

# Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Konsumen Membeli Motor Yamaha Nmax 155

**Roby Irzal Maulana**

Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, [robzirzalmaulana@gmail.com](mailto:robzirzalmaulana@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Menurut Theory of Reasoned Action dari Fishbein dan Ajzen, menyatakan bahwa tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat seseorang untuk bertindak. Faktor yang mempengaruhi niat adalah sikap pada tindakan, dan norma subyektif menyangkut persepsi seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Jumlah sampel penelitian dalam penelitian ini sebanyak 80 orang konsumen. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa sikap dan norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor.

**Kata Kunci :** sikap, norma subyektif, niat konsumen membeli produk

## **ABSTRACT**

*According to the Theory of Reasoned Action of Fishbein and Ajzen, states that a person's actions are the realization of a desire or intention of a person to act. Factors affecting the intention is the attitude in action, and subjective norms regarding the perception of a person. This study aims to determine the effect of attitudes and subjective norms on consumer intentions to buy a motorcycle Yamaha Nmax 155 in PT Yamaha Motor South Tangerang. Total sample in this study as many as 80 customers. Data collected by observation, interview, documentation and study questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. Based on the analysis states that the attitude and subjective norm positive effect on consumer intentions to buy a motorcycle Yamaha Nmax 155.*

**Keywords:** *attitude, subjective norm, consumer intentions to buy the product*

*Naskah diterima : 16 Juni 2019, direvisi : 28 Juni 2019, diterbitkan : 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam pada semua bidang usaha, baik usaha di pasar domestik maupun di pasar internasional. Perkembangan dunia bisnis yang sangat cepat membuat pihak-pihak di dalamnya harus bekerja lebih keras agar keberadaannya tetap diakui oleh pelanggan mereka. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya berdiri perusahaan baru dan semakin berkembangnya perusahaan yang ada. Bervariasinya merek dan jenis produk yang ditawarkan di pasaran menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat hanya berdiam diri dalam melakukan bisnisnya. Keadaan seperti ini tentu saja menimbulkan banyak persaingan di antara perusahaan yang menghasilkan produk sejenis maupun perusahaan yang menghasilkan produk yang berbeda dalam merebut pasar. Saat ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memahami serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas serta harga yang bersaing, hal ini bertujuan agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen.

Sepeda motor adalah kendaraan roda dua yang sangat dibutuhkan dan digunakan masyarakat Tangerang Selatan, khususnya sebagai sarana transportasi yang praktis. Kendaraan bermotor roda dua sebagai salah satu sarana transportasi darat, dewasa ini semakin meningkat pemakaiannya. Jumlah penduduk Tangerang Selatan sampai tahun 2019 yaitu sebanyak 4.104.900 orang (<http://bali.bps.go.id>, 2015) menjadi potensi pangsa pasar yang menjanjikan bagi industri sepeda motor, dengan jumlah terbesar ada di Kota Tangerang Selatan yaitu 708.454 orang.

Saat ini para produsen motor masih menganggap Tangerang khususnya Kota Tangerang Selatan sebagai salah satu pasar yang paling prospektif karena permintaan konsumen masih tetap tinggi. Ini artinya peluang mengisi pasar otomotif terutama kendaraan roda dua di Tangerang Selatan masih terbuka lebar. Mewabahnya motor maxi matic di kalangan konsumen Tangerang Selatan juga merupakan fenomena tersendiri yang tidak terjadi di daerah-daerah lain untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Mas'ud (2012) studi tentang sikap merupakan kunci untuk dapat memahami mengapa seseorang berperilaku. Disamping itu, sikap merupakan hasil evaluasi yang mencerminkan rasa suka atau tidak suka terhadap objek, sehingga dengan mengetahui hasil evaluasi tersebut, kita dapat menduga seberapa besar potensi pembelian seseorang. Pernyataan ini dipertegas oleh Fausiah dan Wahyu (2010) yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku adalah derajat penilaian atau kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) positif atau negatif seseorang terhadap suatu perilaku. Sikap ini ditentukan oleh *beliefs* seseorang mengenai konsekuensi positif atau negatif dari melakukan suatu perilaku (*behavioral beliefs*), ditimbang berdasarkan hasil evaluasi dari konsekuensi berperilaku tersebut (*outcome evaluation*).

### KAJIAN LITERATUR

PT Yamaha Motor adalah salah satu main dealer resmi sepeda motor merek Yamaha yang bergerak dalam bidang penjualan dan perawatan kendaraan. Dengan menjual berbagai macam produk sepeda motor yang menarik, fitur yang beragam dan berkualitas maka akan dengan mudah menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Adapun jumlah konsumen untuk masing-masing jenis

sepeda motor Yamaha di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa PT Yamaha Motor Tangerang Selatan menjual berbagai jenis sepeda motor merek Yamaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Data ini menunjukkan bahwa Yamaha Nmax 155 mempunyai jumlah penjualan tertinggi dari berbagai jenis varian Yamaha yang ditawarkan.

**Tabel 1.**  
**Jumlah Konsumen Masing-masing Jenis Sepeda Motor Yamaha di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan Tahun 2019**

No.	Jenis Sepeda Motor Yamaha	Jumlah Konsumen
1	Nmax 155	1.250
2	Yamaha Vixion	850
3	Yamaha R15	524
4	Yamaha R25	432
5	Yamaha Xmax	252
6	Yamaha MT 25	223

Sumber: PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, tahun 2019.

Sepeda motor Yamaha Nmax 155 memiliki keunggulan dari segi desain eksterior, kenyamanan berkendara,

kualitas, dan keamanan serta berbagai macam warna menarik yang di tawarkan, dengan harga jual kembali yang tinggi jika dibandingkan dengan varian lainnya.

H1 : Sikap dan norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam bentuk asosiatif yang menunjukkan hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dari sikap dan norma subyektif terhadap niat konsumen membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155. Penelitian ini dilakukan di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, yang beralamat di Jalan Raden Saleh Karang Tengah, Kota Tangerang Selatan Banten. Alasan dalam memilih lokasi penelitian di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan karena terletak pada lokasi yang sangat strategis di pusat kota dan pada wilayah perumahan, perkantoran, dan perdagangan sehingga strategis dalam menjalankan usaha. Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran, yaitu sikap, norma subyektif, dan niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 (Y).

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain (Sugiyono, 2012). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sikap (X1) dan norma subyektif

(X2). Definisi variabel penelitian secara operasional berkaitan dengan obyek penelitian, dibatasi oleh tempat dan faktor-faktor penentu (indikator) variabel, yaitu sikap (X1), norma subyektif (X2), dan niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 (Y).

Definisi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.**

Identifikasi dan Indikator-Indikator Variabel			
No Variable	Indikator	Notasi	Sumber
1 Sikap (X1)	a. Desain produk.	X1.1	Pradipra dan Suprapti
	b. Harga produk.	X1.2	Suprapti (2013)
	c. Kualitas produk.	X1.3	(2013)
	d. Karyawan paham kebutuhan konsumen	X1.4	Witnyana, IB
	e. Perhatian dan fasilitas dengan teknologi yang memadai.	X1.5	Gede (2014)
2 Norma subyektif (X2)	a. Pendapat orang tua	X2.1	
	b. Pendapat saudara (kandung/keuarga)	X2.2	Pradipra dan Suprapti (2013)
	c. Pendapat sahabat	X2.3	Witnyana, IB Gede (2014)
	d. Pendapat teman.	X2.4	
3 Niat konsumen			
dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 (Y)	Jumlah hasil perkalian sikap dengan bobotnya bobotnya dan norma subyektif dengan bobotnya		Pradipra dan Suprapti (2013) Witnyana, IB Gede (2014)

Sumber: Model reasoned action modifikasi dan Fishbein dan Ajzen (Suprapti, 2010:147).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data kuantitatif yang berupa angka-angka dan dapat dihitung, seperti jumlah konsumen dan skor jawaban kuesioner sikap, norma subyektif, dan skor niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155, serta data kualitatif yang tidak berupa angka-angka dan tidak dapat dihitung, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan aktivitas pemasaran PT Yamaha Motor Tangerang Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan tahun 2019, sebanyak 1.200 orang konsumen. Sebagai bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi (Mulyono, 2010:173). Sampel

dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Umar, 2011:108), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N e} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase kelongaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Diketahui:

N = 1.202 orang konsumen

e = 10 persen atau 0,1

Perhitungan ukuran sampel: 1.202

$$n = \frac{1.202}{1 + 1.202 (0,1)2}$$

$$= \frac{1.202}{1 + 1.202 (0,01)}$$

$$= \frac{1.202}{13,02}$$

$$n = 92,32 = 92 \text{ orang}$$

(dibulatkan)

Hasil perhitungan tersebut diketahui jumlah sampel penelitian sebanyak 80 orang konsumen sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu metode penentuan sampel non-probabilitas dengan beberapa kriteria pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:122). Kriteria yang dimaksud adalah: 1) sampel adalah konsumen yang menggunakan sepeda

motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, dan 2) berpendidikan minimal SMA dengan usia minimal 21 tahun. Kriteria yang kedua dengan sengaja ditentukan agar responden memahami dengan baik substansi butir-butir pernyataan dalam kuesioner.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pimpinan dan karyawan perusahaan yang berkompeten yang berhubungan dengan penelitian, seperti sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, deskripsi jabatan, aktivitas pemasaran di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan dan keluhan konsumen berkaitan dengan atribut sepeda motor Yamaha Nmax 155 yang mempengaruhi sikap konsumen. Penelitian ini juga menggunakan kuesioner yang disebar ke responden (konsumen) berkaitan dengan niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, sikap, dan norma subyektif. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Riduwan dan Sunarto (2012:29) skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap jawaban kuisisioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala Likert sebagai berikut : 1) Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1; 2) Tidak Setuju (TS), diberi skor 2; 3) Cukup Setuju (CS), diberi skor 3; 4) Setuju (S), diberi skor 4; dan 5) Sangat Setuju (SS), diberi skor 5.

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian penting dilakukan didalam suatu penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk

mendapatkan data dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga diharapkan nanti hasil penelitian akan menjadi valid. Menurut Sugiyono (2012:172), ketentuan suatu instrumen dikatakan valid atau sah apabila memiliki koefisien korelasi Pearson Product Moment ( $r$ ) > 0,3 dengan alpha sebesar 0,05. Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu instrumen dikatakan reliable, apabila memiliki koefisien alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Setelah diketahui validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, maka selanjutnya baru dilakukan analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda ini dipergunakan untuk menjawab Hipotesis 1 dan Hipotesis 2. Model regresi berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ei \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:  
 $\hat{Y}$  = Niat konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario Techno 125 CBS  
 $\alpha$  = Nilai konstanta  
 $X_1$  = Sikap  
 $X_2$  = Norma subyektif  
 $\beta_1$  = Koefisien regresi dari sikap ( $X_1$ )  
 $\beta_2$  = Koefisien regresi dari norma subyektif ( $X_2$ )  
 $ei$  = Faktor residual

**PEMBAHASAN**

Karakteristik responden pada penelitian ini dilihat dari beberapa kriteria, yaitu: umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Karakteristik tersebut disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3 menjelaskan karakteristik responden penelitian di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Dilihat dari umur, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen yang berumur antara 31-40 tahun lebih banyak dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, yakni 44 orang, dengan persentase terbesar yaitu 47,83 persen. Hal ini disebabkan karena usia 31 sampai dengan 40 tahun adalah usia yang paling produktif dalam melakukan aktivitas, termasuk dalam pembelian produk.

Dilihat dari persentase jenis kelamin, konsumen laki-laki mempunyai persentase yang lebih besar dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan yaitu sebanyak 62 orang atau sebesar 67,39 persen dibandingkan dengan konsumen perempuan yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 32,61 persen.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden di PT Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan**

No	Karakteristik	Keterangan	jumlah	
			Orang	% (Persen)
1	Umur	21-30 tahun	17	18,48
		31-40 tahun	44	47,83
		41-50 tahun	20	21,74
		> 50 tahun	11	11,95
		<b>jumlah</b>	<b>99</b>	<b>100,00</b>
2	jenis kelamin	laki-laki	62	67,39
		perempuan	30	32,61
	<b>jumlah</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>	
3	pendidikan terakhir	SD	3	3,26
		SMP	4	4,35
		SMA	41	44,57
		Diploma	10	10,87
		S1	26	28,25
		S2	8	8,70
		<b>jumlah</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>
4	pekerjaan	petani	4	4,35
		pegawai negeri sipil	13	14,13
		pegawai swasta	23	25,00
		guru atau dosen	4	4,35
		pedagang	18	19,57
		wiraswasta	19	20,65
		dokter	5	5,43
TNI/polri	6	6,52		
	<b>jumlah</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>	
5	pendapatan perbulan	<3.000.000	36	39,13
		3.000.00 – 5.000.000	39	42,39
		>5.000.000	17	18,48
		<b>jumlah</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data diolah (2019)

Dilihat dari persentase jenis kelamin, konsumen laki-laki mempunyai persentase yang lebih besar dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan yaitu sebanyak 62 orang atau sebesar 67,39 persen dibandingkan dengan konsumen perempuan yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 32,61 persen.

Tingkat pendidikan terakhir konsumen yang mendominasi dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan adalah SMA yaitu sebanyak 41 orang atau sebesar 44,57 persen, selanjutnya adalah S1 sebanyak 26 orang atau sebesar 28,25 persen, Diploma sebanyak 10 orang atau sebesar 10,87 persen, S2 sebanyak 8 orang atau sebesar 8,70 persen, SMP sebanyak 4 orang atau sebesar 4,35 persen dan terakhir adalah SD sebanyak 3 orang atau sebesar 3,26 persen.

Dilihat dari jenis pekerjaan konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, pembelian didominasi

oleh pegawai swasta yakni sebanyak 23 orang atau sebesar 25 persen.

Ditinjau dari pendapatan diketahui responden dengan pendapatan Rp.3.000.000,- sampai Rp.5.000.000,- per bulan adalah yang terbanyak membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan yaitu 39 orang atau sebesar 42,39 persen. selanjutnya pendapatan kurang dari Rp.3.000.000,- per bulan adalah 36 orang atau sebesar 39,13 persen dan pendapatan lebih dari Rp.5.000.000,- per bulan sebanyak 17 orang atau sebesar 18,48 persen

Pengujian validitas dan reliabilitas masing-masing instrumen penelitian yang diperoleh dari jawaban kuesioner sangat penting dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliable. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliable berarti instrumen penelitian tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

No	Komponen	Item Pernyataan	validitas		reliabilitas	
			koefisien korelasi	keterangan	cronbach alpha	keterangan
1.	Keyakinan (b)	b1	0,843	valid	0,837	reliable
		b2	0,822	valid		
		b3	0,652	valid		
		b4	0,774	valid		
		b5	0,815	valid		
2.	Evaluasi (e)	e1	0,684	valid	0,772	reliable
		e2	0,603	valid		
		e3	0,809	valid		
		e4	0,752	valid		
		e5	0,779	valid		
3.	Keyakinan normatif (NB)	NB1	0,793	valid	0,832	reliable
		NB2	0,810	valid		
		NB3	0,864	valid		
		NB4	0,797	valid		
4.	Motivasi (MC)	MC1	0,789	valid	0,820	reliable
		MC2	0,852	valid		
		MC3	0,728	valid		
		MC4	0,847	valid		

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4 maka dapat ditunjukkan bahwa instrumen penelitian variabel sikap (keyakinan dan evaluasi) dan variabel norma subyektif (keyakinan normatif dan motivasi) seluruhnya adalah valid dan reliable. Dikatakan valid karena memiliki koefisien korelasi  $> 0,30$  dan reliable karena koefisien Cronbach alpha  $> 0,60$ . Hal ini berarti instrumen penelitian adalah sah yaitu pernyataan-pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut dan handal karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Analisis tersebut diolah dengan paket program komputer, yaitu Statistical Package for Social Science (SPSS). Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan

distribusi data artinya data memusat pada nilai rata-rata (mean) dan median (Ghozali, 2012). Keputusan untuk menentukan normal atau tidaknya distribusi data, dilakukan dengan analisis statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, seperti pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

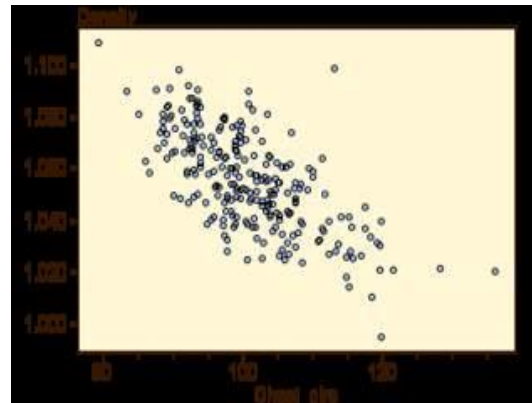
	Unstandardized Residual
N	92
Kolmogorov-Smirnov Z	1,131
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,155

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,155 lebih besar dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

Uji heteroskedastisitas artinya uji yang dimana variance dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari Grafik Plot antara nilai-nilai prediksi variabel terikat yang terstandarisasi atau ZPRED (*standardized predicted values*) dengan nilai residualnya yang terstandarisasi atau SRESID (*standardized residual*). Gambar Scatterplot Output regression dapat dilihat pada Gambar 1.

Regression Standardized Predicted Value



**Gambar 1.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data diolah (2016)

Gambar scatterplot output regression menjelaskan bahwa penyebaran residual menunjukkan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tidak teratur. Hasil yang demikian menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (plotnya tidak terpengar dan membentuk pola tertentu). Uji multikolinearitas menyatakan bahwa dalam regresi berganda gejala korelasi antar variabel bebas seharusnya tidak ada. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance dan VIF dapat dilihat pada Tabel 6.



**Tabel 6**  
Hasil Uji Multikolinearitas

no	variable bebas	tolerance	Collinearity Statistic
1	Sikap (X1)	0,956	1,046
2	Norma Subyektif (X2)	0,956	1,046

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai VIF dibawah 10 dan nilai Tolerance dibawah 1 menjelaskan tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel sikap dan norma subyektif.

Penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 7.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda berdasarkan pada hasil koefisien regresi pada Tabel 7 adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 4,535 + 0,491 X1 + 0,426 X2 + e$$

**Tabel 7**

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Unstandardized		Standardized	t	sg
Coefficients		Coefficients		
B	std. error	beta		
4,535	2,842		1,595	0,114
0,491	0,037	0,673	13,404	0,000
0,426	0,047	0,453	9,015	0,000
		0,786		
		163,088		
		0,000		

19)

Uji Simultan (Uji F), berdasarkan hasil perhitungan uji F menunjukkan nilai dari uji F dalam penelitian sebesar 163,088 dengan signifikansi uji F sebesar  $0,0000,000 < 0,05$  yang artinya model regresi ini layak untuk digunakan.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan seberapa jauh kemampuan variable bebas (independen) menerangkan variabel terikatnya (dependen). Berdasarkan Tabel 6 nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,786, ini berarti kontribusi secara simultan antara perubahan sikap dan norma subyektif terhadap perubahan niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 adalah sebesar 78,60 persen, sedangkan sisanya 21,40 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar perubahan sikap dan norma subyektif yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis 1, dari hasil perhitungan Tabel 7 diperoleh nilai t hitung sebesar 1,595, nilai koefisien regresi variabel sebesar 4,535 dengan tingkat signifikansi uji F  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat

konsumen dalam membeli sepeda motor H Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Nilai positif menjelaskan adanya pengaruh yang searah, yaitu apabila sikap dan norma subyektif meningkat maka akan diikuti oleh meningkatnya niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Hasil penelitian sekarang sejalan dengan penelitian Cheng, dkk (2011) menemukan bahwa secara simultan sikap dan norma subyektif mengarahkan dampak positif terbesar pada niat pelanggan untuk membeli produk.

Pengujian Hipotesis 2, dari hasil perhitungan Tabel 7 diperoleh nilai t hitung sebesar 13,404, nilai koefisien regresi variabel sikap sebesar 0,491 dengan tingkat signifikansi uji t  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Nilai positif menjelaskan adanya pengaruh yang searah, yaitu apabila sikap meningkat maka akan diikuti oleh meningkatnya niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Raj (2012) diperoleh bahwa sikap konsumen berpengaruh positif terhadap niat berperilaku konsumen secara terencana.

Pengujian Hipotesis 3, dari hasil perhitungan Tabel 7 diperoleh nilai t hitung sebesar 9,015, nilai koefisien regresi variabel norma subyektif sebesar 0,426 dengan tingkat signifikansi uji t  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan

signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa norma subyektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Nilai positif menjelaskan adanya pengaruh yang searah, yaitu apabila norma subyektif meningkat maka akan diikuti oleh meningkatnya niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Hasil penelitian sekarang sejalan dengan temuan penelitian Titah dan Barki (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa norma subyektif adalah sebagai penentu untuk memprediksi niat untuk menggunakan produk.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa variabel sikap konsumen dan variabel norma subyektif, baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan bagi manajemen perusahaan adalah dengan meningkatkan komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap konsumen terhadap niat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan terutama berkaitan dengan kualitas produk. Dari segi norma subjektif, pihak manajemen perusahaan perlu lebih menguatkan niat konsumen, misalnya dengan cara mengundang konsumen beserta keluarga atau koleganya dalam berbagai kegiatan

kelompok sosial ataupun mengadakan acara di berbagai tempat dan event sebagai media mempromosikan sepeda motor Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Motor Tangerang Selatan. Selain itu bagi penelitian selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dengan menggunakan atau menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk, seperti bauran pemasaran, kualitas pelayanan dan brand equity (kualitas merek).

### REFERENSI

- Andika, Manda dan Iskandarsyah Madjid. 2012. Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala). *Eco-Entrepreneurship Seminar and Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment*, Hal. 190-197.
- Fausiah, Masyitha Muis dan Atjo Wahyu. 2010. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Karyawan Untuk Berperilaku K3 di Unit PLTD PT PLN (Persero) Sektor Tello Wilayah Sulselbar (Aplikasi TPB). *Jurnal Bagian Kesehatan dan Keselamatan Kerja FKM Unhas, Makassar*, Hal. 1-12 Vol 2, No. 5 Juli.
- Fredereca, Bunga Geofanny dan Chairy. 2010. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 3, No. 2*, Hal. 128-143.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istiana, Laili. 2010. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat dan Perilaku Beli Produk Susu Ultra High Temperature. *Jurnal Fakultas Peternakan Universitas Gajahmada, Yogyakarta*, Hal.507-512.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb Jr., Charles W. 2008. *Pemasaran, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurtantiono, Andri. 2011. Analisis Sikap Pelaku Bisnis Terhadap Perbankan Syariah di Kota Surakarta. *Jurnal Graduasi Vol. 26*, Hal. 61-74.
- Raj, Maria Antony. 2012. Consumer Attitude and Purchase Decision Towards Household Computers (With Reference to Vellore District of Tamilnadu). *Asian Journal of Research in Social Science and Humanities Vol. 2 Issue 4*, pp. 49-60.
- Riduwan dan Sunarto. 2012. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Ahmad. 2010. Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Kota Pekanbaru. *Jurnal Industri dan Perkotaan Volume XII Nomor 22*, Hal.1786-1792.

- Roring, Ferdy. 2011. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kotamobagu. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada, Yogyakarta, Volume 5 Hal.1-14.
- Sigit, Murwanto. 2011. Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 11 No. 1, Hal. 81-91.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2010. Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Denpasar: Udayana University Press.
- Umar, Husein. 2011. Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Witnyana, IB Gede. 2014. Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Nasabah Dalam Memilih Kredit Tanpa Agunan pada Bank Permata Cabang Denpasar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

#### **BIODATA PENULIS**

Roby Irzal Maulana seorang dosen dari Universitas Pamulang Program Studi Manajemen dengan jabatan fungsional Asisten Ahli, beliau menempuh pendidikan formal S1 di Universitas Jenderal Soedirman dan S2 Magister Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Jakarta

## Peran Pengungkapan Csr Dan Mekanisme Gcg Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Lela Nurlaela Wati<sup>1</sup>, Galang Raindo Syahdam<sup>2</sup>, Bono Prambudi<sup>3</sup>

STIE Muhammadiyah Jakarta,

<sup>1</sup>[lela@stiemj.ac.id](mailto:lela@stiemj.ac.id); [lela\\_nwm@yahoo.com](mailto:lela_nwm@yahoo.com)

<sup>2</sup>[raindo21@gmail.com](mailto:raindo21@gmail.com)

<sup>3</sup>[bono@stiemj.ac.id](mailto:bono@stiemj.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti peran moderasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan mekanisme *good corporate governance (GCG)* pada pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data dari 87 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam *Indonesian Stock Exchange (IDX)* selama periode 2010 sampai dengan 2015 dengan menggunakan *Moderating Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, namun kepemilikan manajerial sebagai mekanisme GCG tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja terhadap nilai perusahaan. CSR dapat membangun citra positif perusahaan dimata investor maupun masyarakat, karena dengan mengungkapkan informasi sosialnya akan menarik investor dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Kata kunci :

*Corporate Sosial Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan*

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of corporate social responsibility disclosure (CSR) and good corporate governance mechanism to the relationship of financial performance with the firm value. This study used data from 87 manufacturing companies listed in the Indonesian Stock Exchange (IDX) during the period 2010 to 2015 with Moderating Regression Analysis (MRA). The results showed that financial performance has a positive influence on firm value. CSR disclosure is able to moderate the relationship between financial performance and firm value, but managerial ownership as a GCG mechanism was unable to moderate the relationship between financial performance and firm value. The author's suggestion is to make the company more consistent and broader in CSR disclosure. CSR can build a good image of the company of investors and society, because by disclosing social information it will attract investors and have an impact on increasing the firm value.*

Keywords :

*Corporate Social Responsibility Disclosure, Good Corporate Governance, Financial Performance, Firm Value*

*Naskah diterima: 17 Mei 2019, direvisi: 01 Juli 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

**PENDAHULUAN**

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan atau laba. Dengan laba atau keuntungan yang maksimal, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kinerja keuangan yang baik akan dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan. Semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan, maka akan semakin baik pula nilai perusahaan (saham) dimata investor dan tentunya akan berpengaruh pada nilai jual saham tersebut. Begitupun sebaliknya jika kinerja keuangan menunjukkan prospek yang buruk hal tersebut tentu akan mengurangi minat investor untuk membeli saham tersebut.

Salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan adalah *Return On Assets* (ROA). ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika ROA negatif menunjukkan total aktiva yang digunakan tidak memberikan keuntungan. Informasi dari laporan keuangan tersebut mempunyai fungsi selain sebagai sarana informasi juga sebagai alat pertanggung jawaban manajemen kepada pemilik perusahaan dan gambaran indikator keberhasilan perusahaan serta bahan dalam pertimbangan pengambilan keputusan. Para investor biasanya menggunakan informasi tersebut sebagai tolok ukur dalam melakukan transaksi jual - beli saham suatu perusahaan.

Tabel 1 berikut ini menunjukkan adanya fenomena gap dalam kondisi perusahaan manufaktur pada periode 2010-2015 di Bursa Efek Indonesia yang dilihat dari aspek *Return On Assets* (ROA) dan Nilai perusahaan (Tobins Q).

**Tabel 1.** Rata-rata Tobins Q dan ROA Perusahaan Manufaktur

Tahun	Tobins Q	ROA
2010	2,01646	0,063943
2011	1,991056	0,080806
2012	2,060043	0,071942
2013	2,048503	0,060337
2014	1,964074	0,041628
2015	1,723054	0,023753

Sumber : Data BEI diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui tingkat kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA mengalami fluktuasi yang diikuti oleh Tobins Q. Secara teori kedua hal ini berkaitan erat. Modigliani dan Miller (1961) menjelaskan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Hasil positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran asset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Modigliani dan Miller (1961), Ulupui (2007), Purwaningsih dan Wirajaya (2014), serta Putri dan Wirajaya (2017) menemukan hasil bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil yang berbeda diperoleh oleh Suranta dan Pratana (2004) dimana kinerja keuangan justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Begitupula hasil penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) yang menghasilkan pengaruh negatif kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Sasongko dan Wulandari (2006) menunjukkan hasil penelitian bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang mampu menggambarkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang turut mempengaruhi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG)

ditambahkan sebagai variabel moderating yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut.

*Corporate Social Responsibility* diduga ikut berpengaruh, karena *stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada para stakeholder. Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi *corporate social responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Hal ini menunjukkan bahwa selain melihat kinerja keuangan, pasar juga memberikan respons yang positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan (Yuniasih & Wirakusuma, 2009). Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi seharusnya melaksanakan *corporate social responsibility* secara transparan. Namun kenyataannya masih banyak perusahaan yang belum melaksanakannya secara transparan. Masyarakat berharap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan manajemen, tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas.

Selain pengungkapan CSR, isu lain yang diduga memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan adalah mekanisme *Good Corporate Governance*. Wati et al (2016) dan Wati (2017) mengatakan bahwa mekanisme *Good Corporate Governance* dapat dilakukan melalui mekanisme eksternal dan internal. Mekanisme kontrol eksternal merupakan pengendalian perusahaan berdasarkan mekanisme pasar, sedangkan mekanisme internal adalah pengendalian yang dilakukan oleh dewan komisaris termasuk komite-komite di bawahnya, dewan direksi,

manajemen dan para pemegang saham, atau melalui skema insentif yang menarik dan kompetitif untuk manajemen. Selain memiliki kinerja keuangan yang baik, perusahaan diharapkan juga memiliki tata kelola yang baik pula. Pengelolaan perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Masalah *corporate governance* muncul karena terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Pemisahan ini didasarkan pada *agency theory* yang dalam hal ini manajemen cenderung akan meningkatkan keuntungan pribadinya daripada tujuan perusahaan. Perusahaan di Indonesia memiliki karakteristik yang tidak berbeda dengan perusahaan di Asia pada umumnya, dimana perusahaan dimiliki dan dikontrol oleh keluarga (Wati et. al., 2015). Meskipun perusahaan tersebut tumbuh dan menjadi perusahaan publik, namun kendali keluarga masih signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Claessens et al (2000) ditemukan bahwa pada tahun 1996 kapitalisasi pasar dari saham yang dikuasai oleh 10 perusahaan keluarga di Indonesia mencapai 57,7%. Hal ini menunjukkan rendahnya struktur kepemilikan manajerial karena sebagian besar masih didominasi oleh keluarga. Pola dan kepemilikan usaha seperti ini akan mendorong praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme, yang pada akhirnya akan menjatuhkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial merupakan salah satu mekanisme GCG yang dapat mempengaruhi insentif bagi manajemen untuk melaksanakan kepentingan terbaik dari pemegang saham.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengungkapan CSR dan GCG memoderasi pengaruh antara kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

## KAJIAN LITERATUR

*Corporate Social Responsibility (CSR)*  
*Corporate Social Responsibility (CSR)*

merupakan sebuah gagasan yang tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* saja, tetapi juga berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan. *Triple bottom line reporting* merupakan laporan yang memberikan informasi mengenai pelaksanaan kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah entitas. Apabila prinsip *triple bottom line* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan menunjukkan akuntabilitas perusahaan tidak hanya untuk kegiatan ekonomi mereka, tetapi juga untuk pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan (Deegan dalam Wati, 2018).

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Salah satu yang menerapkannya adalah perusahaan industri atau manufaktur. Karakteristik utama perusahaan manufaktur adalah mengolah bahan baku menjadi barang atau produk jadi dan siap di jual ke konsumen. Perusahaan manufaktur tentu sangat *concern* terhadap masalah lingkungan. Program *corporate social responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan manufaktur tentu akan menciptakan suatu kaitan emosional antara masyarakat dengan perusahaan apabila dikembangkan dengan baik, yang nantinya akan berdampak pada *brand awareness*, dan nantinya akan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Program kesehatan, aksi manusia dan peduli pendidikan di tanah air merupakan sedikit dari sekian banyak program yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur. Hal ini tentu saja membawa dampak positif bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan mendapatkan citra yang baik di masyarakat.

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang diberikan skor akan mengacu kepada indikator kinerja atau item yang

disebutkan dalam GRI *guidelines*. Indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial.

Total indikator kinerja mencapai 79 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktek tenaga kerja, 9 indikator Hak Asasi Manusia, 8 indikator sosial atau kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk.

### **Good Corporate Governance**

*Good corporate governance* (GCG) dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang (IICG, 2010).

Prinsip-prinsip utama dari *good corporate governance* yang menjadi indikator, sebagaimana ditawarkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah *Fairness* (Keadilan), *Disclosure* (Transparansi), *Accountability* (Akuntabilitas), *Responsibility* (Responsibilitas) dan *Independency* (Independen).

Dalam melaksanakan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen. Independensi diperlukan untuk menghindari adanya potensi konflik kepentingan yang mungkin timbul oleh para pemegang saham mayoritas. Mekanisme ini menuntut adanya rentang kekuasaan antara komposisi komisaris, komite dalam komisaris, dan pihak luar seperti auditor. Keputusan yang dibuat dan proses yang terjadi harus obyektif tidak dipengaruhi oleh kekuatan pihak-pihak tertentu.

Menurut Wati (2017) mekanisme GCG dibagi menjadi dua, yaitu *internal mechanism* (mekanisme internal), seperti komposisi dewan direksi/komisaris, kepemilikan manajerial, dan kompensasi eksekutif. Mekanisme yang kedua yaitu *external mechanism* (mekanisme eksternal), seperti pengendalian oleh pasar dan *level debt financing*. Proksi yang digunakan GCG adalah



kepemilikan manajerial sebagai mekanisme GCG internal. Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.

Kepemilikan saham yang besar dari segi ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Hal ini dapat terjadi karena dengan memberikan saham kepada manajemen maka manajemen sekaligus merupakan pemilik perusahaan sehingga akan bertindak demi kepentingan perusahaan, untuk itu kepemilikan manajerial dipandang sebagai alat untuk menyatukan kepentingan manajemen dengan pemilik (Shleifer dan Vishny, 1986).

#### **Kerangka Pikir Dan Hipotesis**

Teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Hasil positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran asset dan atau semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Ulupui (2007), Purwaningsih dan Wirajaya (2014), serta Putri dan Wirajaya (2017) menemukan bahwa kinerja keuangan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut maka dibuat hipotesis berikut:

#### **H1 : Kinerja Keuangan berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian mengenai pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan yang tidak konsisten menunjukkan adanya faktor lain yang turut menginteraksi, dimana Suranta dan Pratana (2004) dan Munawaroh (2014) menghasilkan pengaruh negatif kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, sementara Sasongko dan Wulandari (2006) menunjukkan hasil penelitian bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan..

Hasil tersebut mendorong peneliti untuk memasukkan pengungkapan CSR sebagai variabel Moderating. Penelitian ini menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel moderating dengan pemikiran bahwa pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Hasil penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2009), Handoko (2010), Yendrawati dan Pratidina (2013) menemukan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

#### **H2: Pengungkapan CSR memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.**

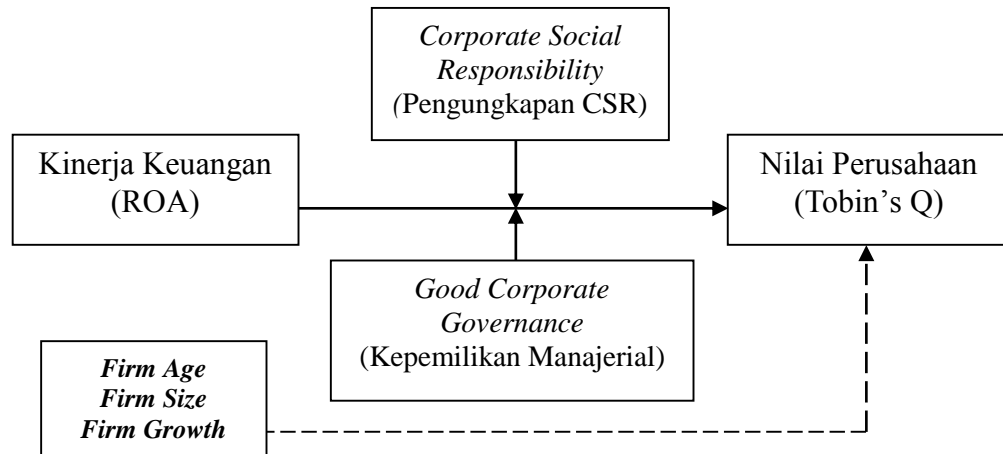
Jika perusahaan menerapkan sistem GCG, diharapkan kinerja perusahaan tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan, sehingga nilai perusahaan meningkat. Nurlela dan Islahuddin (2008) menghasilkan bahwa kepemilikan manajerial serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Handoko (2010) juga mendukung bahwa GCG mampu memoderasi pada hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis alternatif yang diajukan adalah sebagai berikut:

#### **H3: Good Corporate Governance memperkuat pengaruh antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan**

Perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan mengindikasikan terdapat variabel lain yang ikut mempengaruhi.

Dalam hal ini penulis memasukkan variabel CSR dan GCG yang nantinya akan dapat dilihat apakah variabel ini akan mempengaruhi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan atau

tidak. Oleh karena itu dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Untuk menguji sensitivitas model (*robust model*), maka penulis menggunakan variabel kontrol yaitu *firm age*, *firm size*, dan *firm growth*.

**METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur *go public* di Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian

ini adalah metode *purposive sampling*. Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria adalah 87 perusahaan dengan pengamatan dari tahun 2010-2015 (522 data panel). Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor akan mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan dalam *GRI guidelines*.

Tabel 2. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Deskripsi
Dependen: Nilai Perusahaan Pengungkapan CSR	Tobins Q = (Market Value + T. Debt)/T. Asset $CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$
Independen: GCG (Kepemilikan Manajerial) Return on Assets Size Growth Firm Age	Variabel Dummy : 1 : Jika mengungkapkan CSR 0 : Jika tidak mengungkapkan CSR <u>% Kepemilikan saham (Direksi + Komisaris)</u> <u>Jumlah Saham Beredar</u> Earning After Tax dibagi Total Aset Logaritme dari Total Asset $\Delta$ Penjualan / Penjualan $t_0$ Umur perusahaan dimulai dari listing di pasar modal

Sumber: Diolah untuk Keperluan Penelitian

Untuk menguji hipotesis, maka digunakan model regresi sebagai berikut:

$$TOBINSQ = \alpha + \beta_1ROA_{it} + \beta_2ROA * CSR_{it} + \beta_3ROA * KM_{it} + \beta_4AGE_{it} + \beta_5SIZE_{it} + \beta_6GROWTH_{it} + \epsilon... (1)$$

$$TOBINSQ = \alpha + \beta_1ROA_{it} + \beta_2ROA * CSR_{it} + \beta_3ROA * KM_{it} + \beta_4AGE_{it} + \beta_5SIZE_{it} + \beta_6GROWTH_{it} + \epsilon... (4.1)$$

Analisis atas koefisien regresi dilakukan dengan menganalisis signifikansi besaran *regression weight*. Analisis ini dilakukan untuk menunjukkan besaran dari efek menyeluruh dari satu variabel terhadap variabel lainnya (Wati, 2017). Keputusan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan dilakukan dengan syarat Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh antara dua variabel secara statistik, begitu juga sebaliknya.

### PEMBAHASAN

#### Deskripsi Variabel

Pada tabel 4.3 dibawah ini disajikan deskripsi variabel-variabel penelitian yaitu *return on assets*, Tobins Q, CSR, kepemilikan manajerial, *age*, *size*, *growth*. Jumlah perusahaan manufaktur sebanyak 87 sampel perusahaan dengan tahun pengamatan dari tahun 2010-2015 sehingga total tahun pengamatan adalah sebanyak 522 tahun perusahaan (data panel).

**Tabel 3.** Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel	N = 522			
	Min	Max	Mean	St.Dev
Tobins Q	0,27	20,05	1,9672	2,6311
ROA	-0,62	0,66	0,0571	0,1118
CSR	0	0,85	0,1713	0,1425
KM	0	0,70	0,0297	0,0925
Age	0	38,0	18,1667	7,4621
Size	4,89	8,39	6,2114	0,6701
Growth	-0,73	5,95	0,1296	0,4004

Sumber: Data BEI diolah, 2017

Berdasarkan data pada tabel 3, terlihat bahwa nilai minimum Tobins Q sebesar 0,27 dan maksimum sebesar 20,05. Sementara nilai standard deviasi Tobins Q sebesar 2,6311, dengan nilai

rata-rata Tobins Q yang dimiliki perusahaan manufaktur periode 2010-2015 adalah 1,9672. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Nusantara Inti Corpora Tbk pada tahun 2010, dan yang tertinggi PT. Astra International Tbk pada tahun 2010. Tobins Q yang memiliki nilai lebih dari satu mempunyai makna bahwa perusahaan mampu menghasilkan *earning* dengan tingkat return yang sesuai dengan harga perolehan asetnya-asetnya.

Nilai ROA minimum sebesar -0,62 dan maksimum sebesar 0,66. Sementara nilai rata-rata ROA sebesar 0,0571 dan nilai standard deviasi sebesar 0,1118. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk pada tahun 2010, sedangkan nilai ROA tertinggi dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2013.

Nilai CSR minimum sebesar 0 dan maksimum sebesar 0,85. Sementara nilai rata-rata CSR sebesar 0,1713 dan nilai standard deviasi sebesar 0,1425. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Alakasa Industrindo Tbk, PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk, PT. Indo Kordsa Tbk, sementara nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk..

Nilai KM minimum sebesar 0 dan maksimum sebesar 0,70. Sementara nilai rata-rata KM sebesar 0,0297 dan nilai standard deviasi sebesar 0,0925. Nilai kepemilikan manajerial tertinggi dimiliki oleh PT. Sat Nusapersada Tbk.

Nilai *age* minimum sebesar 0 dan maksimum sebesar 38. Sementara nilai rata-rata *age* sebesar 18,1667 dan nilai standard deviasi sebesar 7,4621.

Nilai *size* minimum sebesar 4,89 dan maksimum sebesar 8,39. Sementara nilai rata-rata *size* sebesar 6,2114 dan nilai standard deviasi sebesar 0,6701. Nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Astra International Tbk. Dan nilai terendah dimiliki oleh PT. Lionmesh Prima Tbk.

Nilai *growth* minimum sebesar -0,73 dan maksimum sebesar 5,95. Sementara nilai rata-rata *growth* sebesar 0,1296 dan nilai standard deviasi sebesar 0,4004. Nilai

tertinggi dan terendah *growth* dimiliki oleh PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk., yaitu terendah pada tahun 2013 dan tertinggi tahun 2015.

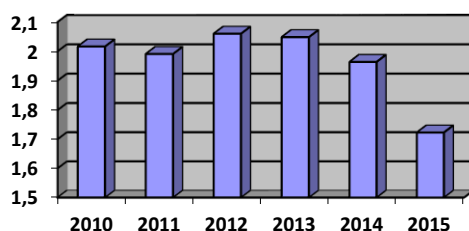
Untuk memperjelas gambaran tiap-tiap variabel, berikut rata-rata variabel tiap periode:

**Tabel 4.**Rata-rata Variabel Penelitian Periode 2010-2015

Tahun	Tobins Q	ROA	CSR	KM	Age	Size	Growth
2010	2,01646	0,063943	0,101702	0,029165	15,66667	6,065368	0,144128
2011	1,991056	0,080806	0,121199	0,029051	16,66667	6,135222	0,229621
2012	2,060043	0,071942	0,171977	0,02738	17,66667	6,191796	0,148161
2013	2,048503	0,060337	0,192783	0,027882	18,66667	6,256899	0,140823
2014	1,964074	0,041628	0,214608	0,032594	19,66667	6,292476	0,065491
2015	1,723054	0,023753	0,22552	0,031928	20,66667	6,326351	0,049367

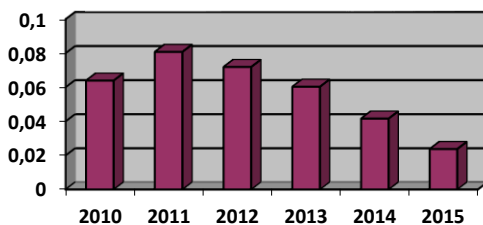
Sumber : Data BEI diolah, 2017

Berikut penjelasan gambaran rata-rata variabel dari tahun ke tahun.



**Grafik 1.** Rata-rata Tobins Q tahun 2010-2015

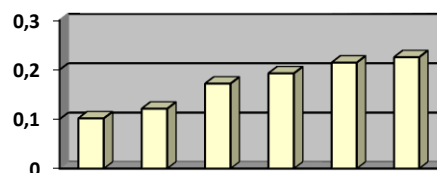
Terlihat pada grafik diatas rata-rata Tobins Q perusahaan manufaktur dari tahun 2010-2015 bernilai positif dan diatas satu, artinya perusahaan manufaktur memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi. Dari tahun 2010 sampai tahun 2015, rata-rata Tobins Q mengalami fluktuasi. Nilai Tobins Q terendah terjadi pada tahun 2015, hal ini menunjukkan bahwa krisis global berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur.



**Grafik 2.** Rata-rata ROA tahun 2010-2015

Dari grafik 2 diatas rata-rata *return on*

*assets* perusahaan manufaktur mengalami kenaikan dari tahun 2010-2012. Namun di tahun 2012-2015 *trend return on assets* mengalami penurunan. Nilai rata-rata *return on asset* terkecil terjadi di tahun 2015, hal ini merupakan imbas dari krisis global yang terjadi di tahun 2015.



**Grafik 3.** Rata-rata CSR tahun 2010-2015

Terlihat pada grafik 3 bahwa rata-rata pengungkapan CSR tiap tahunnya mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini merupakan kesadaran perusahaan manufaktur untuk terus melakukan dan mengungkapkan CSR demi menarik minat investor yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Berikut dibawah ini ditampilkan rata-rata pengungkapan CSR berdasarkan *Global Reporting Index* (GRI).

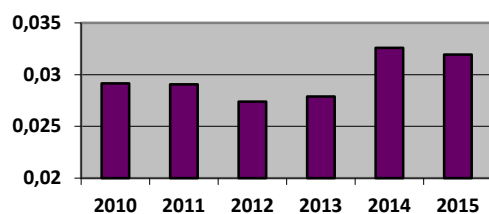
**Tabel 5.** Indeks pengungkapan CSR

Variabel	N = 522		
	Min	Max	Mean
<b>Ekonomi</b>	0	0,78	0,2146
<b>Lingkungan</b>	0	1,00	0,1866
<b>Tenaga Kerja</b>	0	0,86	0,1762

<b>HAM</b>	0	0,67	0,0605
<b>Sosial</b>	0	0,75	0,2251
<b>Produk</b>	0	1,00	0,1324

Sumber data : Data GRI diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5 diatas didapatkan bahwa tema CSR yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan manufaktur adalah CSR bidang lingkungan dan produk. Hal ini sejalan dengan sektor manufaktur yang bersinggungan langsung dengan lingkungan hidup, dimana perusahaan wajib menjaga dan melindungi lingkungan sekitar dari dampak buruk yang dihasilkan oleh industri. Begitu pula dengan tema produk, perusahaan manufaktur harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan sudah memenuhi standar kesehatan dan keamanan produk.



**Tabel 6.** Hasil Pengujian Model Penelitian

Variabel	Prediksi	Main Model	Hipotesis	Robust Model	Hipotesis
Constant		-0,0782		0,9835	
ROA	βPositif	1,1049** (2,323)	Didukung	1,29*** (2,641)	Didukung
ROA*CSR	βPositif	42,543*** (13,723)	Didukung	42,4913*** (13,477)	Didukung
ROA*KM	βPositif	-3,5818 (-0,5757)	Tidak Didukung	-8,5079 (-1,0423)	Tidak Didukung
Age	βPositif	0,0094*** (3,3111)	Didukung		
Size	βPositif	0,1428*** (4,6634)	Didukung		
Growth	βPositif	0,0250 (0,3851)	Tidak Didukung		
R <sup>2</sup>		0,5284		0,4802	
Adjusted R <sup>2</sup>		0,5229		0,4772	
Fstat		96,15		159,497	

Sumber: Data diolah, 2017

\*\*\*Didukung secara statistik pada alpha 1%, \*\* pada alpha 5%, \*10%

**Grafik 4.** Rata-rata GCG tahun 2010-2015

Kepemilikan manajerial mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Nilai rata-rata KM terendah terjadi pada tahun 2012. Dan nilai KM tertinggi terjadi pada tahun 2014. Efek dari pemilu dan krisis global yang terjadi di tahun 2014 dan 2015 justru tidak berimbas pada kepemilikan saham manajerial. Kepemilikan saham di tahun tersebut justru mengalami *trend* kenaikan.

#### Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan software *eviews* versi 9. Pengujian dilakukan dengan metode *Random Effect model* menggunakan *General Least Square (weighted cross section)* karena data panel dalam penelitian ini mempunyai jumlah waktu lebih kecil dibandingkan dengan jumlah individu (Wati, 2017) serta mengandung heteroskedastisitas. Tabel 4.2 berikut ini menjelaskan hasil pengujian hipotesis:

Hasil pengujian hipotesis pada tabel 6 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Nilai 1,1049 pada koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap kinerja keuangan naik 1 maka nilai perusahaan akan naik sebesar 1,1049 dan sebaliknya. Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earning power* semakin efisien perputaran aset atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi return saham satu tahun kedepan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007), Ulupui (2007), Purwaningsih dan Wirajaya (2014), serta Putri dan Wirajaya (2017) bahwa terdapat pengaruh positif antara kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi yang diperoleh dari interaksi ROA dengan CSR terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 42,543 dengan nilai signifikansi 5% menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara interaksi CSR terhadap kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Hasil ini mendukung hipotesis penelitian kedua dimana CSR memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Yuniasih dan Wirakusuma (2009), Handoko (2010), Yendrawati dan Pratidina (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat menjadi bahan pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena didalamnya mengandung informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa selain melihat kinerja keuangan, pasar juga memberikan respons yang positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan (Wirakusuma dan Yuniasih, 2009). Dalam UU Perseroan

Terbatas No. 40 tahun 2007 Bab IV mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini tentu menjadi pertimbangan investor dalam berinvestasi. Karena jika perusahaan tidak melakukan atau mengungkapkan CSR, maka perusahaan tersebut akan dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi tersebut nantinya akan berdampak pada menurunnya citra perusahaan dan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan dikarenakan para investor takut untuk menanamkan sahamnya di perusahaan yang memiliki citra yang buruk. Hal ini lah yang mendasari pentingnya pengungkapan CSR perusahaan dimata para investor.

Koefisien regresi yang diperoleh dari Interaksi ROA dengan GCG terhadap nilai perusahaan adalah sebesar  $-3,5818$  dengan nilai  $t_{\text{statistik}} -0,5757$ . Jadi dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara interaksi ROA dengan GCG terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hasil empiris ini tidak mendukung hipotesis penelitian yang ketiga, dimana GCG tidak mampu memperkuat hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **hipotesis ketiga (H3) ditolak**. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Herawati (2006), Pertiwi dan Pratama (2012), serta Putri dan Wirajaya (2017) yang menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham akan menimbulkan *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut

akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Selain itu *trend* perusahaan di Indonesia yang mayoritas masih dimiliki oleh keluarga mengakibatkan sulitnya manajer dalam menentukan kebijakan karena hak voting dan *power* yang mayoritas dimiliki oleh pemilik dalam penentuan kebijakan sehingga kebijakan yang diambil terkadang bertentangan dengan kepentingan manajer. Hal ini didukung oleh rata-rata kepemilikan manajerial yang hanya sebesar 0,0297. Dengan rata-rata kepemilikan sebesar itu tentu akan sulit bagi manajer untuk membuat kebijakan atau menentukan tujuan perusahaan jika dihadapkan pada pemilik saham mayoritas.

Dari hasil tabel 6 di atas terdapat pengujian variabel kontrol *age*, dan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin usia perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Begitu juga dengan *size* perusahaan, semakin besar *size* perusahaan semakin besar pula nilai perusahaan. Berbeda dengan variabel *age* dan *size*, variabel *growth* justru menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari *robust test model*, dimana variabel kontrol yaitu *age*, *size*, dan *growth* dihilangkan, menunjukkan hasil pengujian yang konsisten dengan model penelitian utama, dimana kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan hasil konsisten yang didapat antara interaksi kinerja keuangan dengan CSR maupun interaksi kinerja keuangan dengan GCG. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini dikatakan *robust* atau kokoh.

Nilai *adjusted Rsquare* (determinasi) sebesar 0,5229, artinya nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, CSR, dan GCG sebesar 52,29% dan sisanya

sebesar 47,71% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Variabel yang memberikan pengaruh terkecil terhadap nilai perusahaan adalah KM yang memoderasi ROA dengan nilai koefisien regresi -3,5818. Hal ini dikarenakan persentase kepemilikan manajerial yang relatif kecil di perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Claessens *et al.* (2002) ditemukan bahwa kapitalisasi pasar dari saham yang dikuasai oleh 10 perusahaan keluarga di Indonesia mencapai 57,7%. Hal ini menunjukkan rendahnya struktur kepemilikan manajerial karena sebagian besar masih didominasi oleh keluarga.

### PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi kinerja keuangan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR dapat membangun citra baik perusahaan dimata investor maupun masyarakat. Perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial nya akan lebih menarik dimata investor dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya *agency conflict* dan juga proporsi saham yang dimiliki oleh dewan direksi maupun komisaris sangat kecil dengan rata-rata hanya 0,0297. Dengan begitu akan sulit bagi manajerial untuk memegang kontrol dan kendali terhadap keputusan strategis perusahaan. Selain itu mayoritas perusahaan di Indonesia juga masih didominasi oleh kepemilikan keluarga. Berdasarkan hasil penelitian dan temuan model dalam penelitian ini, ada beberapa masukan atau saran. Untuk manajemen diharapkan terus mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar nilai perusahaannya terus meningkat. Perusahaan juga diharapkan selalu

konsisten dalam melakukan pengungkapan CSR dengan cakupan yang lebih luas dalam rangka meningkatkan brand image dan nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian, tidak hanya pada perusahaan industri saja tetapi juga melibatkan sektor yang lain agar mencerminkan reaksi pasar modal secara keseluruhan. Penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan proksi lain dari kinerja keuangan maupun *good corporate governance* dan menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

#### REFERENSI

- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J. P., & Lang, L. H. (2002). Disentangling the incentive and entrenchment effects of large shareholdings. *The journal of finance*, 57(6), 2741-2771.
- Handoko, Yuanita. 2010, Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi, Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma.
- Herawati, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 10, No. 2, November, Halaman 97-108.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), pp. 305-360.
- Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). *Dividend policy, growth, and the valuation of shares*. *the Journal of Business*, 34(4), 411-433.
- Mohamed, M. B., & Sawandi, N. B. (2007). *Corporate Social Responsibility (CSR) activities in mobile telecommunication industry: case study of Malaysia*. In European Critical Accounting Conference, Scotland, UK.
- Munawaroh, A., & Priyadi, M. P. (2014). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(4), 1-17.
- Nurlela, I. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Pertiwi, T. K., & Pratama, F. M. I. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 14(2), 118-127.
- Purwaningsih, N. K. I., & Wirajaya, I. *Pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi*. E-Jurnal Akuntansi, 7(3), 598-613.
- Putri, I.K.H.K. & Wirajaya, I. 2017. Pengaruh Kinerja Keuangan Pada Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*. Vol. 21.1. Halaman 1-28.
- Rustiarini, N. W. (2010). *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII, 15(1), 1-24.
- Sasongko, N., & Wulandari, N. (2006). Pengaruh EVA dan rasio-rasio profitabilitas terhadap harga saham. *Jurnal Empirika*, 19(1), 64-80.
- Ulupui, I. G. (2007). Analisis pengaruh rasio likuiditas, leverage, aktivitas, dan profitabilitas terhadap return saham (studi pada perusahaan makanan dan minuman dengan



- kategori industri barang konsumsi di BEJ). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 2(1). Halaman 88-102.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2007). UU Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas
- Wati, M. L. N., Primiana, I., & Sudarsono, R. 2015. Political connections and controlling shareholder on Indonesia conglomerates. *Proceedings of International Conference on Advanced Research Business and Social Sciences (ICARBSS) 2015 Kuala Lumpur, Malaysia*, pp 133-142.
- Wati, L.N., Rachmat Sudarsono, S.E., Si, M. and Erie Febrian, S.E. 2016. Corporate governance on conglomerates politically connected. *International Journal of Business, Economics and Law*, 10(1), pp.23-31.
- Wati, L. N. 2017. Board of commissioner's effectiveness on politically connected conglomerates: Evidence from Indonesia. *Pertanika Journal Social Sciences & Humanities*, 25(S), pp. 255-270.
- Wati, L. N. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Terapan Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS, dan AMOS*. Mujahid Press. Bandung.
- Wati, L.N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Dengan GRI 3. *Ecodemica Journal*, Vol. 2 No. 2, Page 240-252.
- Yendrawati, R., & Pratidina, D. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal UNISIA*. Vol. XXXV, No. 78.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made Gede, 2009, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi", *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*
- Vo. 4, Januari. Halaman 1-10.
- BIODATA PENULIS**  
**Dr. Lela Nurlaela Wati, S.E., M.M.** menyelesaikan pendidikan S3 Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Padjadjaran konsentrasi Manajemen Keuangan pada tahun 2016. Dosen di STIE Muhammadiyah Jakarta (*Associate Professor*). Penulis tertarik melakukan penelitian di bidang keuangan perusahaan, perbankan, pasar modal, atau terkait dengan manajemen keuangan.  
**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0001-7046-612X>
- Bono Prambudi** adalah dosen di STIE Muhammadiyah Jakarta.

## Sikap dan Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Kota Pekanbaru

Yeni Kusumawaty<sup>1</sup>, Susy Edwina,<sup>2</sup> Nurny Sofwah Sifqiani<sup>3</sup>

Universitas Riau

<sup>1</sup>yeni.kusumawaty@lecturer.unri.ac.id

<sup>2</sup>susy.edwina@lecturer.unri.ac.id

<sup>3</sup>nurny.sofwahsifqiani@student.unri.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap dan perilaku belanja konsumen untuk produk minyak goreng curah dan kemasan. Penelitian dilakukan di Kota Pekanbaru, dengan pertimbangan merupakan ibu kota Provinsi Riau serta adanya perbaikan tingkat ekonomi dan perkembangan ritel modern dan tradisional yang lebih lengkap. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen minyak goreng yang ada di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan jumlah sampel 100 orang. Data dianalisis menggunakan model sikap, model norma subjektif dan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen positif terhadap minyak goreng curah dan kemasan. Secara keseluruhan sikap konsumen cukup baik terhadap atribut minyak goreng curah dan sikap baik terhadap atribut minyak goreng kemasan. Atribut utama yang menentukan sikap konsumen terhadap minyak goreng curah adalah harga yang murah, sedangkan pada minyak goreng kemasan adalah higienis. Perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah dan kemasan adalah 1.248,76 dan 2.060,77, artinya perilaku konsumen terhadap minyak goreng kemasan lebih baik dibandingkan minyak goreng curah.

**Kata Kunci :** Minyak Goreng, Konsumen, Sikap, Perilaku

### ABSTRACT

*This study aimed to analyze consumer attitude and behavior towards unbranded and branded cooking oil. This research was conducted in Pekanbaru City with the consideration that this is the capital city of Riau Province which shows economic improvement and development of a more complete choices of modern and traditional retailers. The population in this study was all consumers of cooking oil in Pekanbaru City. This study applied survey method with total respondents of 100. Data was analyzed by attitude model, subjective norm model and Theory of Reasoned Action (TRA). The results showed positive consumer attitudes towards unbranded and branded cooking oil. Overall consumers' attitude towards unbranded cooking oil attributes is good enough while the attitude towards the attributes of branded cooking oil is good. The main attribute that determines consumer attitudes towards unbranded cooking oil is low price, while for branded cooking oil is hygiene. Consumer behavior towards the purchase of unbranded and branded cooking oil is 1,248.76 and 2,060.77, which means consumer behavior towards branded cooking oil is better than unbranded cooking oil*

**Keywords:** Cooking Oil, Consumer, Attitude, Behavior

*Naskah diterima: 7 April 2019, direvisi: 28 Juni 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau, dengan kecenderungan penduduk yang beragam dalam memilih produk termasuk bahan pokok. Tahun 2014, Pekanbaru adalah kota keempat berpenduduk terbanyak di Sumatera, setelah Medan, Palembang dan Bandar Lampung. Perekonomian di Kota Pekanbaru berkembang dan menjadi kota metropolitan dengan banyaknya ritel yang menyediakan minyak goreng kelapa sawit dengan beragam pilihan dalam bentuk kemasan dan curah.

Minyak goreng adalah salah satu produk turunan minyak nabati dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Produk ini merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dikonsumsi hampir seluruh masyarakat Indonesia, karena termasuk komoditas strategis. Kelangkaan minyak goreng dapat menimbulkan dampak ekonomis dan politis terhadap perekonomian nasional (Qorima dkk, 2014).

Selain itu pengolahan makanan yang banyak dilakukan masyarakat adalah menggoreng yang tentunya membutuhkan minyak goreng. Weldi (2010) menjelaskan bahwa penggunaan minyak goreng sebagai pengolahan suatu makanan demikian luas. Makanan yang digoreng cenderung lebih disukai dibanding direbus, karena lebih gurih dan renyah (Aminah, 2010).

Haryanti dkk (2014) menyatakan bahwa minyak goreng yang beredar di masyarakat terdiri dari dua kategori yaitu minyak goreng curah dan kemasan. Minyak goreng curah adalah minyak goreng yang tidak memiliki merek dan biasanya dijual dalam satuan massa (kilogram). Sedangkan minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang memiliki merek yang biasanya dikemas dalam bentuk botol plastik, refill, dan jerigen. Minyak goreng kemasan umumnya memiliki warna yang bening dan tidak membeku pada suhu kamar, sedangkan minyak goreng curah umumnya memiliki warna kuning bercampur putih dan terkadang membeku di suhu kamar. Peralihan pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng curah ke minyak goreng bermerek pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang

dijual eceran oleh pedagang keliling atau pasar tradisional yang ditempatkan di dalam jerigen dan drum. Hal ini membuka lebar peluang pasar bagi industri minyak goreng bermerek (Bukhori dan Tutik, 2017).

Minyak goreng yang akan dikonsumsi selayaknya tidak membahayakan manusia serta dilengkapi dengan label yang sesuai dengan ketentuan, sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang minyak goreng wajib kemasan. Kebijakan pemerintah ini dimulai dari Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 80/M-DAG/PER/10/2014. Peraturan ini mengalami dua kali perubahan yaitu pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21/M-DAG/PER/3/2015 dan Nomor 09/M-DAG/PER/2/2016. Selain itu untuk mendukung kebijakan ini pemerintah mengeluarkan minyak goreng merek Minyakita yang merupakan program bersama antara pemerintah dan produsen minyak goreng yang diharapkan lebih higienis dengan harga yang lebih stabil. Minyakita dikemas dalam kemasan plastik sederhana berbentuk bantal ukuran 1 liter (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2009). Namun, minyak goreng Minyakita tidak lama beredar karena sudah tidak terlihat beredar di Kota Pekanbaru sejak Bulan September 2018. Masyarakat Kota Pekanbaru yang terdiri dari berbagai tingkat ekonomi membuat perubahan sikap, norma subjektif dan perilaku konsumen dalam membeli menjadi lebih selektif. Mutu dan harga suatu produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Selain itu pendapatan rumah tangga konsumen yang beragam serta kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap rumah tangga, mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli minyak goreng. Adanya kebijakan pemerintah tentang minyak goreng wajib kemasan pada tahun 2014 serta dikeluarkannya minyak goreng kemasan sederhana dengan merek Minyakita oleh pemerintah, dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian minyak goreng. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sikap dan perilaku konsumen produk minyak goreng curah dan kemasan di Kota Pekanbaru.

## KAJIAN LITERATUR

### Minyak Goreng

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI 3741), minyak goreng adalah bahan pangan dengan komposisi utama trigliserida yang berasal dari bahan nabati dengan atau tanpa perubahan kimiawi termasuk hidrogenasi, pendinginan dan telah melalui proses rafinasi atau pemurnian yang digunakan untuk menggoreng (Badan Standardisasi Nasional, 2013). Minyak goreng dikategorikan sebagai komoditas yang bersifat multiguna untuk pangan dikonsumsi langsung ataupun menjadi bahan baku bagi banyak industri. Minyak goreng yang dikonsumsi masyarakat adalah minyak yang berasal dari lemak tumbuhan atau hewan yang dimurnikan dan berbentuk cair dalam suhu kamar dan biasanya digunakan untuk menggoreng bahan makanan (Fitriana, 2015). Terdapat berbagai macam tanaman sebagai sumber pembuatan minyak goreng dan salah satunya dari tanaman kelapa sawit.

Menurut Lempang dkk (2016), terdapat dua jenis minyak goreng yaitu, minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Perbedaan minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan terletak pada penyaringannya yang berpengaruh terhadap kualitas minyak goreng. Minyak goreng kemasan mengalami dua kali penyaringan sedangkan minyak goreng curah mengalami satu kali penyaringan

### Minyak Goreng Curah

Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan label diukur dalam satuan massa (kilogram). Minyak goreng curah dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan label produk yang biasanya ditempatkan di dalam jerigen besar atau drum lalu dijual kepada konsumen secara eceran (Bukhori dan Tutik, 2017).

Menurut Fitriana (2015), minyak goreng jenis curah diproduksi dari minyak kelapa sawit yang proses penyaringannya hanya 1x sehingga dari warnanya berbeda dengan minyak goreng bermerek yang lebih jernih. Minyak goreng kualitas rendah (curah) biasanya berasal dari bahan baku (CPO) yang bermutu rendah, untuk diproduksi menjadi minyak goreng yang berkualitas tinggi akan membutuhkan biaya produksi yang mahal,

sehingga minyak ini diproduksi menjadi minyak goreng curah.

Minyak goreng curah mengandung lemak jenuh lebih banyak sehingga kurang sehat. Selain itu, pendistribusian minyak goreng curah dari pabrik ke eceran melalui rantai distribusi yang panjang, sehingga dikhawatirkan aspek higienitas minyak curah kurang layak untuk konsumen.

### Minyak Goreng Kemasan

Minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang diukur dalam satuan volume (liter) dan dikemas dengan botol, plastik *refill*, dan jerigen. Minyak goreng kemasan bermerek ditawarkan ke pasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk (Bukhori dan Tutik, 2017). Minyak goreng kemasan biasanya mempunyai mutu yang lebih tinggi dibandingkan dengan minyak goreng curah. Minyak goreng kemasan ini biasanya menggunakan teknologi proses yang lebih tinggi. Kelebihan proses produksi tersebut misalnya dilakukan dua kali penyaringan, dilakukan proses deodorisasi dan pemucatan, sehingga dihasilkan minyak goreng yang lebih jernih dan tidak berbau (Fitriana, 2015). Sedangkan berdasarkan aspek kebersihan serta kualitas produk, minyak goreng kemasan memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan dengan minyak goreng curah sehingga aman untuk dikonsumsi.

### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Hawkins dan Mothersbaugh (*dalam* Tjiptono dan Diana, 2016) adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang mereka gunakan adalah untuk menyeleksi, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan, serta dampaknya terhadap konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2010). Menurut McKechnie (*dalam* Sangadji dan Sopiiah, 2013) tahap-tahap perilaku konsumen yang meliputi (1) tahap untuk merasakan adanya kebutuhan dan keinginan; (2) usaha untuk mendapatkan produk, mencari

informasi tentang produk, mencari informasi tentang produk, harga, dan saluran distribusi; (3) pengonsumsiannya, penggunaan, dan pengevaluasian produk setelah digunakan; dan (4) tindakan pascapembelian yang berupa perasaan puas atau tidak puas.

**Sikap Konsumen**

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak. Sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat objek tersebut. Menurut Rasmikayati dkk (2017) sikap merupakan predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) yang dipelajari untuk menanggapi secara konsisten terhadap suatu objek, baik dalam bentuk tanggapan positif maupun tanggapan negatif. Konsep sikap sangat berkaitan dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Teori-teori sikap mengemukakan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku atau tindakan konsumen terhadap produk tersebut.

**METODE PENELITIAN**

**Metode Pengambilan Sampel dan Data**

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Kota Pekanbaru yang menggunakan produk minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Teknik pengambilan sampel untuk survei dengan menggunakan *mall-intercept*, dimana peneliti mendekati konsumen potensial yang sedang berada di pusat perbelanjaan. Jika konsumen bersedia untuk berpartisipasi maka dilanjutkan dengan wawancara. Jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003), dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

Dimana:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Tingkat kesalahan

Populasi pada penelitian ini adalah jumlah penduduk di Kota Pekanbaru yaitu 1.091.088 jiwa pada tahun 2017. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin diperoleh hasil 99,99 sehingga penulis menetapkan untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang.

**Analisis Data**

**Model Sikap**

Sikap konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah atau kemasan di Kota Pekanbaru dianalisis dengan model Fishbein dengan rumus sebagai berikut :

$$AB = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

(Umar, 2000)

Nilai bi dan ei masing-masing diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(x_i)}{n} \quad \text{dan} \quad e_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(y_i)}{n}$$

Keterangan :

- ri = Bobot skor ke-i
- f(xi) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel keyakinan (bi)
- f(yi) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel evaluasi (ei)
- AB = Sikap total individu terhadap atribut minyak goreng curah atau kemasan
- bi = Kekuatan keyakinan konsumen terhadap atribut minyak goreng curah atau kemasan
- ei = Evaluasi terhadap atribut minyak goreng curah atau kemasan
- n = Jumlah kriteria atribut minyak goreng curah atau kemasan yang relevan
- Bobot = a : 3, b : 2, c : 1, d : -1, e : -2, dan f : -3

Azwar (2012) berpendapat struktur sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu:

1. Komponen kognitif (*Cognitive component*): Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap.
2. Komponen afektif (*Affective component*): Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap.
3. Komponen perilaku/konatif (*Behavioral component*): Komponen perilaku atau konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau

kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.

Sikap yang dimiliki seseorang adalah suatu jalinan atau suatu kesatuan dari berbagai komponen yang bersifat evaluasi. Langkah pertama adalah keyakinan, pengetahuan, dan pengamatan. Kedua, perasaan atau *feeling*. Ketiga, kecenderungan individu untuk melakukan atau bertindak. Ketiga komponen tersebut saling berkaitan erat. Ketiganya merupakan suatu sistem yang menetap pada diri individu yang dapat menjelmakan penilaian positif atau negatif. Penilaian tersebut disertai dengan perasaan tertentu yang mengarah pada kecenderungan yang setuju (pro) dan tidak setuju (kontra).

Variabel sikap bersifat internal individu, berkaitan langsung dengan objek penelitian dan atribut-atribut langsung yang memiliki peranan penting dalam pengukuran perilaku, karena akan menentukan tindakan apa yang akan dilakukan tanpa dipengaruhi faktor eksternal. Variabel sikap menurut Fishbein terbagi menjadi dua yaitu variabel keyakinan dan variabel evaluasi (Umar, 2000). Dalam penelitian ini komponen atribut minyak goreng untuk analisis variabel keyakinan dan sikap adalah:

1. Atribut yang melekat pada minyak goreng curah dan kemasan
2. Variabel keyakinan
3. Variabel evaluasi

Penentuan nilai sikap berdasarkan skala sikap konsumen dimana keyakinan ideal yang digunakan adalah -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3 sehingga diperoleh rentang skala sikap konsumen terhadap minyak goreng curah dan kemasan pada Tabel 1.

Tabel 1.

Rentang Skala Sikap Konsumen		
Sikap konsumen	Skor	Rentang nilai
Sangat Tidak Baik	-3	$-54,00 \leq AB < -36,00$
Tidak Baik	-2	$-36,00 \leq AB < -18,00$
Cukup Tidak Baik	-1	$-18,00 \leq AB < 0$
Netral	0	$AB = 0$
Cukup Baik	1	$0 < AB \leq 18,00$

Sikap konsumen	Skor	Rentang nilai
Baik	2	$18,00 < AB \leq 36,00$
Sangat Baik	3	$36,00 < AB \leq 54,00$

Keterangan: AB = Sikap konsumen

### Model Norma Subjektif

Pengaruh norma subjektif yang timbul dari *referen* yang berdampak terhadap perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah dan kemasan di Kota Pekanbaru dianalisis dengan model Fishbein dengan rumus sebagai berikut:

$$SN = \sum_{j=1}^n NB_j MC_j$$

(Umar, 2000)

Nilai NB<sub>j</sub> dan MC<sub>j</sub> masing-masing diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NB_j = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(x_j)}{n} \text{ dan } MC_j = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(y_j)}{n}$$

Keterangan :

- r<sub>j</sub> = Bobot skor ke-j
- f(x<sub>i</sub>) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel keyakinan normatif (NB<sub>j</sub>)
- f(y<sub>i</sub>) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel motivasi (MC<sub>j</sub>)
- SN = Norma subjektif
- NB<sub>j</sub> = Keyakinan normatif individu
- MC<sub>j</sub> = Motivasi dari *referen*
- n = Jumlah *referen* yang relevan
- Bobot = a : 3, b : 2, c : 1, d : -1, e : -2, dan f : -3

Variabel ini bersifat eksternal dan mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu. Variabel ini menekankan bahwa *referen* atau masyarakat di sekitar dan kebijakan pemerintah tentang minyak goreng wajib kemasan yang dipercaya berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli minyak goreng.

Variabel norma subjektif menurut Fishbein terbagi menjadi dua:

1. Variabel keyakinan normatif, yaitu keyakinan normatif konsumen bahwa

masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah (*referen*) yang berpendapat bahwa konsumen sebaiknya membeli minyak goreng.

2. Variabel motivasi, yaitu motivasi konsumen untuk menuruti pendapat masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah (*referen*) untuk membeli minyak goreng.
3. Komponen-komponen dari variabel keyakinan normatif dan variabel motivasi terdiri dari: masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah tentang minyak goreng wajib kemasan.

#### Analisis Perilaku

Analisis perilaku digunakan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah dan kemasan yang dianalisis menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Langkah pengukuran ini dilakukan seperti dalam mengukur sikap konsumen. Teori tindakan yang beralaskan gambaran pengintegrasian komponen-komponen sikap secara menyeluruh ke dalam struktur yang dimaksudkan untuk menghasilkan penjelasan yang lebih baik maupun peramalan yang lebih baik mengenai perilaku. Model TRA digambarkan dengan formula:

$$B \sim BI = W_1 (AB) + W_2 (SN)$$

Keterangan :

BI = Perilaku konsumen (*behaviour intention*)

AB = Sikap total individu terhadap atribut minyak goreng curah atau kemasan

SN = Norma subjektif

$W_1W_2$  = Nilai  $W_1$  dan  $W_2$  didapat dengan menggunakan pendekatan dari data empiris yaitu dengan menghitung skor jawaban responden terhadap norma subjektif. Nilai  $W_1$  didapat dari persentase skor pilihan jawaban negatif (-), nilai  $W_2$  didapat dari persentase skor pilihan jawaban positif (+). Nilai  $W_1 + W_2 = 100\%$ . Dapat dikatakan jika pengambilan keputusan lebih banyak dilakukan oleh konsumen sendiri, maka nilai  $W_1 > W_2$ . Sebaliknya, jika pengambilan keputusan lebih banyak

dilakukan karena pengaruh pihak lain, maka  $W_1 < W_2$ .

#### PEMBAHASAN

##### Analisis Sikap Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Kota Pekanbaru

Sikap merupakan bentuk evaluasi, perasaan, dan kecenderungan konsumen yang konsisten terhadap suka atau tidak suka atas sebuah objek atau ide (Kotler dan Armstrong 2007). Sikap dapat memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen (Wahyuni, 2008) karena sikap merupakan bentuk dari psikologis konsumen. Menurut Tarmizi (2017), sikap konsumen merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Menurut Manossoh dkk (2015), keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Maka pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Sikap konsumen terhadap minyak goreng curah dan kemasan akan menentukan kemungkinan konsumen membeli atau tidak produk tersebut, semakin baik sikap konsumen terhadap produk minyak goreng kemasan atau curah maka semakin tinggi kemungkinan konsumen tersebut membeli produk tersebut. Sikap konsumen terhadap minyak goreng di Kota Pekanbaru dibedakan menjadi dua berdasarkan jenis minyak goreng yang dijual yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Sikap konsumen terhadap minyak goreng curah dan kemasan ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut yang melekat. Pada penelitian ini, model atribut Fishbein digunakan untuk mengukur AB yaitu sikap seseorang terhadap minyak goreng curah dan kemasan melalui atribut yang melekat pada minyak goreng curah dan kemasan.

Sikap yang ada pada konsumen akan dipengaruhi oleh keyakinan ( $b_i$ ) dan evaluasi ( $e_i$ ) terhadap atribut yang ada pada minyak goreng curah dan kemasan. Keyakinan konsumen ( $b_i$ ) dalam membeli minyak goreng

curah maupun kemasan di Kota Pekanbaru merupakan bentuk reaksi konsumen terhadap minyak goreng yang akan dibeli. Keyakinan juga dapat diartikan sebagai bentuk dari tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut yang melekat pada minyak goreng yang akan dibeli, atribut berfungsi sebagai landasan bagi konsumen dalam membeli minyak goreng baik curah atau kemasan di Kota Pekanbaru. Evaluasi (ei) adalah analisis pernyataan tentang penilaian yang timbul dari dalam diri konsumen akibat membeli produk minyak goreng curah dan kemasan tanpa dipengaruhi faktor-faktor dari luar/eksternal seperti tingkat pendapatan, budaya dan orang-orang sekitar. Menurut Gitosudarmo (2007), atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Atribut produk dapat berupa sesuatu yang berwujud (*tangible*) maupun sesuatu yang tidak berujud (*intangibile*). Atribut yang berwujud dapat berupa merek, kualitas produk, desain produk, label produk, kemasan dan sebagainya. Sedangkan yang tidak berwujud seperti kesan atau *image* konsumen terhadap nama merek. Setiap produk akan memiliki atribut yang berbeda dengan produk lain (Randang, 2013).

**Sikap Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Curah**

Sikap konsumen terhadap produk minyak goreng curah ditentukan oleh atribut minyak goreng curah. Atribut minyak goreng curah adalah harga yang murah, warna yang jernih, higienis, nilai gizi baik, ukurannya bervariasi dan kemasan yang praktis (Tabel 2).

Tabel 2.  
Sikap Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Curah (AB)

No	Atribut minyak goreng curah	bi	ei	AB (bi x ei)
1	Harga yang murah	1,77	2,54	4,49
2	Warna yang jernih	1,77	1,15	2,04

No	Atribut minyak goreng curah	bi	ei	AB (bi x ei)
3	Higienis	1,15	0,31	0,36
4	Nilai gizi baik	1,69	1,08	1,82
5	Ukuran nya bervariasi	1,85	1,85	3,41
6	Kemasan yang praktis	1,00	0,38	0,38
Nilai Sikap Konsumen				12,50

Keterangan: bi = Keyakinan konsumen  
ei = Evaluasi konsumen  
AB = Sikap konsumen

Keyakinan (bi) adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut yang muncul ketika akan membeli minyak goreng. Tabel 2 menunjukkan bahwa atribut utama yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli minyak goreng curah adalah ukuran yang bervariasi dengan nilai persentase bi 1,85. Konsumen meyakini minyak goreng curah memiliki ukuran yang bervariasi karena dapat dibeli dalam ukuran 250 gram, 500 gram, 1 kg bahkan bisa disesuaikan dengan kebutuhan sehingga ukuran yang bervariasi sebagai atribut utama yang dipertimbangkan ketika akan membeli minyak goreng curah. Evaluasi (ei) adalah penilaian konsumen terhadap atribut setelah membeli dan menggunakan minyak goreng. Evaluasi ini muncul dari dalam diri konsumen tanpa dipengaruhi oleh faktor eksternal. Berdasarkan Tabel 2, terdapat perubahan atribut utama yang dipertimbangkan dari sebelum membeli dan setelah membeli minyak goreng curah yaitu harga yang murah dengan nilai ei 2,54. Hal ini menunjukkan bahwa setelah membeli dan menggunakan minyak goreng curah, konsumen menilai harga yang murah menjadi pertimbangan utama. Berdasarkan hasil wawancara konsumen menilai harga yang murah menjadi pertimbangan karena menurut konsumen semakin besar ukuran minyak goreng curah maka akan lebih murah. Minyak goreng curah ukuran 250 gram dengan harga Rp 3.000 sedangkan ukuran 1 kg Rp 10.000, sehingga



konsumen berpendapat bahwa lebih menguntungkan jika membeli minyak goreng dengan ukuran 1 kg. Amalia dkk (2010) menjelaskan bahwa masih cukup tingginya harga minyak goreng bagi sebagian masyarakat dan kurangnya pengetahuan membuat masyarakat sering kali menggunakan minyak goreng yang telah dipakai hingga berulang kali.

Berdasarkan nilai variabel keyakinan (bi) dan evaluasi (ei) maka konsumen memutuskan sikap dalam membeli produk minyak goreng curah dengan pertimbangan utama yaitu harga yang murah, ukurannya bervariasi dan warna yang jernih dengan nilai sikap masing-masing 4,49, 3,41 dan 2,04. Harga yang murah menjadi atribut utama karena merupakan penilaian utama konsumen akibat membeli minyak goreng curah. Kemudian ukuran yang bervariasi menjadi atribut selanjutnya yang mempengaruhi sikap konsumen karena merupakan keyakinan utama konsumen ketika akan membeli minyak goreng curah.

Atribut warna yang jernih mempengaruhi sikap konsumen karena dalam membeli minyak goreng curah konsumen akan memilih warna yang terlihat jernih kuning muda ataupun keemasan sebagai tolok ukur kebersihan minyak goreng curah tersebut. Menurut penelitian Haryanti dkk (2014) warna kuning keemasan yang banyak dipilih oleh konsumen karena bagi konsumen warna tersebut menunjukkan bahwa minyak goreng tersebut berkualitas dan sehat. Sedangkan warna kuning kemerahan dianggap kurang sehat dan warna kuning ke arah putih dianggap terlalu jernih seperti air.

Tabel 2 juga menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk minyak goreng curah bernilai positif dengan total nilai 12,50. Artinya secara keseluruhan sikap konsumen terhadap minyak goreng curah dinilai baik. Total nilai sikap konsumen yang bernilai 12,50 berdasarkan rentang skala (Tabel 1) termasuk dalam kategori cukup baik ( $0 < AB \leq 18,00$ ). Secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap yang cukup baik terhadap atribut-atribut minyak goreng curah.

#### Sikap Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Kemasan

Sikap konsumen terhadap produk minyak goreng kemasan ditentukan oleh atribut minyak goreng kemasan. Atribut minyak

goreng kemasan sama dengan minyak goreng curah. Sikap konsumen terhadap produk minyak goreng kemasan di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.  
Sikap Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Kemasan (AB)

No	Atribut minyak goreng curah	bi	ei	AB (bi x ei)
1	Harga yang murah	0,91	1,29	1,17
2	Warna yang jernih	1,82	1,98	3,59
3	Higienis	2,37	2,49	5,91
4	Nilai gizi baik	2,23	2,32	5,18
5	Ukuran nya bervariasi	2,01	1,83	3,68
6	Kemasan yang praktis	2,16	2,09	4,52
Nilai Sikap Konsumen				24,04

Keterangan: bi = Keyakinan konsumen  
ei = Evaluasi konsumen  
AB = Sikap konsumen

Tabel 3 menunjukkan bahwa atribut utama yang menjadi keyakinan (bi) konsumen ketika akan membeli minyak goreng kemasan adalah higienis dengan nilai persentase bi 2,37. Konsumen memiliki keyakinan minyak goreng kemasan higienis karena mengalami 2 kali proses penyaringan dan dikemas langsung dari pabrik sehingga lebih bersih dan mutu terjaga. Evaluasi (ei) konsumen terhadap atribut minyak goreng setelah membeli dan menggunakan adalah tetap dengan keyakinan yaitu atribut higienis dengan nilai ei 2,49. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen setelah membeli sama dengan keyakinan yaitu tetap menilai higienis sebagai atribut utama yang dipertimbangkan dalam membeli minyak goreng kemasan. Menurut pengamatan di lapangan, konsumen memiliki keyakinan minyak goreng kemasan higienis karena sudah memiliki merek. Produk yang sudah

memiliki merek maka proses produksi mulai dari penyaringan hingga pengemasan lebih steril sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) pabrik, sehingga mutu lebih baik dan terjaga.

Berdasarkan nilai variabel keyakinan (bi) dan evaluasi (ei) maka konsumen memutuskan sikap dalam membeli produk minyak goreng kemasan dengan pertimbangan utama yaitu higienis (5,91), nilai gizi baik (5,18) dan kemasan yang praktis (4,52). Atribut higienis menjadi atribut utama yang mempengaruhi sikap konsumen karena merupakan atribut yang diyakini sebelum membeli dan dinilai konsumen paling menentukan sikap konsumen setelah membeli minyak goreng kemasan. Kemudian nilai gizi baik menjadi atribut yang mempengaruhi sikap konsumen karena minyak goreng kemasan dinilai memiliki gizi yang baik berdasarkan komposisi yang tertera lengkap pada keterangan seperti kandungan energi total, lemak total, omega 6 dan omega 3. Selanjutnya kemasan yang praktis menjadi atribut yang mempengaruhi sikap konsumen karena minyak goreng kemasan dikemas dalam bentuk yang baik yaitu bantal, *stand pouch*, *cup*, botol dan jerigen. Bentuk kemasan ini menurut konsumen lebih menjamin minyak goreng tidak mudah tumpah dan lebih kokoh sehingga lebih aman. Total nilai sikap yang terdapat pada Tabel 3 menjelaskan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap minyak goreng kemasan dibuktikan dengan total nilai sikap konsumen mencapai 24,04, hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan sikap konsumen terhadap minyak goreng kemasan baik karena bernilai positif. Total nilai sikap konsumen yang bernilai 24,04 berdasarkan rentang skala (Tabel 1) berada pada kategori baik ( $18,00 < AB \leq 36,00$ ). Secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap yang baik terhadap atribut-atribut yang terdapat pada minyak goreng kemasan.

**Analisis Norma Subjektif Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Kota Pekanbaru**

Norma subjektif terbentuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari *referen* yang dipercayai konsumen. Adapun *referen* yang digunakan dalam hal ini yaitu masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah.

Kebijakan pemerintah yang dimaksud adalah kebijakan pemerintah tentang minyak goreng wajib kemasan. *Referen* bertindak sebagai stimulus (pemberi pengaruh) yang artinya seseorang melakukan tindakan karena adanya orang lain atau kejadian lain yang menjadi acuan.

**Norma Subjektif Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah**

Norma subjektif konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah dipengaruhi oleh keyakinan normatif (konsumen dalam membeli minyak goreng curah dipengaruhi oleh masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah) dan juga motivasi (konsumen dalam membeli minyak goreng curah terpengaruh oleh ajakan masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah). Selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.  
Norma Subjektif Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Curah

No	Referen	NBj	MCj	SN (NBj x MCj)
1	Masyarakat sekitar	-1,85	-2,00	3,69
2	Kebijakan pemerintah	-2,92	-2,92	8,54
Norma Subjektif Konsumen				12,24

Keterangan: NBj = Keyakinan normatif  
MCj = Motivasi  
SN = Norma subjektif

Berdasarkan Tabel 4, norma subjektif konsumen terhadap minyak goreng curah bernilai 12,24. Artinya bahwa secara keseluruhan pengaruh *referen* masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah menjadi acuan konsumen dalam membeli minyak goreng curah. Padahal sebelumnya *referen* masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah tidak menjadi acuan konsumen dikarenakan masing-masing variabel bernilai negatif. Sehingga secara sistematis perkalian negatif dengan negatif menghasilkan nilai positif, yang artinya *referen* masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah yang sebelumnya tidak menjadi acuan setelah dihitung secara sistematis maka *referen* menjadi acuan

konsumen dalam membeli minyak goreng curah.

**Norma Subjektif Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan**

Selain melihat norma subjektif konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah, pada penelitian ini juga melihat norma subjektif konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5.  
Norma Subjektif Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Kemasan

No	Referen	NBj	MCj	SN (NBj x MCj)
1	Masyarakat sekitar	-1,10	-1,21	1,33
2	Kebijakan pemerin Tah	-1,80	-1,91	3,44
Norma Subjektif Konsumen				4,78

Keterangan: NBj = Keyakinan normatif  
MCj = Motivasi  
SN = Norma subjektif

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai norma subjektif konsumen terhadap minyak goreng kemasan adalah 4,78. Artinya bahwa secara keseluruhan pengaruh *referen* masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah menjadi acuan konsumen dalam membeli minyak goreng kemasan. Sama halnya dengan norma subjektif konsumen terhadap minyak goreng curah, norma subjektif konsumen terhadap minyak goreng kemasan ini awalnya bernilai negatif untuk masing-masing *referen* baik pada keyakinan normatif maupun motivasi konsumen. Namun setelah dihitung sistematis diperoleh nilai yang positif sehingga *referen* masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah juga menjadi acuan konsumen dalam membeli selain pertimbangan sikap konsumen dari atribut.

**Analisis Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Kota Pekanbaru**

Perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng curah dan kemasan di Kota Pekanbaru dibentuk oleh dua komponen yaitu sikap konsumen terhadap produk minyak

goreng dan norma subjektif konsumen terhadap pembelian minyak goreng. Perilaku konsumen ini akan melihat komponen mana yang lebih mempengaruhi konsumen dalam membeli minyak goreng curah dan kemasan, apakah pengaruh dari dalam diri konsumen atau pengaruh dari luar.

**Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah**

Berdasarkan skor jawaban konsumen terhadap norma subjektif pembelian minyak goreng curah, dapat dihitung bobot empiris menggunakan persentase rata-rata, yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.  
Bobot Empiris Sikap (W<sub>1</sub>) dan Norma Subjektif (W<sub>2</sub>) Konsumen Minyak Goreng Curah

W <sub>1</sub>	Persentase	W <sub>2</sub>	Persentase
11	84,62	2	15,38
13	100,00	0	0,00
12	92,31	1	7,69
13	100,00	0	0,00
Rata-rata	94,23		5,77

Keterangan: W<sub>1</sub> diperoleh dari jumlah skor negatif, W<sub>2</sub> diperoleh dari jumlah skor positif

Tabel 6 menunjukkan bahwa W<sub>1</sub> > W<sub>2</sub> atau 94,23 > 5,77. Berarti pembelian konsumen minyak goreng curah lebih banyak dilakukan bukan karena pengaruh *referen* (masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah), melainkan karena kesadaran yang timbul dari pribadi konsumen itu sendiri.

Agar lebih meyakini, bahwa total W<sub>1</sub> = 1 dan W<sub>2</sub> = 1, perlu ditentukan bobot mana yang lebih berperan dalam pembentukan maksud perilaku. Misalnya bila maksud perilaku murni berperan, maka W<sub>1</sub> = 1 dan W<sub>2</sub> = 0, bisa juga W<sub>1</sub> = 0 dan W<sub>2</sub> = 1, kalau maksud perilaku semata-mata pengaruh orang lain dan sikap sendiri tidak ada.

Persamaan Fishbein yang digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen dalam membeli minyak goreng curah di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 BI &= W_1 (AB) + W_2 (SN) \\
 BI &= 94,23 (12,50) + 5,77 (12,24) \\
 BI &= 1.178,16 + 70,60
 \end{aligned}$$

$$BI = 1.248,76$$

Nilai  $BI > 0$  maka perilaku konsumen terhadap produk adalah baik, sedangkan  $BI < 0$  maka perilaku konsumen terhadap produk adalah tidak baik. Berdasarkan perhitungan diatas, nilai  $BI > 0$  yaitu sebesar 1.248,76 yang berarti perilaku konsumen terhadap minyak goreng curah adalah baik.

#### Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan

Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam membeli minyak goreng kemasan di Kota Pekanbaru dapat dihitung bobot empiris menggunakan persentase rata-rata, yang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7.

Bobot Empiris Sikap ( $W_1$ ) dan Norma Subjektif ( $W_2$ ) Konsumen Minyak Goreng Kemasan

$W_1$	Persentase	$W_2$	Persentase
65	74,71	22	25,29
76	87,36	11	12,64
67	77,01	20	22,99
78	89,66	9	10,34
Rata-rata	82,18		17,82

Keterangan:  $W_1$  diperoleh dari jumlah skor negatif,  $W_2$  diperoleh dari jumlah skor positif

Tabel 7 menunjukkan bahwa  $W_1 > W_2$  atau  $82,18 > 17,82$ . Berarti pembelian konsumen minyak goreng kemasan lebih banyak dilakukan bukan karena pengaruh *referen* (masyarakat sekitar dan kebijakan pemerintah), melainkan karena kesadaran yang timbul dari pribadi konsumen itu sendiri. Selanjutnya dilakukan perhitungan pada persamaan Fishbein untuk memprediksi perilaku konsumen dalam membeli minyak goreng kemasan di Kota Pekanbaru sebagai berikut :

$$BI = W_1 (AB) + W_2 (SN)$$

$$BI = 82,18 (24,04) + 17,82 (4,78)$$

$$BI = 1.975,70 + 85,07$$

$$BI = 2.060,77$$

Berdasarkan perhitungan ini diperoleh bahwa nilai  $BI > 0$  yaitu sebesar 2.060,77 yang berarti bahwa perilaku konsumen terhadap minyak goreng kemasan adalah baik. Berarti dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen

dalam membeli minyak goreng kemasan lebih baik daripada minyak goreng curah.

#### PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian sikap dan perilaku konsumen minyak goreng dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan model sikap Fishbein, sikap konsumen bernilai positif terhadap produk minyak goreng curah dan kemasan. Secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap yang cukup baik terhadap atribut minyak goreng curah dan atribut minyak goreng kemasan. Atribut utama yang menentukan sikap konsumen terhadap minyak goreng curah adalah harga yang murah, sedangkan atribut utama yang mempengaruhi pada produk minyak goreng kemasan adalah higienis. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA), perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan lebih baik dibandingkan minyak goreng curah. Maka disarankan produsen dan pelaku usaha minyak goreng curah dan kemasan di Kota Pekanbaru mempertahankan dan meningkatkan atribut-atribut yang diyakini konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

#### REFERENSI

- Amalia, F., Retnaningsih, dan Irni, R. J. 2010. *Perilaku Penggunaan Minyak Goreng Serta Pengaruhnya terhadap Keikutsertaan Program Pengumpulan Minyak Jelantah di Kota Bogor*. Jur. Ilm. Kel. & Kons. Vol. 3 No. 2: 184-189.
- Aminah, S. 2010. *Bilangan Peroksida Minyak Goreng Curah dan Sifat Organoleptik Tempe pada Pengulangan Penggorengan*. Jurnal Pangan dan Gizi Vol. 01: 7-13.
- Azwar. S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologis*. Pustaka Pelajar Offset. Yogyakarta.
- Bukhori, M dan Tutik, E. 2017. *Faktor-faktor yang Dipertimbangkan dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Ibu Rumah Tangga Desa Kebonagung Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan*. JIBEKA Vol. 11 No. 2: 11-20.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Siaran Pers: Pemerintah Luncurkan Secara Resmi "Minyakita" di Yogyakarta dan Surakarta*.

- Kementrian Perdagangan.  
www.kemendag.go.id. Diakses tanggal  
15 Januari 2019.
- Fitriana. 2015. *Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Minyak Goreng Kemasan dan Curah (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru)*. JOM FEKON Vol. 2 No. 1: 1-14.
- Gitosudarmo. 2007. *Manajemen Pemasaran*. BPF. Yogyakarta.
- Haryanti, R., Ferry, F. K., Karina, B. L., dan Yulius, Y. R. 2014. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Warna Minyak Goreng di Salatiga*. 3<sup>rd</sup> Economics & Business Research Festival. hal: 257-266.
- Badan Standardisasi Nasional. 2013. Minyak goreng SNI 3741:2013. <http://lib.kemenperin.go.id/neo/detail.php?id=231088>
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Lempang, I. R., Fatimawali, dan Nancy, C. P. 2016. *Uji Kualitas Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan di Manado*. PHARMACON Jurnal Ilmiah Farmasi Vol. 5 No. 4: 155-161.
- Manossoh, A., Lisbeth M., dan Agus, S.S. 2015. *Analisis Perbandingan Sikap Konsumen terhadap Penggunaan Produk Shampoo Clear dan Shampoo Pantene di Winangun*. Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3: 74-80.
- Qorima, R. S., Fembriarti, E.P., dan Adawiyah, R. 2014. *Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Ibu Rumah Tangga dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Kemasan di Kota Bandar Lampung*. JIIA Vol. 2 No. 3: 285-294.
- Randang, W. 2013. *Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 13: 701-709.
- Rasmikayati, E., Pandi P., Hepi, H., Risyad, M.I., dan Bobby R.S. 2017. *Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya*. Mimbar Agribisnis. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Vol. 3 No. 2: 117-133.
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tarmizi, A. 2017. *Analisis Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Merk Vario pada PD. Daya Motor Sungai Bahar Muaro Jambi*. Journal of Economics and Business Vol. 1 No. 1: 18-31.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2016. *Pemasaran, Efisiensi & Aplikasi*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, H. 2003. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Wahyuni, D. 2008. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Layanan terhadap Keputusan Konsumen membeli Sepeda Motor Kawasaki*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 1 No. 1: 25-46.
- Weldy. 2010. *Pengetahuan Pedagang Gorengan dan Pengelola Warung Makan Tenda tentang Minyak Jelantah*. Karya Tulis Ilmiah Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.

#### BIODATA PENULIS

**Yeni Kusumawaty**, adalah dosen Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau dan telah menyelesaikan S3 di Curtin University, Australia. Ketertarikan penelitian pada bidang pemasaran, pangan dan agribisnis dan perilaku konsumen.

**Susy Edwina**, adalah dosen Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau. Ketertarikan penelitian pada bidang kelembagaan pertanian.

**Nurny Sofwah Sifqiani**, adalah mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau. Ketertarikan penelitian terhadap bidang pemasaran.

## Pengaruh Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mobile Computing* Acer

Juliana<sup>1</sup>, Themmy Noval<sup>2</sup>

Universitas Pelita Harapan,

<sup>1</sup>[juliana.stpph@uph.edu](mailto:juliana.stpph@uph.edu)

<sup>2</sup>[themmy.noval@uph.edu](mailto:themmy.noval@uph.edu)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian produk *mobile computing* Acer pada mahasiswa Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan di Karawaci. Populasinya adalah mahasiswa fakultas pariwisata Universitas Pelita Harapan. Rerangka sampling untuk penelitian ini sebanyak 200 responden. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah *purposive sampling*. *Pretest* dilakukan secara random terhadap responden untuk menyakinkan item pertanyaan dapat dimengerti oleh responden. Teknik analisis data menggunakan metode regresi ganda. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap keputusan pembelian. Manfaat penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan dengan melihat motivasi, persepsi dan sikap dari konsumen.

**Kata Kunci :** motivasi, persepsi, sikap, keputusan pembelian

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of the variables of motivation, perception and attitudes through purchasing decisions of Acer mobile computing products in students of the Faculty of Tourism, Pelita Harapan University in Karawaci. The population is a tourism faculty students. The sampling frame for this study was 200 respondents. The technique used in collecting data is purposive sampling. Pretest is done randomly on the respondents to convince the question items can be understood by the respondents. The data analysis technique uses multiple regression methods. The results of the analysis conclude that there is a positive and significant influence of motivation purchasing decisions, there is a positive and significant influence of perceptions, purchasing decisions, and there is a positive and significant influence attitudes toward purchasing decisions. The benefits of this research can be used as a sources information in an effort to increase sales volume through motivations, perceptions and attitudes of consumers.*

**Keywords:** motivation, perception, attitude, purchase decision

*Naskah diterima :18 Juni 2019, Direvisi:17 Juli 2019 Naskah dipublikasikan : 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Teknologi mempunyai peranan penting dalam era globalisasi saat ini, seperti kebutuhan akan notebook atau netbook atau yang biasa disebut dengan laptop, teknologi *mobile computing* ini sangat digandrungi saat ini. Fungsinya pun beragam, dapat digunakan sebagai media untuk hiburan, bekerja, dan belajar.

Seiring berkembangnya zaman, laptop bukan lagi merupakan barang yang mewah, karena hampir seluruh penduduk di kota-kota besar memiliki laptop, terutama di kalangan mahasiswa. Tuntutan sebagai mahasiswa mewajibkan mereka memiliki dan menggunakan laptop sebagai sarana dalam memperoleh, dan mengolah data. Sejak kali pertama produk *mobile*

*computing* diluncurkan di Indonesia, harga yang ditawarkan cukup mahal, namun seiring berkembangnya iklim usaha yang kian menantang, produk *mobile computing* kini dapat dibeli dengan harga yang relatif murah dan terjangkau.

Permasalahan yang kemudian muncul adalah dengan berkembangnya teknologi serta pengetahuan masyarakat zaman sekarang, konsumen kini mulai semakin kritis dalam hal memilih dan membeli barang. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dalam membeli sebuah laptop, konsumen kerap memiliki berbagai macam pertimbangan, tidak hanya dari segi teknologi, harga, fitur, dan model, namun juga perilaku konsumen sering menjadi pembeda dan pengaruh dalam keputusan pembelian.

Informasi produk tidak hanya dari sumber komersial saja tetapi dapat juga dilihat dari segi interpersonal yang dapat sangat efektif dalam mempengaruhi pemilihan suatu merek dan produk. Melalui pengumpulan informasi ini, konsumen dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan merek dan produk dari kompetitornya. Saat ini, persaingan perusahaan vendor *mobile computing* sudah sangat marak di Indonesia, vendor ternama seperti Acer, Asus, Lenovo, Toshiba, dan lain-lain. Munculnya berbagai macam merek ini yang membuat lahirnya berbagai tipe dengan fitur dan harga yang sangat kompetitif. Sebagai produsen dari produk *mobile computing*, mereka harus menjawab tantangan pasar dan memanfaatkan peluang pasar dalam struktur persaingan di masa kini. Menurut (Kotler 2017:542), dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Kemampuan suatu perusahaan dalam mengatasi masalah dan menemukan peluang-peluang pasar

akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Para produsen *mobile computing* kini semakin berlomba-lomba dalam melakukan riset untuk perkembangan teknologi produk mereka serta mengevaluasi dan menyusun strategi pemasaran yang tepat. Salah satu hal yang sangat penting dilakukan dalam menyusun strategi pemasaran yang baik adalah dengan melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen, dalam melakukan keputusan pembelian perilaku konsumen memiliki peran dan pengaruh yang signifikan. Pembentukan motivasi, persepsi dan sikap dari konsumen akan sangat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Kotler, 2017:158).

Memahami perilaku konsumen membuat pelaku usaha dapat membidik target-target pembeli secara lebih fokus dan terarah dengan kata lain, pelaku usaha dapat menjabarkan dengan lebih jelas tentang sasaran dan target pembeli untuk selanjutnya mengarahkan kegiatan pemasaran kepada para agen penjualan dan mencapai target pembeli yang dimaksud (Nitisusastro, 2012:39). Dari berbagai merek tersebut, lahirlah berbagai tipe dengan fitur dan harga yang sangat kompetitif. Acer merupakan salah satu merek *mobile computing* yang sangat diminati oleh konsumen di Indonesia. Menurut laporan IDC (Indonesia Data Center) untuk kuartal kedua tahun 2011, Acer telah mencapai posisi top 1 Brand Notebook di Indonesia.

Tabel 1.  
Top Brand Index 2011 kategori  
Notebook

Peringkat Indonesia	Vendor
1	Acer
2	Toshiba
3	Asus
4	HP
5	Lenovo

Sumber: Acer Product Guide (2011)

Berdasarkan data yang diperoleh dari <http://www.topbrand-award.com>, yang telah melakukan survei data tahun 2016 fase satu untuk kategori *mobile computing* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, menyatakan bahwa *mobile computing* merek Acer menempati posisi teratas dengan *market share* mencapai 34,7%, diikuti oleh Asus dengan perolehan 16,5%, kemudian posisi berikutnya dalam lima besar diikuti secara berurutan oleh Lenovo dengan 11,1%, lalu Toshiba dengan 10,8%, dan LG dengan *market share* sebesar 8,5%.

Data yang telah dijabarkan di atas, kelima perusahaan merupakan *vendor mobile computing* terlaris di Indonesia dan acer merupakan merek yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia dengan persentase bobot mencapai 34,7%. Sebelum memulai penelitian dan membangun rumusan masalah telah dilakukan pretest awal terhadap mahasiswa Fakultas Pariwisata UPH dan jumlah responden untuk *pre-testing* adalah sebesar 20 responden, hasil yang didapat dari pretest tersebut menyatakan semua pertanyaan yang akan digunakan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner dalam penelitian.

### KAJIAN LITERATUR

**Motivasi** menurut (Schiffman dan Kanuk, 2010:69); adalah kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak dari definisi di atas yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu dorongan pribadi yang timbul dari dalam diri seseorang sehubungan dengan keinginan dan kebutuhannya untuk melakukan kegiatan yang mengarah pada hal yang diinginkan oleh orang tersebut. Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa

mereka untuk bertindak (Schiffman & Kanuk, 2010:72).

**Persepsi** menurut (Schiffman dan Kanuk 2010:146) merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang dilalui oleh konsumen untuk memilih, menyusun, dan mengolah informasi-informasi guna membuat gambaran yang lebih nyata konsumen terhadap merek dan bagaimana pandangan konsumen tentang suatu merek. Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2010) persepsi akan sesuatu berasal dari interaksi antara dua jenis faktor, sebagai berikut:

1. Stimulus Factor adalah karakteristik objek secara fisik seperti ukuran, warna, bentuk dan berat. Tampilan suatu produk baik kemasan maupun karakteristiknya mampu menciptakan rangsangan pada indera seseorang, sehingga mampu menciptakan suatu persepsi mengenai produk yang dilihatnya.
2. Individual Factor yang termasuk di dalamnya tidak hanya terjadi proses pada panca indera tetapi juga pengalaman yang serupa dan dorongan utama suatu harapan dari individu itu sendiri.

**Sikap** didefinisikan sebagai kecenderungan belajar untuk berperilaku dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten terhadap objek tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2010:253). Menurut (Saifudin Azwar, 2011: hal.23-28) Sikap terdiri dari tiga komponen yang saling berhubungan yang dapat dilihat melalui model sikap tiga komponen. Model ini terfokus pada penentuan secara tepat komposisi sikap dengan maksud agar perilaku dapat dijelaskan dan diprediksi.



Menurut model ini sikap terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. Komponen kognitif berkaitan dengan pikiran (otak) seseorang, apa yang dipikirkan konsumen.
2. Komponen afektif berkaitan dengan perasaan, jadi sifatnya emosional dan wujudnya berupa perasaan senang, sedih, ceria, gembira dan sebagainya.
3. Komponen konatif berkaitan dengan tindakan, kecenderungan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan dan perilaku dengan cara tertentu terhadap suatu objek sikap.

**Keputusan Pembelian** menurut (Kotler dan Armstrong, 2017:158) bahwa pembelian konsumen adalah perilaku pembeli individu konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Perusahaan perlu mengidentifikasi model konsumen dalam keputusan pembelian untuk mengenali konsumen tersebut. Menurut (Shiffman dan Kanuk, 2010:480-482) memperkenalkan model konsumen yang mengacu tentang bagaimana konsumen berperilaku berdasarkan empat pandangan, yaitu:

1. Pandangan ekonomis (*Economic view*) yaitu konsumen digolongkan sebagai seorang yang membuat keputusan.
2. Pandangan pasif (*Passive view*) yaitu konsumen yang digambarkan sebagai konsumen yang patuh terhadap keinginan dan promosi dari pemasar.
3. Pandangan kognitif (*Cognitive view*) yaitu model yang focus pada proses konsumen dalam mencari dan mengevaluasi informasi mengenai merek dan toko eceran.
4. Pandangan emosional (*Emotional view*), yaitu konsumen yang pada saat melakukan pembelian cenderung memperhatikan dan mencari informasi dengan memperhatikan perasaan dan suasana hatinya.

### **Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian.**

Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2010:69) merupakan kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut sesuai dengan pendapat (Setiadi, 2013:35), motivasi yang dimiliki tiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil.

### **Pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk.**

Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2010:146) bahwa persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

### **Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.**

Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif ataupun negatif terhadap produk-produk tertentu.

### **Hasil Penelitian sebelumnya**

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputra dan Samuel, 2013) yaitu Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Ukuran sampel yang diambil adalah sebanyak 100 konsumen pengguna mobil Daihatsu Xenia dengan cara membagikan kuesioner. Penelitian ini diuji menggunakan sistem SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia di Sidoarjo, persepsi berpengaruh terhadap

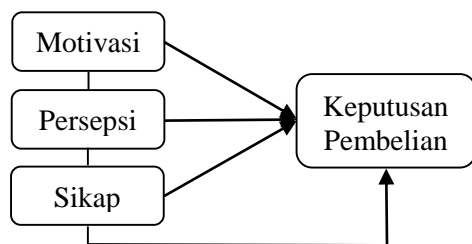
keputusan pembelian Daihatsu Xenia di Sidoarjo, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Penelitian Suardika, Ambarawati dan Sukaatmadja pada tahun 2014 dengan judul penelitian yaitu "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali Ukuran sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 responden dengan syarat responden sudah pernah berbelanja sebanyak 5 kali. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan pengumpulan data menggunakan interview terhadap responden. Penelitian ini diuji dengan menggunakan PLS visual version 1.04. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor psikologis yang terdiri atas: motivasi, pembelajaran, dan sikap berpengaruh positif dan sangat nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali, tetapi persepsi tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali.

Penelitian oleh (Frederecca dan Chairy, 2010) dengan judul penelitian Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. Hasil penelitian membuktikan bahwa psikologi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali produk Blackberry. Dari keempat variabel ditemukan bahwa seluruh variabel, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2008) dengan judul penelitian Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Sepeda motor merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan

pembelian. Hasil penelitian membuktikan bahwa motivasi, persepsi dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. Penelitian yang dilakukan oleh (Roisah dan Riana, 2016) dengan judul telaah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen dimana sampel yang digunakan sebanyak 99 responden dengan penggunaan teknik *purpose sampling* dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Hasil Penelitian terbukti bahwa persepsi citra merek dan kualitas produk terbukti sangat signifikan memengaruhi keputusan pembelian Penelitian oleh (Widodo, Yusiana dan Stevanie, 2015) yang berjudul pengaruh green marketing terhadap nilai yang dipersepsikan dalam keputusan pembelian pada Ades (studi kasus pada mahasiswa/I Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University) dengan jenis penelitian penjelasan, sampel yang digunakan 100 orang responden menggunakan *teknik simple random sampling* dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dimana analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) menghasilkan *Green marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian melalui nilai yang dipersepsikan.

Penelitian oleh (Widelia, Yusiana, Widodo, 2015) berjudul pengaruh *green marketing* dan *corporate social responsibility* terhadap keputusan pembelian produk Unilever (Studi kasus Masyarakat Kota Bandung) dimana desain penelitian menggunakan riset deskriptif dan verifikatif, dengan sampel sebanyak 400 responden menghasilkan *green marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.



Gambar 1.  
Rerangka pemikiran  
Sumber: Mawey (2013)

- H1: Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H2: Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H3: Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H4: Motivasi, persepsi, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

#### METODE PENELITIAN

Penelitian di mulai dari mengumpulkan, mengukur dan menganalisa data dengan populasi merujuk pada mahasiswa fakultas pariwisata yang pernah menggunakan produk *mobile computing* acer. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah responden adalah sebanyak 200 orang. Instrument pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam enam skala likert, validitas dan reliabilitas digunakan sebagai analisa data awal yang kemudian dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. setelah memenuhi asumsi data terdistribusi normal dan tidak terdapat masalah dilanjutkan dengan uji koefisien determinan, uji signifikansi parsial dan uji signifikansi simultan

#### PEMBAHASAN

Subyek dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan. profil responden berdasarkan jawaban kuesioner, dari total 200 kuesioner yang dibagikan ke responden terdapat 49 laki-laki dan 151 perempuan yang mengisi responden.

Uji validitas berguna untuk menentukan validitas atau kesesuaian kuesioner yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dari responden, uji validitas pada nilai r-tabel dapat diperoleh melalui  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-k$ , dengan demikian  $df = 200-4 = 196$  maka diperoleh  $r\text{-tabel} = 0,139$ . Validitas data untuk masing-masing variabel diukur dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel dimana jika  $r\text{-hitung} > 0,139$  maka data valid dan jika  $r\text{-hitung} < 0,139$ . Hasil uji dalam semua pernyataan variabel motivasi, persepsi, sikap dan kepuasan memiliki nilai *corrected item-total correlation* melebihi 0,139 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan adalah valid.

Uji realibilitas dapat dilihat dengan menggunakan chronbach alpha (Sekaran dan Bougie, 2016, :296). Jika chronbach  $\alpha > 0.6$ , maka dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 2.  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Items	Keterangan
Motivasi	.792	5	Reliabel
Persepsi	.780	5	Reliabel
Sikap	.750	5	Reliabel
Keputusan Pembelian	.662	5	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data (2019)

Uji klasik normalitas data dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $> 0.05$  (Ghozali, 2012: 160-165). Berdasarkan uji normalitas dengan

Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai KSZ sebesar 1.527 dan asymp sig. sebesar 0.091 dan lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan data atau residual berdistribusi normal.

Multikolinearitas menguji menggunakan model regresi dimana seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas. Jika terdapat korelasi diantara variable bebas maka dinyatakan sama dengan nilai nol. Asumsi pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dilihat dari nilai toleran dan varian inflantion factor (VIF), adalah:

1. Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai toleran > 0.10
2. Terjadi multikolinearitas, jika nilai toleran ≤ 0.10

Melihat nilai varian inflantion factor (VIF):

1. Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF ≤ 10
2. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF ≥ 10

Tabel 3.  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.000		
X1	.157	.540	1.851
X2	.001	.395	2.532
X3	.000	.334	2.994

Sumber: Hasil olahan sendiri (2019)

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa: Nilai tolerance semua variable independen lebih besar dari 0.10. Nilai VIF semua variable independen lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian heteroskedatisitas pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedatisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta

titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (Ghozali, 2012:139-143). Output scatterplot menunjukkan titik titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah Heteroskedatisitas.

Analisis regresi memiliki tujuan untuk dipergunakan dalam suatu situasi dimana hipotesis dari satu independen variabel mempengaruhi satu dependen variabel.

Tabel 4.  
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant )	5.273	.866		.000
X1	.068	.048	.092	.157
X2	.242	.069	.265	.001
X3	.405	.073	.457	.000

Rumusan persamaan regresi berganda tersebut adalah sebagai berikut:

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

$$= 5.273 + 0,068 X_1 + 0,242 X_2 + 0,405 X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 5.273, artinya jika motivasi (X1), persepsi (X2) dan sikap (X3) = 0 maka keputusan pembelian (Y) = 5.273 satuan.
2. Jika terjadi perubahan motivasi (X1) sebesar 1 satuan, sementara persepsi (X2) dan sikap (X3) tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,068 satuan.
3. Jika terjadi perubahan motivasi (X2) sebesar 1 satuan, sementara persepsi (X1) dan sikap (X3) tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,242 satuan.

4. Jika terjadi perubahan sikap (X3) sebesar 1 satuan, sementara motivasi (X1) dan persepsi (X2) tetap maka customer satisfaction (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,405 satuan.

Selain itu berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa secara parsial variabel:

1. Variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk acer.
2. Variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk acer.
3. Variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk acer.

Hasil olah data matrik korelasi antara y dan x1, x2, x3 diperoleh nilai  $x_1 = 0.553$ ,  $x_2 = 0.671$  dan  $x_3 = 0.723$  dengan probabilitas = 0.000 > 0.05, maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi, persepsi dan sikap dengan keputusan pembelian. Setelah melakukan tabulasi dengan program spss, hasil yang didapatkan dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.559. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, sikap terhadap keputusan pembelian sebesar 55.9% dan sisanya sebesar 44.1% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian.

Signifikansi F sebesar 0,000 membuktikan bahwa motivasi, persepsi, sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ketiga variable bebas tersebut dapat sebagai daya tarik dan mempengaruhi kosumen untuk membeli produk *mobile computing* Acer.

Hasil uji t menyatakan bahwa motivasi, persepsi, sikap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari nilai  $t = 6.090$ . Sedangkan nilai tabel dengan level of significant  $\alpha = 0.05$  dan  $df = n-k-1 = 195$  adalah sebesar 1,972. Karena nilai  $t$  hitung >  $t$  tabel maka  $H_0$  dapat ditolak dan  $H_1$  diterima.

Uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen dan menguji apakah model yang dibuat signifikan atau tidak signifikan. Dengan Level of Significant  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 200$ ,  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 196$ , maka diperoleh nilai F-tabel = 2.65. Berdasarkan hasil analisis SPSS didapat nilai F-hitung = 82.735 > f-tabel = 2.65 dan signifikan sebesar 0,00 yang artinya  $sig < 0,05$ . Oleh karena itu variabel motivasi, persepsi, sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ .

#### **Analisa Pembahasan**

Motivasi terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa variabel motivasi mempunyai hubungan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *mobile computing* acer. Responden penelitian mahasiswa Fakultas Pariwisata menunjukkan bahwa motivasi sebagai faktor yang ikut menentukan keputusan pembelian produk *mobile computing* acer. Hasil ini sesuai dengan penelitian Hizkia E. Mawey serta Dewi Urip Wahyuni yang menyimpulkan bahwa motivasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pembelian dengan didasari motivasi yang kuat oleh konsumen menimbulkan keputusan pembelian yang lebih signifikan. Apabila motivasi dalam membeli produk Acer semakin tinggi maka secara otomatis responden bersedia membeli produknya yaitu *mobile computing*. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur motivasi konsumen adalah ketertarikan dengan produk, kebutuhan akan produk, dorongan kebutuhan, dorongan untuk menggunakan, dan Mencari informasi. Variabel ingin menggunakan *mobile computing* acer yang paling banyak dipilih berarti akan semakin jelas untuk mengambil keputusan pembelian *mobile computing* acer dan akan menongkatkan penjualan secara signifikan.

Persepsi terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa variabel persepsi

mempunyai hubungan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *mobile computing acer*. Responden menunjukkan bahwa persepsi sebagai faktor yang ikut menentukan keputusan pembelian produk *mobile computing acer*. Hasil ini sesuai dengan penelitian Frederecca dan Chairy yang menyimpulkan bahwa persepsi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Indikator yang digunakan tampilan produk yang menarik, warna produk yang beraneka ragam, bentuk produk menarik, daya tahan produk yang baik, percaya diri dengan menggunakan produk. Persepsi yang baik terhadap produk acer ini sangat mungkin menimbulkan keputusan pembelian dan melalui indikator tersebut sangat mungkin tercipta persepsi yang baik terhadap *mobile computing acer*. Hal diatas juga mendukung teori dari Schiffman dan Kanuk dimana persepsi akan membuat konsumen memiliki gambaran akan sebuah produk atau jasa sebelum terjadi keputusan pembelian.

Sikap Konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan variabel sikap konsumen mempunyai hubungan yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Indikator yang digunakan kepercayaan, pengetahuan, produk diinginkan, produk terbaik, produk paling disukai. Responden penelitian menganggap sikap konsumen sebagai faktor yang ikut menentukan keputusan pembelian. Sikap yang berupa tanggapan konsumen apabila semakin baik maka konsumen semakin bersedia mengambil keputusan membeli *mobile computing acer*.

### **PENUTUP**

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap terhadap keputusan pembelian produk *mobile computing acer* pada mahasiswa fakultas pariwisata universitas pelita harapan di karawaci. Peneliti menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan

analisa yang diolah dengan menggunakan program statistik SPSS 22, yaitu: (1) Variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya dan secara positif mempengaruhi keputusan pembelian *mobile computing acer*, dengan demikian H1 diterima. (2) Variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya. Maka persepsi secara positif mempengaruhi keputusan pembelian *mobile computing acer*, dengan demikian H2 diterima. (3) Variabel sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya, dengan demikian sikap konsumen secara positif mempengaruhi keputusan pembelian *mobile computing acer*. Dengan demikian H3 diterima. (4) Variabel motivasi, persepsi, dan sikap berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan secara positif mempengaruhi keputusan pembelian *mobile computing acer* dengan demikian H4 diterima. Variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan bersifat signifikan adalah variabel motivasi.

### **REFERENSI**

- Azwar, Saifudin. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Pp.23-28.
- Frederecca dan Chairy (2010). *Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Volume 3, Nomor 2, Agustus 2010, Pp.128-143.
- Ghozali, Imam (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- IM. Pasek Suardika, IGAA. Ambarawati dan I P Sukaatmadja (2014).

- Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali*. Jurnal Manajemen Agribisnis, Volume 2, Nomor 1, Mei 2014, Pp.1-10.
- Kotler, Philip & Amstrong, Garry (2017). *Principles of Marketing*. 17<sup>th</sup> ed. Pearson Prentice Hall.
- Mawey, Hizkia Elfran (2013) *Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Rajawali Nusindo Cabang Manado*, Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, Volume 1, Nomor 4, Desember 2013, Pp.791-801.
- Nitisusastro, Mulyadi (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung.
- Roisah & Riana (2016). *Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Ecodemica, Volume 4, Nomor 1, April 2016, Pp.100-107.
- Saputra, Rico dan Samuel Hatane (2013) *Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Pemasaran 1(1) Pp.1-12.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Lesli Lazar (2010). *Consumer Behavior*. 10<sup>th</sup> edition, New Jersey: Pearson Pearce Hall.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Rouger (2016). *Research Methods for Business – A Skill Building Approach*, 7<sup>th</sup> ed. United Kingdom: John Wiley & Sons Limited.
- Setiadi, Nugroho J (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wahyuni, Dewi (2008). *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 10, Nomor 1, Maret 2008, Pp.30-37
- Widodo, Yusiana, Stevanie (2015). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan Dalam Keputusan Pembelian Pada ADES (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University)*. Jurnal Ecodemica Volume 3, Nomor 2, September 2015.
- Widelia, Yusiana, & Widodo (2016). *Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung)* Jurnal Ecodemica Volume 3, Nomor 2, September 2016.

### **BIODATA PENULIS**

**Juliana** lahir di kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, adalah Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan Jakarta, Menyelesaikan Sarjana Strata 2 di STIE IT&B Medan, mempunyai ketertarikan penelitian bidang Manajemen dan Kepariwisataaan.

Themmy Noval lahir di kota Jakarta 15 November 1974 adalah Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan Jakarta, Menyelesaikan Sarjana Strata pada Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jakarta dan Burapha University, Bangkok, mempunyai ketertarikan penelitian bidang Ekonomi Manajemen dan Kepariwisataaan.

# Efektivitas Pajak Bumi Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Tasikmalaya

Taufik Wibisono<sup>1</sup>, Yani Sri Mulyani<sup>2</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika, Kampus PSDKU Tasikmalaya

<sup>1</sup>[taufik.tik@bsi.ac.id](mailto:taufik.tik@bsi.ac.id)

<sup>2</sup>[yani.ymn@bsi.ac.id](mailto:yani.ymn@bsi.ac.id)

## ABSTRAK

Dalam era otonomi daerah saat ini pemerintah membutuhkan dana yang cukup besar untuk memenuhi pembiayaan pemerintah dalam melaksanakan pembangunan daerah melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang merupakan sumber penerimaan daerah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas dan kontribusi Pajak Daerah terhadap PAD serta mengetahui pengaruh PBB terhadap PAD. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan jenis data Time Series. Data sekunder yang digunakan yaitu Laporan Realisasi Anggaran Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Tasikmalaya tahun 2018. Efektivitas pajak bumi dan bangunan daerah terhadap pendapatan asli daerah berada pada kategori efektif, dengan kata lain bahwa tingkat efektivitas pajak bumi dan bangunan berada di angka 111,8%. Kontribusi pajak bumi dan bangunan terhadap pendapatan asli daerah berada dalam kategori cukup baik dengan kata lain bahwa tingkat kontribusi pajak bumi dan bangunan berada pada angka 35,43%. Hasil yang didapat sangat berpengaruh karena pendapatan dari PBB terhadap PAD melebihi dari target.

**Kata kunci:** efektivitas.pajak bumi dan bangunan, pendapatan

## ABSTRACT

*In the current era of regional autonomy the government needs substantial funds to meet government funding in implementing regional development through Regional Original Revenue (PAD), which is a source of regional revenue. The purpose of reseach was to determine the level of effectiveness and contribution of Regional Taxes to PAD. This study used descriptive methods that aimed to make descriptions, drawings, or paintings systematically, factually and accurately regarding the facts, characteristics and relationships between the phenomena which was investigated. The data sources used in this research were secondary data with Time Series data types. Secondary data used was the Budget Realization Report for Tasikmalaya Regency Regional Tax Revenue in 2018. The effectiveness of the land and building tax on regional original income was in the effective category, in other words that the level of effectiveness of land and building tax is at 97%. The contribution of land and building tax to regional original income was in the category 111,8% in other words that the level of land and building tax contributions was in the numbers 35,43%.*

**Keywords:** effectiveness. Earth and building tax, income

Naskah diterima : 11 Juli 2019, Direvisi: 8 Agustus 2019 Naskah dipublikasikan : 16 September 2019



### PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu bangsa dalam pembangunan nasional sangat ditentukan oleh kemampuan bangsa untuk dapat memajukan kesejahteraan masyarakat, daerah di Indonesia memiliki hak dan kewajiban mengatur dan mengurus sendiri pemerintahannya sebagai bentuk pembangunan ekonomi yang berbasis kemandirian, sumber sumber selanjutnya bergeser ke daerah, baik melalui perluasan berbasis pajak maupun dana perimbangan. Hal ini sejalan dengan makna desentralisasi fiskal yang mengandung pengertian bahwa kepada daerah diberikan kewenangan untuk memanfaatkan keuangan sendiri, yang dilakukan wadah Pendapatan Asli Daerah (PAD), dengan sumber utamanya adalah pajak daerah dan retribusi daerah.

Lahirnya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, n.d.) merupakan implementasi atas lahirnya otonomi daerah yang diselenggarakan di Indonesia. Pajak daerah sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah, merupakan sumber keuangan riil bagi pemerintah daerah. Suatu daerah mempunyai hak untuk mengatur, mendapatkan, dan memelihara aspek sumber Pendapatan Asli Daerahnya yang hasilnya 100% (seratus persen) dikelola oleh pemerintah daerah itu sendiri.

Penerapan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, n.d.) telah mengubah sistem pengelolaan Pajak Bumi dan Bangunan khususnya sektor Perdesaan dan Perkotaan. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2) yang awalnya merupakan pajak pusat kini menjadi pajak daerah. Pengalihan pengelolaan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) dari Pemerintah Pusat kepada Pemerintah Daerah ini merupakan suatu bentuk tindak lanjut kebijakan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal yang ada. Hasil dari pengelolaan pajak tersebut 100% (seratus persen) masuk ke kas daerah setempat,

sehingga tidak akan ada lagi bagi hasil pajak kepada pemerintah pusat.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat efektivitas pajak bumi dan bangunan diantaranya dengan adanya penyuluhan terhadap kolektor Pajak Bumi Dan Bangunan Perkotaan dan Perdesaan di tiap Kecamatan, faktor pengawasan oleh dinas yang membawahi pajak daerah, serta faktor penagihan. demi mencapai tingkat efektivitas penerimaan PBB P2 harus dibuat target atau rencana penerimaan supaya dapat tercapai hasil penerimaan seperti yang diharapkan oleh pemerintah daerah, target atau rencana penerimaan pajak bumi dan bangunan sangat penting karena sebagai titik awal menentukan besarnya jumlah pajak bumi dan bangunan yang harus dicapai dalam satu tahun pajak, dalam hal ini pemerintah daerah mempunyai peranan penting untuk mewujudkan target dan rencana penerimaan, karena sebagian besar hasil dari penerimaan pajak bumi dan bangunan yang di masukan kepada daerah digunakan untuk mengembangkan dan membangun daerahnya.

Efektivitas merupakan suatu ukuran untuk mengetahui berhasil atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas adalah “ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan berjalan dengan efektif.” (Mardiasmo, 2004) Tingkat efektivitas penerimaan PBB P2 dihitung berdasarkan hasil yang dicapai dengan target yang ditentukan. Semakin besar tingkat efektivitas penerimaan PBB P2, dapat dikatakan kinerja aparaturnya penagik pajak telah maksimal atau efektif dalam upaya mengoptimalkan penerimaan PBB P2 tersebut. Demikian pula sebaliknya, semakin kecil tingkat efektivitas yang dicapai maka kinerja aparaturnya penagik pajak kurang maksimal. Dari hasil penelitian ini diharapkan ini dapat bermanfaat untuk pihak-pihak terkait khususnya bagi:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan  
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai efektivitas penagihan pajak bumi dan bangunan.
2. Aspek Guna Laksana  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat untuk pengambilan kebijakan manajerial khususnya mengenai penagihan pajak bumi dan bangunan. Selain itu memberikan pengetahuan dan pengalaman sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.
3. Peneliti Lanjutan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran untuk penelitian lanjutan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: Tingkat Efektivitas Pajak Bumi dan Bangunan terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Tasikmalaya pada Tahun 2018.

## KAJIAN LITERATUR

### Efektivitas

Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif (Mardiasmo, 2004). Efektivitas adalah mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan potensi atau target penerimaan pajak itu sendiri. Efektivitas penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan adalah mengukur hubungan antara hasil pungutan Pajak Bumi dan Bangunan dengan potensi atau target penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Saputro, Sudjana, & Azizah., 2014) Tingkat efektivitas penerimaan PBB Perkotaan Surabaya pada saat dikelola oleh DJP menunjukkan hasil lebih baik dibandingkan pada saat PBB tersebut dikelola oleh DPPK Kota Surabaya. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan rata-rata efektivitas

penerimaan PBB Perkotaan pada saat dikelola oleh DJP (2009-2010) dan rata-rata efektivitas penerimaan pada saat dikelola oleh DPPK Kota Surabaya (2011-2013). Rata-rata efektivitas penerimaan PBB Perkotaan Surabaya pada saat dikelola DJP sebesar 86,45% dengan kriteria nilai interpretasi cukup efektif, sedangkan rata-rata efektivitas penerimaan PBB Perkotaan Surabaya pada saat dikelola oleh DPPK sebesar 76,38% dengan kriteria nilai interpretasi kurang efektif.

### Pajak

#### Pengertian Pajak

Definisi menurut Rochmat Soemitro dalam (Suandy, 2015) Pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Definisi tersebut disempurnakan menjadi "Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan "surplus"-nya digunakan untuk public saving yang merupakan sumber utama untuk membiayai public investment".

#### Pendapatan Asli Daerah

"Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Halim, 2004). Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerahnya sendiri. Daerah dituntut untuk berperan aktif dalam mengoptimalkan penerimaan pendapatan daerahnya. Hal tersebut sebagai upaya untuk menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah) sebagai perwujudan asas desentralisasi. Hal ini terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hassanudin.,

2014) Kontribusi pajak atas kendaraan bermotor terhadap penerimaan pendapatan asli daerah diprovinsi Maluku Utara adalah kurang baik hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah Provinsi Maluku Utara dalam hal ini Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi Maluku Utara kurang serius mengidentifikasi, menggali, dan mengoptimalkan sejumlah objek pajak lainnya yang menjadi objek pajak kendaraan bermotor untuk ditetapkan dan dipungut sebagai pajak atas kendaraan bermotor

### **Pajak Daerah**

Pajak Daerah adalah pungutan wajib atas orang pribadi atau badan yang dilakukan oleh pemerintah daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Prakosa & Kesit, 2005).

### **Pajak Bumi Dan Bangunan**

#### **Pengertian Pajak Bumi dan Bangunan**

Berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1994 Tentang Pajak Bumi dan Bangunan, n.d.). Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah pajak yang bersifat kebendaan dalam arti besarnya pajak terutang ditentukan oleh keadaan objek yaitu bumi/tanah dan atau bangunan. Keadaan subyek (siapa yang membayar) tidak ikut menentukan besarnya pajak. Pengertian PBB adalah iuran yang dikenakan terhadap pemilik, pemegang kekuasaan, penyewa dan yang memperoleh manfaat dari bumi dan bangunan. Pengertian bumi adalah permukaan bumi dan tubuh bumi yang ada dibawahnya. Bumi menunjuk pada permukaan bumi meliputi tanah dan perairan pedalaman serta laut wilayah Indonesia. Bangunan adalah konstruksi teknik yang ditanam atau diletakan secara tetap pada tanah dan perairan dengan digunakan sebagai tempat tinggal atau tempat berusaha.(Diana & Setiawati, 2009)

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prathiwi, Herawati, & Sulindawati, 2014) Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB P2) Kota Denpasar dari tahun 2011 hingga 2014 sangat efektif. Hal ini dilihat dari tingkat efektivitas penerimaan PBB melebihi 100%. Hal ini berarti bahwa target yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemerintah selalu tercapai.

### **Objek PBB**

Objek Pajak Bumi dan Bangunan adalah Bumi dan atau Bangunan. Bumi adalah permukaan bumi dan tubuh bumi yang ada di bawahnya. Permukaan bumi meliputi tanah dan perairan pedalaman (termasuk rawa-rawa, tambak, perairan) serta laut wilayah Republik Indonesia. Sedangkan bangunan adalah konstruksi teknik yang ditanam atau dilekatkan secara tetap pada tanah dan atau perairan. (Mardiasmo, 2009)

### **Subjek PBB**

Subjek Pajak dalam Pajak Bumi dan Bangunan adalah orang pribadi atau badan yang secara nyata mempunyai suatu hak atas bumi, dan/atau; memiliki, menguasai atas bangunan, dan/atau; memperoleh manfaat atas bangunan(Waluyo, 2009)

Diharapkan dengan adanya Pajak semua orang akan mengerti dan membayar pajak sehingga ini sangat mendukung bagi pembangunan daerahnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fajar, 2013) bahwa pelaksanaan pemeriksaan pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan. Hasil penelitian yang dilihat dari berbagai persepsi yaitu persepsi petugas pemeriksa pajak, persepsi Wajib Pajak, dan persepsi gabungan antara petugas pemeriksa dan Wajib Pajak.

Selain itu juga bahwa pelaksanaan pemeriksaan pajak dapat memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan berimplikasi pada penerimaan pajak yang optimal.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono, 2009) Dengan kata lain penelitian deskriptif analisis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi (Sugiyono, 2009) Berdasarkan pendapat di atas, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif deskriptif yaitu bahwa sebuah penelitian kualitatif akan menggambarkan suatu fenomena tertentu dalam setting naturalnya yang dijabarkan dalam katakata tertulis, sehingga peneliti akan mendeskripsikan suatu keadaan tertentu dari fakta yang terjadi pada proses penelitian, baik yang berupa perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan dan yang lainnya tanpa memanipulasi fenomena yang diamati. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian ini karena sesuai dengan jenis penelitian yang akan dilakukan, yaitu untuk mendeskripsikan tentang efektif atau tidaknya Pemungutan Pajak Bumi dan Bangunan yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tasikmalaya.

## Sumber dan jenis data penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan jenis data Time Series. Data sekunder yang digunakan yaitu Laporan Realisasi Anggaran Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Tasikmalaya tahun 2018.

## Metode Analisis Data

(Sujarweni, 2014) menyatakan bahwa analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif.

## Definisi dan Pengukuran Variabel Operasional

Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya (Mardiasmo, 2011). Apabila organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dapat dikatakan telah berjalan dengan efektif. Rumus perhitungan efektivitas

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Daerah}}{\text{Target penerimaan pajak Daerah}} \times 100\%$$

(Halim, 2004:135)

Guna mengetahui efektif atau tidaknya pajak terhadap penerimaan pendapatan asli daerah dapat diukur dengan menggunakan kriteria dan indikator dibawah ini.

Tabel 1 .Kriteria Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah.

Presetasi Efektivitas	Kriteria
Diatas 100 %	Sangat Efektif
90 – 100 %	Efektif
80 - 90 %	Cukup Efektif
60 – 80 %	Kurang Efektif
Kurang Dari 60 %	Tidak Efektif

sumber: Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327 dalam (Puspitasari, Elfayang, & Ayu, 2014)

Guna mengetahui bagaimana dan seberapa besar kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2.Presentasi Kriteria

Persentase Kriteria
0,00%-10% Sangat kurang
10,10%-20% Kurang
20,10%-30% Sedang
30,10%-40% Cukup baik
40,10%-50% Baik
Di atas 50% Sangat baik

Sumber: Depdagri, Kepmendagri No.690.900.327 .(Hassanudin., 2014)

### Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.(Siahaan, 2005)

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Efektivitas Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Tasikmalaya.

Untuk mengetahui seberapa tingkat efektivitas pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah

(PAD) maka perlu dilakukan analisis efektivitas pajak daerah terhadap realisasi penerimaan pendapatan asli daerah (PAD).

Pada tahun 2018 potensi pajak bumi dan bangunan di Kabupaten Tasikmalaya sebesar Rp.21,084,370,713 dan target pajak bumi dan bangunan di Kabupaten Tasikmalaya tahun 2018 adalah Rp.18,520,000,000 sedangkan realisasi tahun 2018 sebesar Rp.20,700,315,695 jika berdasarkan pada indicator efektivitas maka penilaiannya adalah sangat efektif. Karena tingkat efektivitas pajak bumi dan bangunan di Kabupaten Tasikmalaya adalah sebesar 111,8 %.

### 2. Analisis Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Guna mengetahui seberapa besar kontribusi pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) maka perlu dilakukan analisis realisasi penerimaan kontribusi pajak daerah terhadap realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pada tahun 2018 kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan daerah adalah sebesar 35,43 jika berdasarkan pada kriteria atau indicator diatas maka penilaiannya adalah cukup baik.

### Analisis Efektivitas Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Tabel 3.Analisis Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Tahun	Target Pajak Daerah	Realisasi PBB	Presentasi	Kriteria
2018	58,426,606,032	20,700,315,695	35,43	Cukup Baik

Tabel 3 memperlihatkan bahwa kontribusi pajak bumi dan bangunan pada tahun 2018 adalah sebesar 35,43. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemungutan pajak daerah pada tahun 2018 adalah cukup baik.

Tabel 4 .Analisis Efektivitas Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Ta Hun	Target	Realisasi	Persent asi	kriteri a
2018	18,520,000	20,700,315	111,8%	sangat efektif

Tabel 4 memperlihatkan bahwa pemungutan pajak bumi dan bangunan pada tahun 2018 adalah sebesar 111,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemungutan pajak daerah pada tahun 2018 adalah sangat efektif.

### PENUTUP

Efektivitas pajak bumi dan bangunan daerah terhadap pendapatan asli daerah berada pada kategori efektif, dengan kata lain bahwa tingkat efektifitas pajak bumi dan bangunan berada di angka 111,8 %. Kontribusi pajak bumi dan bangunan terhadap pendapatan asli daerah berada dalam kategory 35,43 dengan kata lain bahwa tingkat kontribusi pajak bumi dan bangunan berada pada angka cukup baik.

### REFERENSI

Diana, A., & Setiawati, L. (2009). *Perpajakan indonesia* (3rd ed.). Yogyakarta: andi.

Fajar, C. M. (2013). Pengaruh Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Berdasarkan Persepsi Pemeriksaan Pajak dan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis (Ecodomica, 1 no 3*. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>

Halim, A. (2004). *akuntansi keuangan daerah*. Jakarta: salemba empat.

Hassanudin. (2014). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Kendaraan Bermotor

Terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Di Provinsi Maluku Utara. *Accountability, 3 no 1*. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/accountability/article/view/4941>

Mardiasmo. (2004). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah* (2009th ed.). Yogyakarta: andi.

Mardiasmo. (2009). *Akuntansi Sektor Publik* (2009th ed.). Yogyakarta: Andi.

Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: andi.

Prakosa, B., & Kesit. (2005). *Hukum Perpajakan* (2006th ed.). Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Prathiwi, I. A. M. A., Herawati, N. T., & Sulindawati, N. L. G. E. (2014). Analisis Strategi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB P2) serta Efektivitas Penerimaannya di Pemerintah Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi Program, 3 No 1*.

Puspitasari, Elfayang, & Ayu, R. (2014). *Analisis Efektivitas, Efisiensi, Dan Kontribusi Pajak Dan Retribusi daerah Terhadap PAD Kabupaten Blora ahun 2009-2013*. Diponegoro Semarang.

Saputro, R., Sudjana, N., & Azizah., D. F. (2014). Efektivitas Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) terhadap Peningkatan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan, 2 no1*.

Siahaan. (2005). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suandy, E. (2015). *hukum pajak* (5th ed.). Jakarta: salemba empat.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*

(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1994 Tentang Pajak Bumi dan Bangunan*. (n.d.).

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. (n.d.).

Waluyo. (2009). *Perpajakan Indonesia* (8th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

#### **BIODATA PENULIS**

**Taufik Wibisono**, lahir di Tasikmalaya 8 September 1990, Pendidikan S1 Universitas Siliwangi jurusan Teknik Informatika lulus tahun 2013 Sarjana S2 di Universitas Siliwangi jurusan Manajemen lulus tahun 2017. Dosen Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Tasikmalaya 2015 sd sekarang.

**Yani Sri Mulyani** Lahir di Tasikmalaya 28 Mei 1968 pendidikan sarjana S1 bahasa Inggris di STBA Yapari Bandung lulus tahun 1993, Sarjana S2 Magister Manajemen di Universitas BSI Bandung lulus tahun 2014. Dosen Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Tasikmalaya 2004 sd sekarang.

Karya ilmiah yang dihasilkan : *The Role of Marketing in Tjiwulan Embroidery of Kawalu Tasikmalaya in Developing Tourist Industry. Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Entrepreneurship terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa*. Selain itu, mengikuti kegiatan seminar-seminar dan menjadi narasumber seminar dan workshop.

## Evaluasi Hasil Pelatihan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Bank Bukopin)

Firstianty Wahyuhening Fibriany<sup>1</sup>, Nur Hani Oktaviani<sup>2</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika

<sup>1</sup>firstianty.fbr@bsi.ac.id

<sup>2</sup>nurhanioktaviani@gmail.com

### ABSTRAK

Sumber daya manusia merupakan aset penting yang dimiliki oleh setiap perusahaan. Sumber daya manusia yang unggul dan profesional dalam pekerjaannya akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk mendapatkan karyawan yang unggul dan profesional dalam pekerjaannya, salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan pelatihan bagi karyawan agar kinerja karyawan sesuai dengan keinginan perusahaan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil pelatihan, hasil kinerja dan mengevaluasi pelatihan yang diberikan apakah ada pengaruhnya terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data primernya. 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. Lembaran kuesioner disebarkan kepada karyawan PT. Bank Bukopin Jakarta. Pada uji koefisien korelasi, mendapatkan nilai 0,338. yang artinya hubungan antara variabel X dan Y lemah. Pada uji regresi sederhana diperoleh hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa  $Y = 19,544 + 0,396X$ . Selanjutnya uji Anova (Uji F) diperoleh hasil  $4,890 > 2,84$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini terdapat adanya pengaruh antara pelatihan terhadap kinerja karyawan.

**Kata Kunci :** Sumber Daya Manusia, Pelatihan, Kinerja, Evaluasi Pengaruh

### ABSTRACT

*Human resources are an important asset that belongs to every company. A superior human resources professional in his job and will be able to improve the company's performance. To get a superior and professional employees in her work, one of the company's business that can be done is to provide training for employees in order for the performance of employees in accordance with the wishes of the company. Based on the problem, then this study aims to get results training, performance results and evaluate training provided if there is its effect on the performance of employees. These studies use quantitative data by using the questionnaire as a primary data collection. The collection of sample data for this research is with the technique of sampling probability sampling techniques, i.e., that gives the same opportunities in the population to be selected into the sample. Sheet of the questionnaire disseminated to employees of PT. Bank Bukopin Jakarta. On the test of the correlation koefisien, get the value of 0.338. which means the relationship between variables X and Y are weak. A simple regression test on the obtained results of calculation show that  $Y = 19.544 + 0, 396X$ . Next test Anova (F Test) obtained results  $4.890 > 2.84$  meaning  $H_0$  denied and  $H_a$  is received. It can be said that in this study, there is the presence of influence between training on performance of employees.*

**Keywords:** Human Resources, Training, Performance, Evaluation Of Influence

*Naskah diterima: 30 Juli 2019, direvisi: 12 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*



## PENDAHULUAN

Persaingan yang terjadi pada industri perbankan membuat perusahaan harus menyiapkan karyawannya secara 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.

Untuk mengantisipasi dan juga menghadapi persaingan pada industri perbankan tersebut, perlu dilakukan kegiatan peningkatan sumber daya manusia secara optimal. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan SDM perusahaan 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). Kinerja karyawan perlu dikembangkan dan dijaga untuk menghasilkan kualitas dan kuantitas yang baik. Hasil dari pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawan diharapkan dapat merubah kinerja karyawan menjadi lebih baik, yang dapat dilihat pada hasil pekerjaan yang dilakukan oleh setiap karyawan melalui penilaian kinerja ataupun hasil yang terlihat setiap hari.

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. Kinerja merupakan hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi yang dihasilkan selama satu periode waktu menurut (Fahmi, 2016) dalam (Fibriany, 2017)

PT. Bank Bukopin 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 karyawan. PT. Bank Bukopin juga ingin mengevaluasi pengaruh terhadap pelatihan yang diselenggarakannya, apakah pelatihan yang diberikan akan memberikan pengaruh positif atau tidak terhadap peningkatan kinerja karyawannya tersebut. Untuk itu, penelitian ini oleh penulis akan dilihat dan diukur pengaruh pelatihan yang diberikan oleh perusahaan terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat menuliskan

pada perumusan masalah dalam bentuk hipotesis (Sujarweni, 2015). Hipotesis yang akan diteliti adalah:

Ha: Terdapat pengaruh pada program pelatihan terhadap kinerja karyawan di PT. Bank Bukopin

Ho: Tidak terdapat pengaruh pada program pelatihan terhadap kinerja Karyawan di PT. Bank Bukopin

## KAJIAN LITERATUR

### Pelatihan Karyawan

Pelatihan karyawan menurut Sastradipoera (2006:122) dalam (Jayanthi & Cahyana, 2014) adalah salah satu proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisasi yang dengan prosedur itu personalia nonmanajerial belajar pengetahuan dan keterampilan teknis untuk mencapai tujuan tertentu.

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

Berdasarkan kedua pengertian di atas, maka pelatihan merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menambah pengetahuan dan mengurangi kesenjangan kemampuan karyawan dalam bekerja yang diharapkan dapat meningkatkan produktivitas ataupun kinerja dari karyawan tersebut.

### Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan menurut Sedarmayanti (2016) dalam (Fibriany, 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:

1. Kualitas kerja karyawan
2. Produktivitas kerja
3. Mutu perencanaan tenaga kerja
4. Meningkatkan semangat dan moral kerja
5. Kesehatan dan Keselamatan Kerja Karyawan dan Organisasi
6. Mencegah kadaluarsa pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan
7. Pengembangan diri karyawan

### Manfaat Pelatihan

Manfaat pelatihan menurut Veithzal Rivai (2004:231) dalam (Jayanthi & Cahyana, 2014) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk karyawan

- a. Membantu karyawan dalam membuat keputusan dan pemecahan masalah yang efektif
  - b. Melalui pelatihan dan pengembangan, variabel pengenalan, pencapaian, prestasi, pertumbuhan, tanggung jawab, dan kemajuan dapat diinternalisasi dan dilaksanakan
  - c. Membantu dan mendorong mencapai pengembangan diri dan rasa percaya diri
  - d. Membantu karyawan mengatasi stress, tekanan kerja, frustrasi dan konflik
  - e. Memberikan informasi tentang meningkatnya pengetahuan kepemimpinan, keterampilan komunikasi dan sikap
  - f. Membantu karyawan mendekati tujuan pribadi sementara meningkatkan keterampilan interaksi
2. Manfaat untuk perusahaan
    - a. Mengarahkan untuk meningkatkan profitabilitas atau sikap yang lebih positif terhadap orientasi profit
    - b. Memperbaiki pengetahuan kerja dan keahlian pada semua level perusahaan
    - c. Membantu karyawan untuk mengetahui tujuan perusahaan
    - d. Membantu untuk menciptakan image perusahaan yang lebih baik
    - e. Membantu mengembangkan perusahaan
    - f. Meningkatkan hubungan antara atasan dan bawahan
    - g. Membantu pengembangan promosi dari dalam
    - h. Membantu menekan biaya dalam berbagai bidang seperti produksi, SDM, dan administrasi
    - i. Membantu karyawan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan

#### 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-langkah penyusunan dalam mengorganisasikan program pelatihan yang dapat dilakuakn antara lain dengan:

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 dua, 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 memberika 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 devisi 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 mengintroduksi 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 rill 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)
- 3) 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:
- a) *Coaching*
  - b) *Mentoring*
  - c) 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.
- a. Kerja sama  
Di lembaga pelatihan karyawan dibentuk agar dapat bekerja sama antar teman dan saling menghargai.
  - b. 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.
  - c. Perilaku karyawan

- Pelatihan juga mampu mengubah pandangan atau perilaku karyawan ke arah yang lebih positif sesuai aturan perusahaan.
- d. 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.
  - e. Loyalitas dan rasa memiliki  
Dengan mengikuti pelatihan juga akan meningkatkan loyalitas calon karyawan kepada perusahaan. Sehingga akan bersungguh-sungguh dalam bekerja di perusahaan.
  - f. Pengetahuan baru  
Di dalam pelatihan semua informasi akan diberikan, sehingga semakin sempurna pengetahuan yang diperoleh calon karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya.

#### Kinerja

Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut, tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya (Wibowo, 2017).

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 intensif seorang pegawai melakukan tugas pekerjaannya.
  5. Memelihara disiplin pribadi  
Seberapa besar seorang pegawai menghindari perilaku negatif, seperti penyalahgunaan obat, alkohol, melanggar aturan, mangkir.
  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.

#### **METODE PENELITIAN**

Untuk menemukan jawaban penelitian yang berjudul "Evaluasi hasil pelatihan terhadap kinerja karyawan", yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka digunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2002:86) dalam (Jayanthi & Cahyana, 2014) menyatakan bahwa: "Metode Deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan dalam mengkaji permasalahan-permasalahan yang terjadi saat ini atau masa sekarang". Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi hubungan antarfenomena yang diselidiki. Metode deskriptif ini didukung dengan melakukan uji kuantitatif dengan menggunakan uji pengaruh (hipotesis) yang nantinya akan menghasilkan diterima atau ditolak berdasarkan perhitungan matematika dan statistik dengan menggunakan program SPSS ver 22.0. Uji pengaruh dengan menggunakan program SPSS ver 22.0 ini akan mengevaluasi apakah terdapat pengaruh satu variabel terhadap variabel yang lain, yaitu pelatihan karyawan yang diberikan perusahaan terhadap kinerja karyawan tersebut.

Ruang lingkup penelitian ini hanya akan mengevaluasi pengaruh pemberian pelatihan untuk karyawan yang sedang melakukan pelatihan pada PT. Bank Bukopin.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer kuantitatif yang bersumber dari pengisian kuisioner yang disebarkan pada karyawan yang sedang mengikuti pelatihan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuisioner dengan mengisi dan menjawab kuisioner yang diberikan peneliti 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 yang diselenggarakan oleh PT Bank Bukopin, akan mempengaruhi kinerja karyawan tersebut. Penelitian menggunakan hipotesis ini juga dilakukan oleh (Jayanthi & Cahyana, 2014) untuk melihat pengaruh pelatihan dan kinerja di PT KAI Bandung.

Hipotesis yang dilakukan pada penelitian kali 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, usaha meningkatkan diri, kedisiplinan, motivasi, supervisi, dan manajemen administrasi.

#### **PEMBAHASAN**

Pelatihan yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah hasil dari pelatihan yang diperoleh karyawan PT. Bank Bukopin Tbk (kantor pusat)

yang dilakukan oleh penyelenggara pelatihan perusahaan. 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 diuraikan menjadi pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1.  
Variabel X

No	Variabel	Pernyataan
1	Memiliki kemampuan	Pelatihan meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan dengan baik
2		Karyawan mengetahui cara untuk mencapai target dengan tepat waktu
3	Sikap dan mental karyawan	Karyawan diberikan cara bagaimana mengelola emosi dalam bekerja, sikap positif, integritas serta cara menghadapi orang lain dengan emosi cerdas
4	Kerja Sama	Karyawan mengetahui bagaimana cara membangun team work yang baik demi mencapai tujuan bersama
5		Karyawan dapat menjaga hubungan dan berkomunikasi dengan baik dalam team work
6	Perilaku Karyawan	Karyawan mengetahui aturan dan kebijakan-kebijakan yang berlaku di perusahaan
7	Jenjang Karir	Program pelatihan yang diberikan sesuai dengan jabatan karyawan yang memperolehnya

8	Loyalitas Karyawan	Karyawan memiliki rasa tanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan di perusahaan
9	Pengetahuan	Mendapatkan pengetahuan baru yang sebelumnya belum pernah diketahui/dimengerti

Sumber: (Jyanthi & Cahyana, 2014)

Sedangkan variabel Y, Pertanyaan tersebut dituangkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.  
Variabel Y

No	Variabel	Pertanyaan
1	Kemampuan tugas spesifik pekerjaan	Karyawan terampil dan ahli dalam mengerjakan pekerjaan yang sedang dikerjakan
2	Kemampuan tugas yang tidak spesifik pekerjaan	Karwan mampu mengoperasikan alat-alat elektronik seperti komputer, dan lain-lain
3	Komunikasi lisan dan tertulis	Mempunyai kepercayaan diri untuk melakukan komunikasi dengan antar individu maupun sekelompok orang
4	Menunjukkan usaha	Karyawan berkomitmen dan bersungguh-sungguh dalam mengerjakan pekerjaan sampai selesai
5	Memelihara disiplin pribadi	Karyawan menyelesaikan tugas dengan tepat waktu
6	Memfasilitasi kinerja tim dan rekan kerja	Dapat melakukan diskusi dengan tim kerja untuk memecahkan suatu masalah dalam mencapai target dan tujuan bersama
7	Supervisi	Karyawan memahami/mengerti tentang tugas-tugas yang diberikan dan mengerjakannya dengan baik
8	Manajemen dan administrasi	Mampu memahami masalah dan menyelesaikan/memberikan keputusan bagi masalah tersebut secara individu

Sumber: (Fahmi, 2016)

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 kuisisioner tersebut tidak valid berarti tidak dapat digunakan untuk mengukur.

a. Validitas Variabel Pelatihan (X)

Tabel 3  
Validitas Variabel Pelatihan (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

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

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. Validitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Tabel 4  
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

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4, pertanyaan yang diajukan dalam variabel Y, yaitu hal yang berkenaan dengan kinerja 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. Konsistensi Jawaban

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 kuisisioner. Berikut tabel yang digunakan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

Tabel 5.  
Interprestasi Konsistensi Jawaban

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

Sumber: (Sujarweni, 2015)

a. Konsistensi Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Pelatihan (X)

Data yang sudah diperoleh, selanjutnya diproses dengan perhitungan uji konsistensi 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 interpretasi 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 kuisisioner.

Berikut hasil uji reliabilitas variabel pelatihan dalam bentuk tabel:

Tabel 6.  
Konsistensi Variabel Pelatihan

Varia bel	Cronba ch's Alpha	Interprestas i Reliabilitas	Keterangan
Pela tihan	0,749	$0,50 \leq r \leq 0,79$	Korelasi Sedang Secara Positif

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

b. Konsistensi Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Variabel Kinerja Karyawan (Y) Sama halnya dengan variabel pelatihan (X), variabel kinerja karyawan (Y) juga diproses dengan perhitungan uji Konsistensi. Berdasarkan penilaian melalui *software* SPSS 22.0, Cronbach's Alpha menghasilkan nilai reliabilitas 0,704. Berdasarkan table interpretasi konsistensi variabel kinerja karyawan (Y) memiliki nilai interprestasi tinggi, yaitu pada rentang 0,6000-0,7999. Maka instrumen penelitian pada variabel pelatihan (X) dapat dinyatakan reliabel atau responden menjawab pertanyaan secara konsisten dan stabil terhadap pertanyaan yang diberikan didalam kuisisioner. Berikut hasil uji reliabilitas variabel pelatihan dalam bentuk tabel:

Tabel 7  
Konsistensi Variabel Kinerja Karyawan

Variabel	Cronbach's Alpha	Interprestasi Reliabilitas	Keterangan
Kinerja Karya wan	0,704	$0,50 \leq r \leq$	

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

3. Hasil Evaluasi Pengaruh Pelatihan terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan hasil validitas dan konsistensi yang diperoleh di atas, maka langkah Selanjutnya adalah mencari koefisien korelasi yang bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Untuk melihat korelasi antara variabel pelatihan dengan variabel kinerja, berikut tabel hasil perhitungannya:

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 22.0 (Tabel 8) diketahui bahwa korelasi antara variabel pelatihan dengan variabel kinerja karyawan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,338. Yang berarti korelasi 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  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

Dengan demikian, dinyatakan bahwa pelatihan yang diberikan oleh PT. Bank Bukopin Tbk kepada karyawan memberikan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan tersebut.

Tabel 8  
Korelasi

	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

Uji Penekanan Hubungan variabel Dependen dan Independen

Uji ini merupakan uji lanjutan, yaitu uji Hipotesis Simultan dengan menggunakan Uji Anova atau uji F. Uji ini digunakan untuk menekankan hubungan variabel dependen dan independen. Menguatkan uji korelasi yang telah dilakukan sebelumnya

Tabel 9.  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	64,391	1	64,391	4,890	0,033 <sup>b</sup>
Residual	500,384	38	13,168		
Total	564,775	39			

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

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 ( $f_0$ ) 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  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dimana:

$H_a$ : Terdapat pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh pelatihan 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, usaha meningkatkan diri, kedisiplinan, motivasi, supervisi, dan manajemen administrasi karyawan.

Pelatihan akan menciptakan karyawan yang mampu berprestasi untuk suatu instansi dalam gerakan masa depan. Pentingnya pelatihan bukan hanya bagi karyawan yang bersangkutan, tetapi juga keuntungan PT. Bank Bukopin, karena dengan meningkatnya kemampuan atau keterampilan karyawan, dapat meningkatkan kinerja kerja para karyawan. Kinerja yang meningkat berarti organisasi yang bersangkutan akan memperoleh keuntungan. Pelatihan juga merupakan upaya untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian karyawan. Oleh karena itu, setiap organisasi yang ingin berkembang, harus mengembangkan sumber daya manusianya, salah satunya dengan mengadakan pelatihan sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan tersebut.

Persamaan Regresi

Tabel 10

Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1(Constant)	19,544	4,729			4,133,000	
Y	,396	,179	,338		2,211,033	

Sumber: Pengolahan dengan SPSS 22.0

Pada tabel regresi sederhana (tabel 10) tersebut memperlihatkan bahwa kolom constant (a) memiliki angka 19,544, sedangkan nilai variabel Y (b) 0,396 yang terdapat pada kolom B, jika dimasukkan kedalam rumus persamaan regresi:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 19,544 + 0,396X$$

Nilai *constant* 19,544 menyatakan bahwa jika tidak ada pelatihan, maka kinerja karyawan adalah 19,544. Koefisien regresi sebesar 0,396 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pelatihan akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,396. Namun sebaliknya jika pelatihan akan turun 1 % maka kinerja karyawan akan berkurang 0,396. Hal ini menunjukkan bahwa tanda positif menyatakan arah hubungan searah, dimana kenaikan atau penurunan variabel pelatihan (dependen) dapat mempengaruhi kenaikan atau penurunan variabel kinerja karyawan (independen). Karena nilai signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,1 ( $0,033 < 0,1$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dimana:

$H_a$ : Terdapat pengaruh pada pelatihan terhadap kinerja karyawan

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh pada pelatihan terhadap kinerja Karyawan

**PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dinyatakan bahwa pelatihan memiliki hubungan yang positif, namun dengan tingkat korelasi 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 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 yaitu terdapat pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan, dan pernyataan ini diperkuat dengan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai koefisien beta bernilai positif.

Kesadaran karyawan akan pentingnya pelatihan, maka PT. Bank Bukopin hendaknya melaksanakan pelatihan dilakukan secara berkelanjutan. Dan dengan adanya pemberian pelatihan bagi karyawan, maka diharapkan karyawan tersebut dapat melakukan kinerja yang maksimal bagi perusahaan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan atau mencari variabel lain untuk mengetahui faktor yang benar-banar menjadi acuan peningkatan kinerja karyawan.



## REFERENSI

- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja*. (R. Fachrudin, Ed.) (Pertama). Jakarta.
- Fibriany, F. W. (2017). Peningkatan Produktivitas Melalui Pelatihan Karyawan, *XVII(2)*, 165–170. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala/article/view/2167/1760>
- 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>
- Jayanthi, Y. D., & Cahyana, A. (2014). Pengaruh Hasil Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan di Balai Pelatihan Manajerial PT. KAI Bandung. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, *10*, 1–12. Retrieved from <http://ejournal.upi.edu/index.php/pls/article/view/5410/3706>
- 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.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja* (Kelima). Depok: RajaGrafindo Persada.

menjadi Universitas BSI pada jurusan Manajemen Informatika.

**Nur Hani Oktaviani**, Lahir di Jakarta pada bulan Oktober. Penulis telah menyelesaikan perkuliahannya di Universitas Bina Sarana Informatika pada jurusan Manajemen Bisnis. Saat ini penulis telah bekerja di BPN Jakarta Utara.

## PROFIL PENULIS

**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

## Fenomena Model Kepemimpinan Dalam Memupuk Bakat Wirausaha Pada Karyawan

Futum Hubaib

Universitas 17 Agustus 1945, futumhubaib69@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini menelaah tentang pergeseran nilai dari proses transformasi yang sekarang menekan Pendidikan dan pembelajaran tidak hanya menyediakan kapasitas penilaian dan pemahaman, tetapi juga dibimbing untuk membangun sistem proses pembelajaran kewirausahaan. dari dasar ini perlu untuk mewujudkan nilai-nilai sikap yang harus diterapkan dalam membangun Kepemimpinan dalam Pengembangan Bakat Kewirausahaan. masalah dan tuntutan masa depan sangat sensitif terhadap nilai-nilai sosial dan kesejahteraan ekonomi sementara pekerjaan dan sumber daya alam terus menurun. Langkah-langkah yang cermat diperlukan dalam membangun gaya kepemimpinan dalam mengembangkan bahan bakar kewirausahaan. Penelitian pada jenis kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologis penulis berlaku untuk mendapatkan hasil penelitian yang cermat, karena pendekatan ini lebih diarahkan pada objek yang diteliti. Input dan inventarisasi data dari hasil pelaksanaan kegiatan lapangan (Wawancara), Dokumentasi dari responden atau informan yang diwawancarai di lapangan saat penelitian berlangsung .

**Kata Kunci** : Kepemimpinan, Manajemen, Bakat, Wirausaha

### ABSTRACT

*This study examines the shift in values from the transformation process that is now suppressing Education and learning not only providing assessment capacity and understanding, but also being guided to build a system of entrepreneurial learning processes. from this basis it is necessary to realize attitudinal values that must be applied in building Leadership in Entrepreneurship Talent Development. future problems and demands are very sensitive to social values and economic welfare while employment and natural resources continue to decline. Careful steps are needed in building a leadership style in developing entrepreneurial fuels. Research on qualitative types with the phenomenological study approach of the author applies to get the results of careful research, because this approach is more directed at the object under study. Input and inventory of data from the results of the implementation of field activities (interviews), documentation of respondents or informants interviewed in the field when the research took place*

**Keywords:** Management, Leadership, Talent, Entrepreneurship

*Naskah diterima: 20 Juli 2019, direvisi: 12 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

## **PENDAHULUAN**

Realitas perkembangan global untuk masa yang akan datang sangat dibutuhkan nilai perubahan transformasi pemahaman dan pengertian akan pemberdayaan potensi baik sumber daya alam maupun manusia. Melalui kontrol pelaksanaan pembangunan sumberdaya manusia akan terprogram secara umum dalam lingkup proses pendidikan dan pembelajaran baik formal, informal, dan nonformal. Fakta yang terbentuk di lapangan menunjukkan kompetensi akan nilai proses gaya kepemimpinan yang mempunyai jiwa kewirausahaan menjadi obyek pembahasan dalam kajian penelitian ini. Hal ini disebabkan kepemimpinan berperan aktif dalam menentukan langkah kebijakan, kewenangan sekaligus pengawasan yang melekat dan diperlukan implementasi gaya kepemimpinan yang akurat cermat dan tepat dalam membangun bakat kewirausahaan.

Gaya kepemimpinan dan kewirausahaan akan terbangun dalam suatu institusi apabila komponen dasar kewirausahaan itu sendiri dilaksanakan secara mendasar. pimpinan harus faham akan nilai dasar kewirausahaan dan mekanisme pembentuknya dalam membangun jiwa dan budaya kewirausahaan yang jelas dan pasti. Kebutuhan perkembangan nilai jiwa kewirausahaan harus dibangun dari mulai sekarang untuk melihat kondisi yang akan datang. Beberapa nilai yang mendasar dari pemahaman pembangunan nilai gaya kepemimpinan saat ini dibutuhkan bentuk implementasi yang membangun kepercayaan, komitmen dan mempengaruhi kemajuan yang konsisten dalam membangun pemahaman dan pemikiran generasi yang akan datang (Avolio, 2007) mengilhami visi bersama, di mana pemimpin membesarkan orang lain dalam berbagi visi bersama dengan melibatkan nilai, minat, harapan dan impian orang tersebut, sehingga seorang pemimpin bukan hanya mampu menjadi manajer di lembaganya akan tetapi juga punya kemampuan, untuk membangun konsep konsep pemikiran baru bagi staf dan anak buahnya untuk menciptakan suatu system yang saling mendukung.

Kenyataan yang terjadi Visi yang terbangun secara retorika ditetapkan bukan dari hasil bersama akan tetapi dari nilai pembentukan proses yang dilaksanakan sebuah mekanisme kerja organisasi dalam melihat sistem proses yang harus ditetapkan dalam suatu bentuk implementasi kinerja yang akan dilaksanakan atau capaian yang akan dituju. Mengangkat hal dasar tersebut maka komponen dasar kegiatan secara sistematis dari pemahaman avolio (2007) menunjukkan nilai Visi merupakan kesepakatan bersama. hal ini menunjukkan kebersamaan yang paling dasar terbentuk untuk menetapkan visi pelaksanaan bentuk kerja kinerja dan sasaran serta tujuan yang akan dilaksanakan. Umum yang dilihat peneliti dalam keseharian justru visi tersebut telah ditentukan dan semua komponen harus menuju kepada mekanisme yang telah ditetapkan.

## **Gaya Manajemen Kepemimpinan**

Kepemimpinan adalah proses atau kegiatan untuk mempengaruhi aktifitas seseorang atau kelompok, di dalam upaya untuk mencapai sasaran, yang telah ditetapkan difenisi ini dikemukakan oleh Fuad (lihat, Sulastriningsih, Komalasari & Handayani, 2018)

Tentang gaya kepemimpinan yang mempunyai jiwa kewirausahaan menjadi pemikiran bagai mana secara mendasar Perumusan Visi yang diterapkan sebagai bentuk Implementasi gaya kepemimpinan untuk membangun pengembangan bakat kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan dasar proses pelaksanaan yang membangun nilai sosial ekologi sebagai arah transformasi dalam lingkup pembangunan berkelanjutan, dan sistem pelaksanaan perwujudan pendidikan berkualitas dengan penerapan nilai pelaksanaan pendidikan berkelanjutan. Bakat kewirausahaan merupakan perwujudan nilai potensi pribadi dari setiap individu. Dalam lingkup pemikiran secara lingkungan dengan mengambil contoh lingkungan pendidikan maka dapat dipastikan nilai bakat individu dapat terbangun dan teridentifikasi atas jumlah seluruh komponen sumber daya manusia yang ada di wilayah tersebut. tingkat pemahaman nilai potensi individu akan diukur dengan bentuk sistem nilai yang membangun lingkungan secara lokal untuk

mengembangkan potensi bakat menjadi kewirausahaan (Apendi. 2018).

Memahami tentang gaya kepemimpinan, pendapat bahwa nilai Implementasi Gaya Kepemimpinan didefinisikan sebagai bentuk perwujudan sikap, karakter dan mental dari seorang pemimpin dalam menyelesaikan masalah atas dasar pemikiran empiris terstruktur dengan penerapan pemahaman sistematis baik perencanaan, tatakelola, pelaksanaan maupun kontrol yang akan dituangkan dalam bentuk kebijakan dan kewenangan. (Taufik (2017) Kemampuan individu pemimpin teruji secara sistem nilai dan disiplin yang tinggi dengan pemahaman dan pemikiran yang luas. sementara lainnya menetapkan gaya kepemimpinan merupakan peran dalam suatu kegiatan organisasi yang berdasarkan tugas serta fungsi. Kajian telaahan yang mendalam dikemukakan peneliti dalam disertasinya menunjukkan pemahaman berbeda antara penerapan implementasi dan peran. Konsep dasar ini yang akan menentukan arah perkembangan kepemimpinan kedepan,

Perwujudan mendasar dari pemahaman implementasi gaya kepemimpinan akan terstruktur mendasar terbangun dari kemampuan diri akan prinsip dasar sistem nilai yang ditunjang implementasi atas dasar keyakinan, sikap, etik, estetika, logika dan Teleleologik. Terbangunnya sikap ini akan membangun komponen secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Sementara peran ditetapkan oleh waktu, situasi, kondisi dan keadaan. Hal ini tidak dapat memberikan nilai kesinambungan secara pasti mengingat waktu dan perwujudan yang telah ditetapkan secara mendasar. terkait dengan kewirausahaan yang berkelanjutan nilai implementasi gaya kepemimpinan menjadi penting dalam membangun sikap proses gaya kepemimpinan kewirausahaan yang terbangun, secara mendasar dan membentuk budaya kewirausahaan baik lokal, lingkungan, daerah, nasional, bahkan internasional

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Definisi Kepemimpinan**

Menurut Lasry (2010), ada lebih dari 650 definisi kepemimpinan yang dapat ditemukan dalam literatur. Bahkan setelah empat dekade

penelitian tentang kepemimpinan, literatur masih dapat dianggap sebagai "rangkaiannya acara yang membingungkan. Akumulasi data empiris yang tak ada habisnya tidak lagi memiliki pemahaman kepemimpinan yang menyeluruh." (Lasry, 2010: 32-38). Akan tetapi komponen dasar dalam melaksanakan kegiatan kerja tidak terlepas dari nilai kepemimpinan dan perwujudan gaya kepemimpinan didalamnya. Berbagai bentuk implementasi gaya dikemukakan dengan lingkup teori sebagai penunjang pemahaman dalam membangun bakat kewirausahaan. perbedaan mendasar antara gaya kepemimpinan umum dan kewirausahaan ditekankan dalam lingkup proses pelaksanaan. Gaya kepemimpinan umum dapat diimplementasikan secara mendasar akan proses penerapan teori dasar gaya kepemimpinan dengan penerapan dua, tidak atau bahkan empat gaya sekaligus. Dalam proses pelaksanaan kewirausahaan semua bentuk gaya kepemimpinan harus di kaji dan ditelaah sebagai masukan pemahaman yang jelas akan mekanisme pelaksanaan pembangunan proses dan penempatan potensi tersebut secara individu untuk membangun kegiatan usaha secara mandiri dan kewirausahaan membentuk Skematik sistem tersendiri dalam implementasi gaya kepemimpinan guna membangun jiwa kewirausahaan yang diharapkan.

Definisi yang paling luas dan disepakati mungkin berasal dari Bennis, salah satu kontributor terpenting dalam studi dan penelitian di bidang kepemimpinan selama lebih dari

enam dekade: "Kepemimpinan adalah fungsi untuk mengetahui diri sendiri, memiliki visi yang dikomunikasikan dengan baik, membangun kepercayaan di antara rekan kerja, dan mengambil tindakan efektif untuk mewujudkan potensi kepemimpinan Anda sendiri" (Bennis, 2007: 02). Dari pemahaman definisi diatas diuraikan secara prinsip pemahaman kepemimpinan berfungsi untuk mengetahui diri, dalam pemahaman tersebut maka sistem nilai (Sanusi, 2012) menjadi acuan pokok dalam implementasi komponen individual yang mendasar. visi yang dikomunikasikan dalam bentuk perwujudan kebersamaan ditetapkan dengan musyawarah

untuk mencapai sasaran dan target disesuaikan dengan kemampuan dan bakat dasar secara individu dalam membangun kinerja dalam mencapai sasaran dan capaian yang telah ditentukan.

Tindakan efektif menjadi pedoman dalam setiap langkah penetapan kebijakan untuk menjadikan dasar perwujudan implementasi potensi dalam bentuk kepemimpinan secara individu. Hal pernyataan diatas secara landasan teori sangat relevan dengan konsep pengembangan kewirausahaan dari bentuk perwujudan implementasi gaya kepemimpinan yang dilaksanakan. Tidak dipungkiri bahwa gaya kepemimpinan dapat menumbuhkan kemampuan dan kapasitas kepemimpinan secara individu untuk membangun kemampuan orang lain melalui dorongan dari refleksi diri, komunikasi dan kepercayaan di lingkungan sumber daya terbatas sehingga mampu mendorong staf/karyawan mempunyai keahlian atau profesional di bidang kemampuan dan bakatnya masing masing

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dengan menerapkan pola pendekatan kualitatif dengan model pendekatan study fenomenologi, adalah sebuah pendekatan yang mencoba mendalami makna sebuah konsep fenomena di masyarakat, serta pengalaman pengalaman yang berlandaskan pengalaman/kajian individu atau personal, dari fenomena dan pengalaman ini kemudian di kaji dan di teliti, kemudian menjadi sebuah kesimpulan, yang bisa bersifat sementara atau dengan waktu yang lama, karena sebuah penelitian apapun itu bentuknya, adalah sebuah hasil sementara pada saat itu, bisa saja terjadi "antitesis", dengan hasil penelitian selanjutnya dan ini merupakan khasanah dalam ilmu pengetahuan yang menandakan dunia keilmuan itu tidak stagnan dan selalu berkembang dari jaman ke jaman (Ridwan, 2008)

Dengan komponen dasar penelitian yang ditetapkan melalui proses observasi, wawancara, dokumentasi serta hasil wawancara untuk selanjutnya di olah secara sistematis dengan semua komponen bahasan, adapun penulis dalam mengambil

informan dengan menggunakan "sampling terbatas" yang diolah baik secara pendahuluan, landasan teori, hasil penelitian serta analisis dengan mereduksi data, penyajian data, kemudian menarik kesimpulan, guna mendapatkan simpulan yang terfokus terhadap komponen yang diteliti yaitu objek pimpinan dan empat orang staf/karyawan yang bekerja pada Lembaga Penjamin Mutu Kalimantan Timur (LPMP) tersebut dengan masa kerja rata-rata 5-10 tahun, penulis sengaja mengambil responden/informan yang sudah cukup lama bekerja dan mengikuti gaya atau kepemimpinan seorang pimpinan yang bekerja di lembaga tersebut.

Terkait penelitian yang dilaksanakan hasil wawancara dengan para informan atau partisipan di lingkungan lembaga menyatakan kepemimpinan dan manajemen sangat dibutuhkan di lembaga pendidikan, dengan dinyalakan pemahaman yang tinggi. pertanyaan tentang keefektifan kepemimpinan untuk program perubahan, pertimbangan gaya kepemimpinan memungkinkan serangkaian konsep dalam membentuk proses identifikasi dan konsep-konsep dasar yang relevan dengan pedagogi yang berkembang saat ini. Secara kebutuhan untuk eksplorasi gaya kepemimpinan dapat memfasilitasi dengan pengembangan keterampilan dan pemikiran konseptual. Pengembangan gagasan merupakan tanggung jawab pribadi dalam perwujudan gaya kepemimpinan yang diterapkan. Hal ini menyangkut kompetensi dan konsekuensi sebagai pemimpin di lembaga pendidikan dalam mencapai tujuan utama dalam mencapai sasaran dan membangun kepercayaan dalam hal ini di masyarakat dan para pemangku kebijakan.

#### **Analisis Data Penelitian**

Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara pada informan tentang manajemen kepemimpinan di kantor LPMP Kalimantan Timur tersebut, memang sangat beragam hasil dari wawancara penulis, akan tetapi dapat kita telaah dari hasil wawancara tersebut semuanya hampir sama pendapatnya, tentang model kepemimpinan yang lebih berkesan dan mampu merubah pola pikir mereka yang

tadinya hanya sebagai staf/karyawan biasa, karena ada bakat dan talenta yang mereka miliki, mampu berkehidupan yang lebih dari teman-teman mereka.

Terkait dengan wawancara dengan responden/informan yang secara disiplin menguasai komponen dasar pembangunan jiwa kewirausahaan dikemukakan bahwa dukungan gaya kepemimpinan dalam kegiatan kewirausahaan sangat dibutuhkan dan akan menunjang pembangunan potensi diri dan optimalisasi bakat minat dan Keterampilan. Pembangunan gaya kepemimpinan tidak terfokus dalam menentukan kewenangan dan kebijakan akan tetapi bagaimana membangun untuk memperluas dan bertukar gagasan yang mengarah pada adaptasi praktik terbaik dalam Pembelajaran. Interaksi ini harus terbangun dengan interaksi secara lingkungan (informal), Pendidikan (Formal) dan peningkatan Keterampilan (Non formal). Diharapkan akan terbentuk temuan ilmiah akan potensi bakat melalui interaksi yang melibatkan di antara karyawan, mentor, orang tua, dan Tenaga ahli. Tujuan ini ditopang oleh kepercayaan bahwa sekitar 80% pengetahuan dan komunikasi kan dengan langkah yang terbaik serta dilakukan melalui jaringan dengan pengembangan manfaat lebih lanjut dari masyarakat yang bekerja sama dan hal ini bukanlah sebuah langkah yang mudah dimana pimpinan biasanya bekerja dalam lingkungan institusi nya sendiri.

Penulis melihat dalam beberapa kali terjun ke lokasi penelitian tentang adanya keinginan staf dan karyawan untuk berbenah diri ,tentu hal ini tidak mudah karena pimpinan yang mempunyai jiwa manajerial dalam mengembangkan bakat wira usaha para staf dan karyawan itu ,memang menjadi sebuah fenomena dan harapan mereka.

Akan tetapi dengan adanya pola kepemimpinan yang sekarang dengan memakai gaya transformasional, sehingga pimpinan di lembaga tersebut cukup mampu dalam membina bakat dan talenta yang di miliki oleh staf dan karyawannya, sehingga sudah terlihat dari beberapa staf dan karyawan yang cukup "sukses" dibidangnya selain menjadi staf sebagai pekerjaan utama mereka.

## PEMBAHASAN

Dari hasil olah data yang penulis lakukan dari empat orang staf dan karyawan dan satu pimpinan ,dengan langkah-langkah :

- a) Melakukan wawancara langsung kepada partisipan/informan.
- b) Melakukan kunjungan baik ke tempat lokasi/kerumah partisipan/informan
- c) Melakukan interview pada staf yang lain (di luar informan), sebagai pembandingan.
- d) Melakukan wawancara ulang sebelum olah data.

Adapun hasil dari dialog/wawancara tersebut kami catat dan rekam dan tentunya masih tercampur dengan bahasa daerah setempat, sehingga penulis membuat definisi ulang sesuai dengan narasi yang bisa di mengerti oleh orang lain secara universal (bahasa baku), inilah beberapa petikan hasil dialog/wawancara tersebut , berupa teks ,sesuai dengan kode etik informan maka dengan kesepakatan kedua pihak (antara penulis & informan), hanya menggunakan inisial sebagai nama informan : Informan (1).

Nama : ST

Umur : 35 Tahun

Status : Staf Bagian perlengkapan.

Pendapat : *Sebagai seorang staf pada kantor Pemerintah, saya cukup mempunyai waktu luang pada hari Sabtu dan Minggu, waktu tersebut saya gunakan untuk usaha ternak ayam buras, dan sudah berjalan beberapa tahun. Saya termotivasi dari pimpinan yang selalu memberikan arahan tentang pentingnya menambah penghasilan (luaran) namun tidak meninggalkan tugas utama (hasil wawancara , tanggal 22 Februari 2019).*

Informan (2)

Nama : MD

Umur : 41 Tahun

Status : Staf bagian TU

Pendapat : *Saya sudah bekerja 8 tahun , dan punya keluarga, itulah yang memicu saya untuk ber wira usaha, dengan berjualan makanan membantu ,(usaha sampingan istri), dan hasilnya cukup lumayan motivasi dan masukan dari pimpinan setiap ada rapat, sehingga saya mencobanya serta y yang lebih penting tidak mengganggu pekerjaan rutin saya karena kami bergantian waktu*

melayani pelanggan (hasil wawancara,tanggal 22 Februari 2019 )

Informan(3)

Nama : BS

Umur : 29 tahun

Status : Staf Bagian.TU.

Pendapat: *Saya sudah bekerja sekitar lima tahun dan juga sudah berkeluarga,saya mendukung program pimpinan yang memberikan arahan tentang wira usaha,kebetulan saya ada ketrampilan elektro,sepulang kerja saya menekuni usaha saya bidang jasa perbaikan alat alat listrik,saya dengan dua karyawan,dan hasilnya cukup untuk tambahan gaji saya sebagai pegawai.(hasil wawancara,tanggal 24 Februari 2019)*

Informan(4)

Nama : WL

Umur : 48 Tahun

Status : Staf bagian umum.

Pendapat : *Saya mendapat motivasi dari pimpinan tentang wira usaha,dan saya coba untuk membina anak saya,karena ia punya bakat jualan ,dan depan rumah saya jadikan warung sembako ,dan sekarang sudah lumayan berkembang dari hasil usaha tersebut.(hasil wawancara tanggal 24 Feruari 2019)*

Informan(5)

Nama : AS

Umur : 51(tahun)

Status : Pimpinan bagian (Kabag)

Pendapat : *Tujuan saya memotivasi staf staf saya,untuk memuat waktu yang lowong dapat menjadi penghasilan,sehingga di setiap pertemuan/rapat saya ,selalu memberikan motivasi ,karena saya sendiri dengan perlahan membangun rumah sewa/kost, kemudian dibawahnya saya buat warung makan,dan saya melihat beberapa staf itu punya bakat yang bila dikembangkan dapat menjadikan sebuah penghasil,tanpa mengganggu pekerjaan utama mereka.(hasil wawancara tanggal 24 Februari 2019)*

Dari hasil wawancara diatas dapat kita lihat bahwasanya pemimpin yang mampu membangkitkan semangat baik berkarir di lembaganya sendiri ataupun punya bakat wirausaha,akan menjadi semacam fenomena yang menarik,dan para karyawan .staf juga

akan termotivasi dalam peningkatan kehidupan mereka.

Model kepemimpinan dan manajemen dirangkum oleh Crawford (2009), yang berkaitan dengan karakteristik pribadi dari teori kontekstual gaya kepemimpinan, akan teori transaksional atau transformatif yang diterapkan secara umum. Sementara Konsep kepemimpinan pendidikan Darwin, menurut Inbar (2009), menegaskan bahwa kepemimpinan pendidikan muncul secara bertahap sebagai "orang yang selamat dari sebuah sistem," yaitu mereka yang telah berhasil menaiki tangga hierarkis, yang dianggap mampu memimpin, mampu mengembangkan kapasitas organisasi.

Konsep dasar pemahaman manajemen kepemimpinan secara mekanisme adalah membentuk kebersamaan untuk mewujudkan nilai positif dalam lingkungan kerja dan membentuk kinerja yang sesuai dengan capaian dan tujuan yang telah ditetapkan. Dari hal tersebut maka memajukan pengetahuan tentang pengembangan gaya kepemimpinan. James dkk, (2007), dalam mengembangkan gagasan ini, mengemukakan bahwa kepemimpinan adalah cara orang mengubah pikiran orang lain dan memindahkan organisasi ke depan untuk mencapai tujuan yang teridentifikasi.

Komponen utama yang menjadi tujuan program pendidikan dalam pembangunan sumber daya manusia atas mekanisme pemahaman gaya kepemimpinan diarahkan untuk membina kepemimpinan adalah menciptakan kondisi yang memungkinkan dan mendorong tindakan kepemimpinan. Jenis dan model kepemimpinan Matveev dan Lvina (2007), menyatakan bahwa kepemimpinan organisasi telah berkembang sebagai sifat perilaku.

Secara pembahasan umum ada tiga teori manajemen kepemimpinan yang paling banyak dikenal dalam sudut pandang ini adalah teori kepemimpinan karismatik, teori strategis kepemimpinan karismatik, dan teori kepemimpinan penuh. Mereka selanjutnya memberi dua sub kategori kepemimpinan dalam jenis ini - transformasi dan

transaksional. Pemimpin transaksional adalah pemimpin yang menggunakan penghargaan kontingen sebagai penguatan positif ketika standar yang diinginkan tercapai atau manajemen oleh pengecualian sebagai hukuman atau umpan balik negatif setelah terjadi masalah. Pemimpin transformasional, pada gilirannya, mampu memengaruhi pengikut mereka untuk mengatasi kepentingan pribadi dan menggunakan potensi penuh mereka untuk mencapai tujuan organisasi mereka (Bass dan Riggio, 2006 and Nonhouse, 2013).

Penelitian yang terstruktur membangun implementasi data yang spesifik. Dari kegiatan penelitian yang paling menonjol di antara ini adalah Leithwood yang bersama rekan-rekannya menyelidiki kepemimpinan transformasional sepanjang akhir 1980an dan awal 1990an. Berdasarkan temuan penelitian kuantitatif dan kualitatif, mereka mengemukakan model kepemimpinan transformasional yang mencakup tiga kategori utama praktik kepemimpinan: menetapkan arahan, mengembangkan orang dan merancang ulang organisasi (Leithwood et al, 2006).

Pemahaman mendasar dapat dilihat dari implementasi penerapan visi. Visi adalah pesan, disampaikan melalui semacam 'simbolisme' dan inilah pesan yang menyatukan pemimpin pendidikan dan pengikutnya dalam usaha bersama untuk mewujudkannya. Banyak model pedagogis mencirikan pemimpin sebagai orang yang menginspirasi para pengikutnya (Strauch-Nelson, 2012). Mereka selanjutnya mengaitkan keyakinan pemimpin pendidikan dengan kekuatan pribadi pemimpin; kekuatan yang memungkinkan pemimpin untuk meningkatkan komitmen pengikut dan rasa signifikansi melalui kontribusi pribadi mereka di taman kanak-kanak. Dengan kemampuannya untuk berkomunikasi, dan juga dengan memimpin di contohkan bahwa seorang pemimpin pendidikan di lembaga pendidikan mengekspresikan harapan tinggi para pengikut dan kemampuan mereka untuk mewujudkan visi pemimpin.

Secara mendasar komponen utama dalam Manajemen gaya kepemimpinan dalam pengembangan bakat kewirausahaan diterapkan nilai kebersamaan, persamaan disiplin dan pengetahuan serta komunikasi yang tepat dan cermat. Teori pedagogis yang bersumber gagasan dan inspirasi dalam penelitian, ditemukan dalam karya Montessori (1907, dikutip dalam Lillard, 2005) dan Froebel (1889, dikutip dalam Strauch-Nelson, 2012), yang memeriksa dan menjelaskan konsep 'pedagogi alami', baik di dalam maupun di luar lingkungan pendidikan, memanfaatkan wawasan dari alam. Argumennya menunjukkan bahwa dengan mendorong mereka untuk mencintai alam, individu lebih cenderung untuk merawat alam, karena kita menghargai hal-hal yang kita cintai.

Namun, aspek yang lebih penting dari pekerjaan ini adalah dorongan individu untuk memusatkan perhatian mereka melalui model kognitif di dalam lingkungan alam mereka. Pendekatan ini, dengan sendirinya, tidak cukup untuk generasi muda, jadi guru telah mempersiapkan untuk melengkapi pelatihan ini dengan pertimbangan, simpati dan cinta sebagai elemen penting yang membantu setiap individu terhubung dengan dirinya dan lingkungannya. Dipertahankan bahwa bersama-sama, teori-teori ini berdampak pada generasi mendatang dengan proyeksi enam dimensi kunci: keyakinan, keterampilan sosial, bahasa dan komunikasi, motivasi dan konsentrasi, keterampilan fisik dan pemahaman. berdasarkan interaksi mereka dengan alam, dapat berkembang di dalam diri generasi muda untuk memiliki rasa, memiliki hal pemahaman yang baru yang merupakan hasil dari pengalaman alam yang membentuk kebersamaan dan kesetaraan (Strauch-Nelson, 2012).

### **PENUTUP**

Intinya pimpinan yang ideal itu adalah seorang pimpinan yang mampu memerikan motivasi bukan hanya pada bidang pekerjaan yang ada di lembaganya ,namun harus mampu melihat setiap bakat/kelebihan anak buahnya,kemudian memberikan motivasi ,sehingga mampu menciptakan hasil



Pada bidang yang mereka kuasai Penelitian ini sifatnya hasil telaah dipersilahkan pada peneliti lainnya untuk ,melanjutkan dalam model pendekatan lainnya,karena sifatnya penelitian adalah semakin di perdalam akan menemukan hal hal yang sifatnya "kebaruan" untuk perkembangan ilmu pengetahuan dimasa kini dan akan datang.

Wirausaha terbentuk dari lingkup dasar kepemimpinan secara individu pengembangan bakat kewirausahaan merupakan bentuk upaya proses pembelajaran yang membangun kemandirian dalam wira usaha. Implementasi gaya kepemimpinan merupakan penerapan memikirkan sistematis yang terstruktur atas dasar penelaahan empiris, perencanaan, tatakelola, pelaksanaan dan Kontrol.

Dalam membangun bakat kewirausahaan dibangun kesetaraan dan kebersamaan dalam membangun keyakinan, keterampilan sosial, bahasa dan komunikasi, motivasi dan konsentrasi, keterampilan fisik dan pemahaman. berdasarkan interaksi mereka dengan alam, dapat berkembang di dalam diri generasi muda hal ini secara lingkup mendasar dapat membangun kepercayaan dan keyakinan dalam menetapkan langkah kedepan yang positif.

## REFERENSI

Apendi, Tatang. (2018). Manajemen Pembelajaran Kewirausahaan dalam Membentuk Kemandirian Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta. Sinopsis Disertasi., *Univ Islam Nusantara (UNINUS), Januari 2018.*

Avolio, B.J. (2007) *Full range leadership. development.* (2nd ed). London: Sage Bass, B.M. and Riggio, R.E. (2006). *Transformational Leadership.* (2nd) Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Bennis, W. (2007) 'The Challenges of Leadership in the Modern World: Introduction Special Issue' *American Psychologi to the st*, Vol: 62 (1), 2-5.

Inbar, D. (2009) '*Educational Leadership in an Age of Contradictions*', Hod Hachinuch, Vol: 83 (4), 52-54) leadership learning for school leaders', *Management Learning*, Vol: 38 (1),79-94. doi: 10.1177/1350507607073026.

James, K.T. Mann, J. and Creasy, J. (2007) '*Leaders as lead learners - A case example of facilitating collaborative* Lasry, D. (2010) '*From Survival to Creativity*', Hod Hagan: Histadrut Hamoriem, Vol: 74 (3), 32-38.

Leithwood, K. Day, C. Sammons, P. Hopkins, D. and Harris, A(2006) Successful school leadership: What is it and how it influences pupil learning. A report the Department for Education <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/publications>.

Matveev and Lvina, (2007) The perception of intercultural communication competence by American and Russian managers with experience on multicultural teams. *Dissertation* : Ohio University. Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services.

Northouse, P.G. (2013) *Leadership: theory. and practice.* (6th ed). London: Sage Strauch-Nelson, W. (2012) '*Transplanting Froebel into the present*', *International Journal of Education through Art*,vol 8(1), 59-72. doi: 10.1386/eta.8.1.59\_1.

R. Dewi Sulastriningsih, Yunika Komalasari &Rina Dwi Handayani(2018), *Beban Kerja Dan Kepemimpinan Transformasional Implikasinya Pada Kepuasan Kerja Karyawan*, *Jurnal Ecodemica*.vol (2) No.2,Sept 2018,156-157, DOI: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2945>.

Taufik, Ali (2017). Implementasi gaya Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional. Sinopsis Disertasi (2017). *Islam Univ Nusantara (UNINUS) 2017.*

**BIODATA PENULIS**

**Futum Hubaib**, Dosen pada Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda ,Doktor Manajemen Ekonomi.

# Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui Motivasi Ekstrinsik Sebagai Variabel Intervening

Vinny Hafisah<sup>1</sup>, Mahendra Fakhri<sup>2</sup>

Universitas Telkom

<sup>1</sup>hafisahvinny@gmail.com

<sup>2</sup>mahendrafakhri@telkomuniversity.ac.id

## ABSTRAK

PT Propan Raya ICC Bandung merupakan perusahaan produksi yang beroperasi di sektor *chemical coating*. PT Propan Raya ICC Bandung menyadari pentingnya manajemen sumber daya manusia untuk menjaga loyalitas karyawan sehingga dapat mendukung keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan, pertama mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap motivasi ekstrinsik. Kedua mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap loyalitas karyawan. Ketiga mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dengan sampel sebanyak 42 responden. Metode analisis yang digunakan analisis jalur. Hasil menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan demokratik, motivasi ekstrinsik dan loyalitas karyawan berada pada kategori baik. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan demokratik berpengaruh terhadap motivasi ekstrinsik sebesar 0,872. Gaya kepemimpinan demokratik berpengaruh terhadap loyalitas karyawan sebesar 0,660. Gaya kepemimpinan demokratik berpengaruh terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik sebagai variabel intervening sebesar 0,267. Kesimpulan penelitian ini bahwa pengaruh gaya kepemimpinan demokratik berpengaruh langsung terhadap loyalitas karyawan lebih besar dibandingkan pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik dengan nilai variabel residu sebesar 0,342, artinya terdapat 34,2% faktor lain diluar penelitian yang mempengaruhi variabel dependen.

**Kata Kunci :** Kepemimpinan Demokratik, Loyalitas Karyawan, Motivasi Ekstrinsik.

## ABSTRACT

*PT Propan Raya ICC Bandung is a production company that operates in the sectors of chemicals in coating. PT Propan Raya ICC Bandung realize the importance of human resource management to maintain the loyalty of employees so as to support the successful achievement of corporate goals. This research has a purpose, first determine the effect of the democratic leadership style to extrinsic motivation. Both determine the effect of the democratic leadership style on employee loyalty. Third determine the effect of the democratic leadership style on employee loyalty through extrinsic motivation as an intervening variable. This study uses a quantitative approach with descriptive research and causality. Sampling using saturation sampling with a sample of 42 respondents. The analytical method used path analysis. Results showed that the democratic leadership style, extrinsic motivation and loyalty of employees are in either category. The results of path analysis showed that the democratic leadership style affects the extrinsic motivation of 0.872. Democratic leadership style influence on employee loyalty at 0.660. Democratic leadership style influence on employee loyalty through extrinsic motivation as an intervening variable of 0.267. The conclusion of this study that the influence of the force of the democratic kepempinanan direct effect on employee loyalty is greater than the influence of the democratic leadership style on employee loyalty through extrinsic motivation with variable residual value of 0.342, meaning that 34.2% are other factors beyond the research that affect the dependent variable.*

**Keywords:** *Democratic Leadership, Employee Loyalty, Extrinsic Motivation.*

*Naskah diterima: 26 Juli 2019, direvisi: 15 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

## **PENDAHULUAN**

Manusia memiliki peran penting di dalam perusahaan. Salah satu peran pentingnya yaitu sebagai pelaku, pemikir dan perencana. Oleh karena itu sumber daya manusia dianggap menjadi asset penting yang perlu diperhatikan untuk dijaga kelangsungannya selama bekerja di perusahaan, sehingga asset perusahaan dapat memberikan kemampuan terbaiknya dan bekerja dengan semangat serta memiliki loyalitas tinggi kepada perusahaan (Afani, 2013). Menurut Soegandhi *et al* (2013) loyalitas atau kesetiaan yang merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan dengan mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatan dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan dengan kesediaan karyawan menjaga dalam membela organisasi didalam maupun diluar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab. Kesetiaan ditunjukkan dengan adanya kemauan untuk tetap bekerja di perusahaan. Berdasarkan data proporsi jumlah karyawan tetap dan kontrak di PT Propan Raya ICC pada tahun 2015 karyawan tetap sebesar 44%, karyawan kontrak 56%, lalu tahun 2016 karyawan tetap sebesar 35,71%, karyawan kontrak 64,29% dan pada tahun 2017 persentase karyawan tetap semakin menurun sebesar 30,71%, karyawan kontrak sebesar 69,29%. Dapat disimpulkan bahwa proporsi jumlah karyawan tetap lebih sedikit daripada jumlah karyawan kontrak. Menurut Manager HRD PT Propan Raya proporsi karyawan saat ini salah satunya dipengaruhi oleh kondisi perusahaan yang sedang berkembang baik secara bisnis maupun struktur organisasi,

pengembangan struktur organisasi membutuhkan karyawan baru yang harus melalui tahap kontrak. Ditambah saat ini perusahaan sangat selektif dalam mengangkat karyawan tetap. Sehingga keberadaan karyawan tetap penting bagi keberlangsungan perusahaan terutama bagi PT Propan Raya yang sedang berkembang. Menurut Marfuah dan Ruzikna (2015) mengatakan bahwa perusahaan akan sulit berkembang jika tidak memiliki karyawan yang memiliki loyalitas yang tinggi. Sedangkan dapat dibandingkan dengan proporsi persentase pertumbuhan jumlah karyawan tetap yang semakin menurun dapat diartikan bahwa karyawan yang loyal di perusahaan ini hanya sedikit. Selain itu loyalitas dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan, Menurut Welyanto dan Halim (2017) salah satu faktor yang terpenting dalam membentuk loyalitas karyawan adalah gaya kepemimpinan dari seseorang yang memimpin. Berdasarkan hasil pra survey gaya kepemimpinan dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan yang digunakan pemimpin di PT Propan Raya ICC adalah gaya kepemimpinan demokratis. Selain gaya kepemimpinan, ternyata menurut Anasrulloh dan Agatha (2018) mengatakan bahwa loyalitas karyawan dapat dipengaruhi motivasi kerja. Karena motivasi dapat mengarahkan dan mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan harapan perusahaan. Menurut Frianto dan Putra (2013) motivasi ekstrinsik merupakan dorongan motivasi dapat bersumber dari luar diri karyawan dikarenakan adanya ajakan, suruhan, atau paksaan dari orang lain sehingga seseorang mau melakukan

sesuatu tindakan. Berdasarkan hasil pra survey menunjukan bahwa motivasi ekstrinsik karyawan PT Propan Raya ICC secara keseluruhan belum sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya motivasi, secara tidak langsung karyawan akan merasa diperhatikan sehingga karyawan semakin loyal dan tetap berkomitmen untuk tetap tinggal diperusahaan tanpa paksaan. Berdasarkan fenomena di atas, penulis melihat adanya peluang riset untuk meneliti kondisi eksternal pada PT Propan Raya ICC Bandung di mana salah satunya adalah gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi ekstrinsik. Sehingga, penulis tertarik untuk menjadikan variabel ini sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis membuat penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana variabel di atas berpengaruh terhadap loyalitas karyawan melalui penyebaran kuisioner terhadap para karyawan tetap.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Menurut Sunyoto (2014: 1) sumber daya manusia sebagai suatu faktor yang penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, disamping faktor lain seperti aktiva dan modal. Oleh karena itu sumber daya manusia harus selalu dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia.

### **Gaya Kepemimpinan**

Menurut Thoha (2013: 49) bahwa gaya kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh pemimpin pada saat mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang dilihat. Gaya Kepemimpinan terbagi menjadi dua kategori gaya yang ekstrem yaitu:

1. Gaya Kepemimpinan Otokratis, gaya ini dapat dipandang sebagai gaya yang didasarkan atas kekuatan posisi dan penggunaan otoritas.
2. Gaya Kepemimpinan Demokratis, gaya ini dapat dikaitkan dengan kekuatan personal dan

keikutsertaan para pengikut dalam proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan.

### **Kepemimpinan Demokratis**

Menurut Siagian (dalam Marfuah & Ruzikna, 2015: 7) gaya kepemimpinan demokratis adalah seorang pemimpin yang demokratis dihormati dan disegani dan bukan ditakuti karena perilakunya dalam kehidupan organisasional. Adapun dimensi gaya kepemimpinan demokratis menurut Pasolong (dalam herdianti 2017: 14) diantaranya adalah:

1. Keputusan dibuat bersama  
Pemimpin yang demokratis tidak sungkan untuk terlibat bersama-sama dengan bawahan untuk membuat keputusan serta melakukan aktivitas kerja demi pencapaian tujuan organisasi.
2. Menghargai potensi setiap bawahannya  
Kepemimpinan demokratis menghargai setiap potensi individu dan bersedia mengakui keahlian para spesialis dengan bidangnya masing-masing, mampu memanfaatkan kapasitas setiap anggota seefektif mungkin pada saat dan kondisi yang tepat.
3. Mendengar kritik, saran/pendapat dari bawahan  
Mendapat kritikan, saran/pendapat dari bawahan merupakan hal yang wajar dalam kehidupan organisasi. Dengan demikian akan ada kecenderungan untuk lebih meningkatkan potensi diri dan bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya serta belajar dari kesalahan yang telah dilakukan.
4. Melakukan kerjasama dengan bawahannya.  
Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang mampu bekerja sama/ terlibat langsung secara bersama-sama dalam menjalankan tugas demi pencapaian tujuan organisasi. Pemimpin juga tidak sungkan untuk terjun langsung kelapangan untuk menjalankan tugas.

### **Motivasi**

Menurut Ernest (dalam Mangkunegara, 2015: 94) Motivasi kerja didefinisikan sebagai kondisi yang berpengaruh dalam membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja. Menurut Suwatno dan Priansa (2016: 179) teori motivasi yang

sudah lazim dipakai untuk menjelaskan sumber motivasi sedikitnya bisa digolongkan menjadi dua, yaitu :

a. Motivasi Instrinsik

Motivasi instrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu selalu ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Faktor individu yang biasa mendorong seseorang melakukan sesuatu adalah:

- 1) Minat, seseorang akan teras terdorong untuk melakukan sesuatu kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang sesuai dengan minatnya.
- 2) Sikap Positif, seseorang yang mempunyai sikap positif terhadap suatu kegiatan dengan rela ikut dalam kegiatan tersebut, dan akan berusaha sebisa mungkin menyelesaikan kegiatan yang bersangkutan dengan sