategi kalimat terbuka sama halnya dengan soal nomor 1, subjek menyelesaikan soal dengan memisalkan terlebih dahulu . Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban AS:

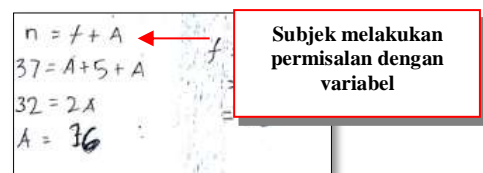


Gambar 6 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian AS

Adapun strategi yang digunakan subjek AS didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S : "aku misalkan dulu kak"
- P : " biso dak dijelaskan cara ini!"(menunjuk jawaban)
- S : "kan lebarnya 1 dan panjangnyo itu p,disoal lebarnya kan kurang 5 dari panjangnya berti LP-5 dan kelilingnya K, ditanyo panjang dan lebar langsung masukan dirumus keliling dan selesaikan cak biaso kak, dapatlah ini kak (menunjuk jawaban)"

Strategi yang digunakan subjek AS pada soal nomor 3 yaitu menggunakan strategi menulis kalimat terbuka, Terlihat dari langkah penyelesaiannya, Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban AS:



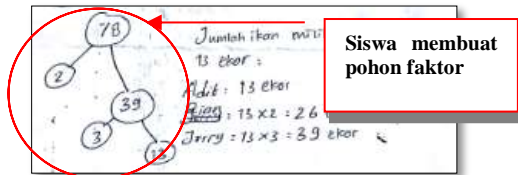
Gambar 6 Strategi Soal No.3 Subjek Penelitian AS

Strategi yang digunakan subjek AS didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S :” aku misalkan usia fadli dan agil serta jumlah usia mereka dengan huruf ”  
 P :”cakmano nyelesaiakanyo?”  
 S :” missal usia fadli itu F dan usia agil A dan jumlah usia mereka n berarti usia fadli  $F= A+5$  dan  $n= F+A$ , langsung cari nilai A dan F seperti ini (menunjuk jawaban)”

Berdasarkan uraian diatas, subjek penelitian AS dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah menggunakan strategi menulis kalimat terbuka untuk semua soal, ini terlihat bahwa subjek penelitian sudah mampu mengubah masalah dengan variabel dan terlihat begitu memahami strategi yang digunakan.

Strategi yang digunakan subjek HJ pada soal nomor 1 yaitu menggunakan strategi membuat diagram, Terlihat dari langkah penyelesaiannya dengan membuat pohon faktor. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawabansubjek HJ:

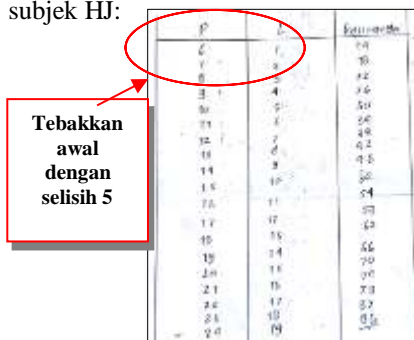


Gambar 7 Strategi Soal No.1 Subjek Penelitian HJ

Strategi yang digunakan subjek HJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S :”aku gambar pohon faktor, soalnya 78 pacak di faktorkan.”  
 P :” boleh dak diceritakan caro yang cak ini?”(menunjuk jawaban siswa)  
 S :”kan jumlah ikan mereka bertiga itu 78.nah, 78 yang difaktorkan, belum ketemu ikan adit,rian dan jerryno, kan tadi difaktorkan dapatlah hasilnya itu 2, 3 dan 13, kan jumlah ikan rian 2 kali ikan adit dan ikan jerry 3 kali ikan adit, ku kalikan 13 dapatlah ini dan pas dijumlahkan dapat 78” (menunjuk jawaban)

Strategi yang digunakan subjek HJ pada soal nomor 2 yaitu menggunakan strategi membuat tabel, subjek menyelesaikan soal dengan membuat tabel terlebih dahulu. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban subjek HJ:

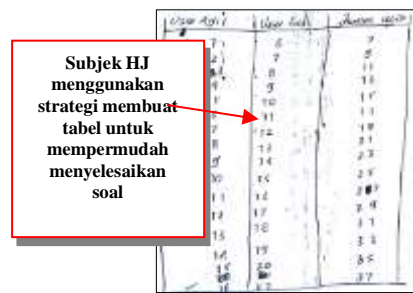


Gambar 8 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian HJ

Strategi yang digunakan subjek HJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S :”aku buat tabel.”  
 P :” hmm, cakmno lah caro nyelesaiakannya pakai tabel?”  
 S :”disoalkan lebarnya 5 kurang dari panjangnya, jadi aku buat tabel yang lebarnya mulai dari angka 1,2,3,4,5... dan seterusnya dan panjangnya mulai dari angka 6, 7,8,9... dan seterusnya”

Strategi yang digunakan subjek HJ pada soal nomor 3 yaitu menggunakan strategi membuat tabel, Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban subjek HJ:



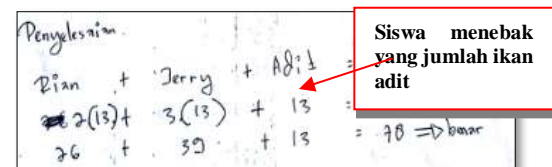
Gambar 9 Strategi Soal No.3 Subjek Penelitian HJ

Strategi yang digunakan subjek HJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

- S :”dengan tabel”  
 P :” oh, langsung buat tabel yo ?”  
 S :” yo kak”  
 P :”oh,cubo cakmno nyelesaiakannyo?”  
 S :” ku buat tabel cak ini ( menunjuk jawaban) usia agilkan lebih muda 5 tahun ke fadli jadi, jika agil 1, fadli 6 begitu seterusnya sampai jika di jumlahkan usia mereka dapat 37”

Berdasarkan uraian diatas, subjek penelitian AS dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah, pada soal nomor 1 subjek menggunakan strategi membuat diagram dan untuk soal nomor 2 dan nomor 3 subjek menggunakan strategi membuat tabel.

Strategi yang digunakan subjek MJ pada soal nomor 1 yaitu menggunakan strategi menebak dan menguji, Terlihat dari langkah penyelesaiannya . Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban MJ:

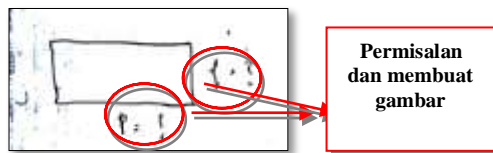


Gambar 10 Strategi Soal No.1 Subjek Penelitian MJ

Strategi yang digunakan subjek MJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

P : "oh, menebak-nebak yo?"  
S : "yo kutebak-tebak"  
P : "boleh dak diceritakan caro yang cak ini?"(menunjuk jawaban siswa)  
S : "kan jumlah ikan mereka bertiga itu 78.nah, pertama itu aku liat ikan rian itukan 2 kali dari jumlah ikan adit dan ikan jerry itu 3 kali ikan adit. Ku buat cak ini( menunjuk jawaban)  
P : "oh, nah itu dapat dari mano angka 13?"  
S : "13 itu angka yang aku tebak, hehehe".

Strategi yang digunakan subjek MJ pada soal nomor 2 yaitu menggunakan strategi menulis kalimat terbuka, tetapi subjek kebingungan dan akhirnya subjek membuat gambar persegi panjang. Subjek menggunakan strategi menulis kalimat terbuka, strategi membuat gambar dengan menebak dan menguji, Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Langkah pertama adalah memisalkan dan menggambar persegi panjang, Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban MJ:

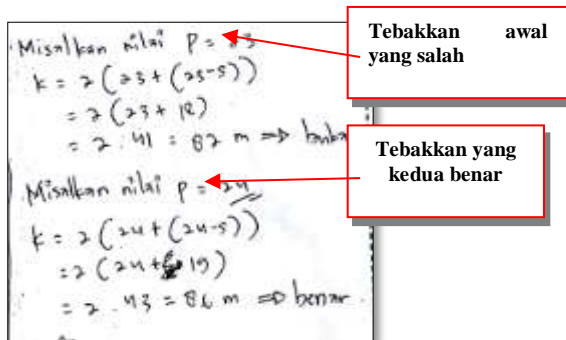


Gambar 11 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian MJ

Strategi yang digunakan subjek MJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

S : "tadikan nak aku misalkan tapi bingung jadi aku buat gambar persegi panjang dan buat rumus keliling?"

Setelah membuat gambar persegi panjang subjek AH mulai melakukan strategi menebak menguji, Terlihat dari hasil wawancara, berikut hasil jawaban MJ :



Gambar 12 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian MJ

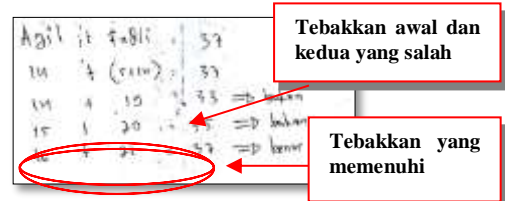
Strategi yang digunakan subjek MJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

P : "cubo jelaskan jawaban ini?"  
S : "rumus keliling kan ado jadi pertama aku nebak panjang 23 dan lebarnya 18 pas disubtitusikan ke rumus keliling, kelilingnyo 82 padahal disoal kelilinya 86 tebaanku pertama salah dan aku nebak panjang dan lebarnya ini (menunjuk jawaban) hasilnya samo".

Pada saat mengerjakan soal nomor 2 awalnya subjek MJ melakukan kesalahan, tetapi bisa diperbaiki, berikut hasil wawancara peneliti dengan MJ:

P : "hmm, ngpo di jawaban pertama dak ado hasil itu?"  
S : "aku pertama salah rumus keliling jadi dak ketemu"

Strategi yang digunakan subjek MJ pada soal nomor 3 yaitu menggunakan strategi menebak dan menguji, Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban MJ:



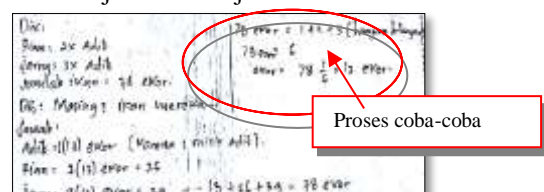
Gambar 13 Strategi Soal No.3 Subjek Penelitian MJ

Strategi yang digunakan subjek MJ didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

S : "nebak-nebak"  
P : "hmm, cakmano cara nebaknyo?"  
S : "kan disoal jumlah usia mereka diketahui, jadi aku tebak usia fadli dan agil yang jumlah usianya 37"  
P : "tapi kan disoal usia fadli kan 5 tahun lebih tua dari agil?"  
S : "yo, jadi setiap aku nebak usia fadli, usia agil aku kurangkan"

Berdasarkan uraian diatas, subjek penelitian MJ dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah untuk soal nomor 1 menggunakan strategi menebak dan menguji. Pada soal nomor 2 awalnya subjek menggunakan strategi menulis kalimat terbuka tetapi malah kebingungan, akhirnya subjek menggunakan strategi membuat gambar dan menebak dan menguji tetapi pada soal nomor 2 subjek salah membuat rumus keliling sehingga tebakkan salah tetapi bisa diperbaiki. Dan di soal nomor 3 subjek menggunakan strategi menebak dan menguji.

Strategi yang digunakan subjek RW pada soal nomor 1 yaitu menggunakan strategi mencoba-coba Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban subjek RW:

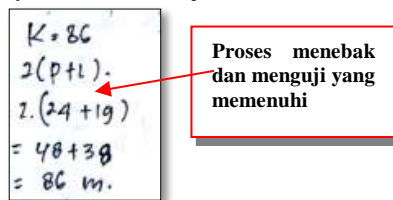


Gambar 14 Strategi Soal No.1 Subjek Penelitian RW

Strategi yang digunakan subjek RW didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

S : "coba-coba aku."  
P : "oh, coba-coba yo?"  
S : "yo kak"  
P : "boleh dak diceritakan caro yang cak ini?"(menunjuk jawaban siswa)  
S : "kan jumlah ikan mereka bertiga itu 78.nah, pertama itu aku liat ikan rian itukan 2 kali dari jumlah ikan adit dan ikan jerry itu 3 kali ikan adit. Ku buat cak ini( menunjuk jawaban) berarti ikan adit 1 kali ikannya, berarti banyak bilangannya  $1+2+3=6$   
P : " terus diapokan lagi?"  
S : "kan jumlah ikan mereka 78, langsung bagi saya 6 dapatlah 13"  
P : "13 itu apo?"  
S : " jumlah ikan adit, dibuktikan cak ini (menunjuk jawabannya) benar

Strategi yang digunakan subjek RW pada soal nomor 2 yaitu menggunakan strategi membuat gambar dengan menebak dan menguji Terlihat dari langkah penyelesaiannya. Langkah pertama adalah menggambar persegi panjang,selanjutnya dengan menebak angka. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban RW:

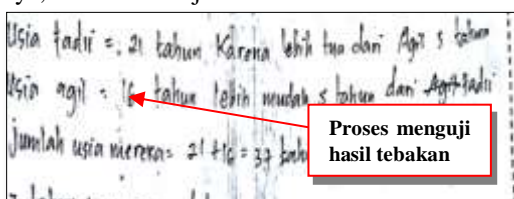


Gambar 15 Strategi Soal No.2 Subjek Penelitian RW

Strategi yang digunakan subjek RW didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

S : "aku buat gambar persegi panjang dan rumus keliling"  
P : "biso dak dijelaskan cara ini!"(menunjuk jawaban)  
S : "rumus keliling kan ado dan kelilingnya diketahui jadi aku langsung tetebak panjang 24 dan lebar 19(soalnya lebarnya kurang 5 dari panjangnya), dimasukkan dirumus keliling kelilingnya samo"  
P : " langsung tetebak yo?"  
S : "aku buat dikertas lain, ku cubo angka lain sebelum angka 24 dan 19"

Strategi yang digunakan subjek AW pada soal nomor 3 yaitu menggunakan strategi menebak dan menguji Terlihat dari langkah penyelesaiannya, Untuk lebih jelasnya, berikut hasil jawaban RW:



Gambar 16 Strategi Soal No.3 Subjek Penelitian RW

Strategi yang digunakan subjek AW didukung saat subjek diwawancara sebagaimana berikut:

S : "nebak-nebak"  
P : "hmm, cakmano cara nebaknyo?"  
S : " kan disoal jumlah usia mereka diketahui, jadi aku tebak usia fadli dan agil yang jumlah usianya 37 "  
P : "tapi kan disoal usia fadli kan 5 tahun lebih tua dari agil?"  
S : " yo, jadi setiap aku nebak usia fadli, usia agil aku kurangkan"  
P : "hasilnyo berapo jadi?"  
S : " kan yang ditanyo usia mereka 7 tahun yang akan datang.jadi, setelah aku dapat usia mereka masing-masing, ku tambahkan 7 dapatlah hasilnya."

Berdasarkan uraian diatas, subjek penelitian RW dalam menyelesaikan soal pemecahan masalah menggunakan strategi mencoba-coba untuk soal nomor 1 , dan untuk soal nomor 2 dan nomor 3 strategi yang digunakan yaitu strategi menebak dan menguji tetapi hasil tebakan yang salah tidak ditulis dilembar jawaban, hanya hasil tebakan yang benar ditulis di lembar jawaban, Hal ini diketahui ketika subjek RW diwawancara.

Untuk mempermudah menggambarkan hasil wawancara peneliti dengan kelima subjek penelitian, peneliti menyimpulkan uraian-uraian di atas ke dalam tabel berikut:

Tabel 2 Ringkasan Strategi Penyelesaian Siswa

No soal	Strategi yang di gunakan	Ringkasan
1	a. Menebak dan menguji	MJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi menebak dan menguji.
	b. Mencoba-coba	RW menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi mencoba-coba
	c. Membuat gambar atau diagram (pohon faktor)	HJ dan AH menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi membuat gambar atau diagram (pohon faktor) dianggap mudah dan praktis
	d. Menulis kalimat terbuka	AS mampu memahami masalah dengan mengubah soal ke dalam notasi $A, 2A,$ dan $3A$ serta kalimat terbuka $78 = A + 2A + 3A$
2	a. Membuat tabel	HJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan tabel,



		strategi ini didapat dari pengalaman pribadi
	b. Membuat gambar	RW, AH, dan MJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi membuat gambar yaitu gambar persegi panjang
	c. Menebak dan menguji	RW, AH, dan MJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi menebak dan menguji
	d. Menulis kalimat terbuka	AS mampu memahami masalah dengan mengubah soal ke dalam model matematika
3	a. Membuat tabel	HJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan tabel, strategi ini didapat dari pengalaman pribadi
	b. Menebak dan menguji	RW, AH, dan MJ menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi menebak dan menguji
	c. Menulis kalimat terbuka	AS mampu memahami masalah dengan mengubah soal ke dalam model matematika

Strategi yang digunakan siswa umumnya berbeda satu sama lain. Pengetahuan akan berbagai strategi akan membentuk siswa untuk menyelesaikan masalah dengan berbagai cara/strategi. Dari berbagai strategi yang digunakan kelima subjek penelitian sudah menghasilkan jawaban yang benar.

Berdasarkan hasil penelitian, Soal nomor 1 adalah soal uraian materi persamaan linear, Soal ini merupakan soal setengah terbuka, yaitu dengan satu jawaban benar tetapi dapat dicari dengan berbagai cara penyelesaian (Beck, 2005). Hal ini tampak dari berbagai cara yang digunakan kelima subjek penelitian untuk menyelesaikan soal tes nomor 1. Cara, langkah, teknik, atau tahapan bekerja yang digunakan seseorang dalam menyelesaikan soal-soal pemecahan masalah disebut strategi pemecahan masalah.

Dari hasil tes dan hasil wawancara, diketahui bahwa soal ini dapat diselesaikan dengan 5 strategi, yaitu strategi menebak dan menguji, strategi menulis kalimat terbuka, strategi membuat gambar atau diagram (pohon faktor), strategi mencoba-coba dan

strategi membuat tabel. Hasil wawancara dengan kelima subjek penelitian didapatkan bahwa memilih cara atau strategi yang mudah dan praktis adalah alasan mereka menggunakan strategi tersebut. Ini sesuai dengan pendapat Aisyah (2007), bahwa strategi dipilih sebagai suatu teknik penyelesaian soal-soal pemecahan masalah yang bersifat praktis. Berdasarkan hasil tes tertulis, kelima subjek penelitian menemukan empat strategi, yaitu strategi menebak dan menguji, membuat gambar atau diagram (pohon faktor), mencoba-coba dan strategi menulis kalimat terbuka. Berdasarkan hasil wawancara, strategi menebak dan menguji, membuat gambar atau diagram, mencoba-coba yang digunakan siswa didapat dari pengalaman pribadi siswa, karena menggunakan logika. Sedangkan strategi menulis kalimat terbuka yang digunakan siswa didapat saat pembelajaran di kelas.

Berdasarkan hasil penelitian, Soal nomor 2 adalah soal uraian yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yaitu mengenai kolam renang. Soal ini merupakan soal setengah terbuka, yaitu dengan satu jawaban benar tetapi dapat dicari dengan berbagai cara penyelesaian (Beck, 2005). Hal ini tampak dari berbagai cara yang digunakan kelima subjek penelitian untuk menyelesaikan soal tes nomor 2. Cara, langkah, teknik, atau tahapan bekerja yang digunakan seseorang dalam menyelesaikan soal-soal pemecahan masalah disebut strategi pemecahan masalah.

Dari hasil tes dan hasil wawancara, diketahui bahwa soal ini dapat diselesaikan dengan 3 strategi, yaitu strategi menebak dan menguji, strategi membuat tabel dan strategi menulis kalimat terbuka. Hasil wawancara dengan kelima subjek penelitian didapatkan bahwa memilih strategi yang paling tepat sangat diperlukan pemahaman yang baik tentang materi itu sendiri. Ini sesuai dengan pendapat (Kriswandani, 2010). bahwa memilih strategi yang paling tepat dalam menyelesaikan soal-soal pemecahan masalah matematika sangat diperlukan pemahaman yang baik tentang materi itu sendiri.

Berdasarkan hasil tes tertulis, subjek penelitian RW, AH, dan MJ menemukan satu strategi, yaitu strategi menebak dan menguji. Subjek penelitian HJ hanya satu strategi, yaitu strategi membuat tabel, Dan subjek penelitian AS hanya satu strategi yaitu menulis kalimat terbuka. Berdasarkan hasil wawancara, strategi menebak dan menguji dan membuat tabel yang digunakan siswa didapat dari pengalaman pribadi siswa, karena menggunakan logika. Sedangkan strategi menulis kalimat terbuka yang digunakan siswa didapat saat pembelajaran di kelas.

Berdasarkan hasil penelitian, Soal nomor 3 adalah soal uraian yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yaitu mengenai usia. Soal ini merupakan soal

setengah terbuka, yaitu dengan satu jawaban benar tetapi dapat dicari dengan berbagai cara penyelesaian (Mahmudi, 2008). Hal ini tampak dari berbagai cara yang digunakan kelima subjek penelitian untuk menyelesaikan soal tes nomor 3. Cara, langkah, teknik, atau tahapan bekerja yang digunakan seseorang dalam menyelesaikan soal-soal pemecahan masalah disebut strategi pemecahan masalah.

Dari hasil tes dan hasil wawancara, diketahui bahwa soal ini dapat diselesaikan dengan 3 strategi, yaitu strategi menebak dan menguji, strategi membuat tabel dan strategi menulis kalimat terbuka. Hasil wawancara dengan kelima subjek penelitian didapatkan bahwa memilih cara atau strategi yang mudah dan yang terbiasa adalah alasan mereka menggunakan strategi tersebut. Ini sesuai dengan pendapat Setiawan (2007), bahwa Siswa harus mencari penyelesaian alternatif untuk suatu soal, mereka harus terbiasa dengan lebih dari satu penyelesaian.

Berdasarkan hasil tes tertulis, subjek penelitian RW, AH, dan MJ menemukan satu strategi, yaitu strategi menebak dan menguji. Subjek penelitian HJ hanya satu strategi, yaitu strategi membuat tabel, Dan subjek penelitian AS hanyasatu strategi yaitu menulis kalimat terbuka. Berdasarkan hasil wawancara, strategi menebak dan menguji dan membuat tabel yang digunakan siswa didapat dari pengalaman pribadi siswa, karena menggunakan logika. Sedangkan strategi menulis kalimat terbuka yang digunakan siswa didapat saat pembelajaran di kelas.

Dari hasil tes tertulis dan wawancara, berbagai strategi yang digunakan siswa, strategi yang paling banyak muncul adalah strategi menebak dan menguji. Strategi ini terbukti lebih efektif dan lebih efisien dibanding strategi lainnya dalam menyelesaikan soal yang diberikan. Namun dalam menggunakan strategi ini, siswa harus benar-benar memahami soal dan mengecek lagi tebakannya. Karena jika tidak cermat, siswa yang menggunakan strategi ini akan merasa jawabannya sudah benar, namun kenyataannya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Seperti yang terjadi pada soal nomor 2, proses yang dilakukan siswa sudah sesuai dengan maksud soal dan tidak ada kesalahan dalam operasinya, namun siswa kurang cermat dalam melihat hubungan antara tebakan yang dilakukan dengan situasi dalam cerita. Sehingga memberikan jawaban yang kurang tepat. Strategi ini sangat efektif dan efisien digunakan siswa untuk menyelesaikan soal-soal cerita berbentuk uraian, ataupun soal-soal yang berbentuk pilihan ganda.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan siswa dalam

menyelesaikan soal pemecahan masalah materi persamaan linear satu variabel yaitu:

1. a). Untuk soal pertama dari lima subjek penelitian, Terdapat satu subjek menggunakan Strategi menulis kalimat terbuka, satu subjek menggunakan strategi menebak dan menguji, dua subjek menggunakan strategi membuat diagram atau gambar ( pohon faktor) dan satu subjek menggunakan strategi mencoba-coba.
  - b). Untuk soal kedua, dari lima subjek penelitian, terdapat tiga subjek menggunakan strategi membuat gambar serta menebak dan menguji, satu subjek menggunakan strategi menulis kalimat terbuka dan satu subjek menggunakan strategi membuat tabel.
  - c). Untuk soal ketiga, dari lima subjek penelitian, Terdapat tiga subjek menggunakan strategi menebak dan menguji, satu subjek menggunakan strategi menulis kalimat terbuka dan satu subjek menggunakan strategi membuat tabel.
2. Strategi yang digunakan siswa dalam menyelesaikan masalah tergantung pada kekhasan soal yang diberikan.

## REFERENSI

- Afifah, Sartina Nuha. 2016. Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Kelas VII.1 Dalam Pembelajaran Berbasis Proyek Materi Aritmatika Sosial Di SMP Negeri 1 Palembang. *Skripsi*. Inderalaya: FKIP Unsri.
- Aini, R.N. & Siswono, T.Y.E. (2014). Analisis Pemahaman Siswa SMP dalam Menyelesaikan Masalah Aljabar pada PISA. *MATHEdunesa JIPM*. 2(3):158-164. Retrieved 20 Desember 2017, from [http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/mathe\\_dunesa/article/view/8718/11684](http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/mathe_dunesa/article/view/8718/11684).
- Aisyah, N. (2007). Pendekatan Pemecahan Masalah. Retrieved 28 November 2017, from <http://www.scribd.com/doc/87565520/SESI-5-Pendekatan-Pemecahan-Masalah>. Diakses
- Ariani, Suci. 2016. Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Pada Pembelajaran Matematika Menggunakan Strategi Abduktif-Deduktif di SMA Negeri 1 Indralaya Utara. *Skripsi*. Inderalaya: FKIP Unsri.
- Beck, Pam. 2005. *Mathematics Assesment a Practical Handbook of Grades 6-8*. USA: NCTM.
- Depdiknas. 2006. *Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Jakarta: Depdiknas.
- Herlambang, 2013. Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Kelas VII-A

- SMP Negeri 1 Kepahiang Tentang Bangun Datar Ditinjau Dari Teori Van Hiele. Tesis. Bengkulu: PPS Universitas Bengkulu.
- Isra, Nosa. 2014. Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa pada Materi Garis Singgung Lingkaran Melalui Penerapan Strategi Think Talk Write di SMP Negeri 17 Palembang. *Skripsi*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Kemendikbud. 2012. *Pengembangan Kurikulum 2013*. Jakarta: Depdiknas. Kemendiknas. 2013. *Standar Kompetensi Lulusan*. Jakarta: Depdiknas.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. 2017. *Matematika Edisi Revisi : Buku Siswa*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kriswandani, Ratu, M., Indrajaya, E.S. 2010. Strategi Pemecahan Masalah Dalam Menyelesaikan Soal Cerita Pada Materi SPLDV Siswa Kelas VIII SMP Kristen 2 Salatiga. *Jurnal*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Mahmudi, A. (2008). Mengembangkan soal terbuka (open-ended problem) dalam pembelajaran matematika. Disajikan dalam *Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika yang Diselenggarakan oleh Jurusan Pendidikan Matematika FMIPA UNY Yogyakarta*. 28 Nopember 2008, FMIPA UNY.
- NCTM. (2000). *Principles and Standards for School Mathematics*. USA: The National Council of Teacher Mathematics inc.
- Noor, A.J., & Norlaila. (2014). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Dalam Pembelajaran Matematika Menggunakan Model Cooperative Script. *EDU-MAT Jurnal Pendidikan Matematika*. 2(3): 250-259.
- Nursyahidah, Faridah. 2011. Belajar Matematika: Soal Pemecahan Masalah Dengan Strategi *Intelligent Guessting Andtesting*. Retrieved 29 November 2017, from <http://faridahnursyahidah.wordpress.com>.
- Permendikbud. (2014). *Standar Isi untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Permendiknas. 2006. *Standar Isi*. Jakarta: Depdiknas.
- Polya. G (1973). *How to Solve It*. Princenton, New Jersey: Princenton universityPress. Retrieved 20 November 2017, from [https://notendur.hi.is/hei2/teaching/Polya\\_HowtoSolveIt.pdf](https://notendur.hi.is/hei2/teaching/Polya_HowtoSolveIt.pdf).
- Posamentier, Alfred S dan Krulik, Stephen. 1998. *Problem – Solving Strategies For Efficient & Elegant Solutions*. California: CorwinPress, INC.
- Rey. ( 1978 ). *Buku Pengembangan Pembelajaran Matematika SD*. Retrieved 15 Januari 2018, from <https://robertmath4edu.wordpress.com/2009/01/15/proses-dan-strategi-pemecahan-masalah/>.
- Rofiqoh, Zeni. 2015. Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Kelas X Dalam Pembelajaran *Discovery Learning* Berdasarkan Gaya Belajar. *Skripsi*. Semarang: MIPA Universitas Negeri Semarang.
- Sani, Ridwan. 2013. *Inovasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiawan. 2010. *Strategi Umum Problem Solving dalam Pembelajaran Matematika*. Jurnal.
- Shadiq, F. (2004 ). Strategi Pemecahan Masalah. Retrieved 20 Desember 2017, from <https://robertmath4edu.wordpress.com/2009/01/15/proses-dan-strategi-pemecahan-masalah/>.
- Shahabiyah. 2008. Penggunaan Strategi Pemecahan Masalah Pada Pembelajaran Matematika Siswa di Kelas X SMA Negeri 18 Palembang. *Skripsi*. Indralaya: FKIP Universitas Sriwijaya
- Siagian. (2016). Metakognisi Siswa Dalam Menyelesaikan Masalah Sistem Persamaan Linear Tiga Variabel Di Sekolah Menengah Atas. *JIPP Vol 5, No 06* (2016) Retrieved 23 Januari 2018, from <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/15776/13841>.
- Sroyer, A. (2013). Pentingnya Quantitative Reasoning (QR) dalam Problem Solving. Disajikan dalam *Prosiding SNMPM*, 2013, Universitas Sebelas Maret.
- Suandito, B. (2009). Pengembangan Soal Matematika Non Rutin di SMA Xaverius 4 Palembang. *Tesis*. Palembang: Pascasarjana Unsri.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suherman, E. 2001. *Strategi Pembelajaran Matematika Kontemporer*. Bandung: JICA.
- Susanto, Ahmad. 2012. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Wijayanti, Dyana. 2010. Analisis Soal Pemecahan Masalah pada Buku Sekolah Elektronik Pelajaran Matematika SD/MI. *Jurnal*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang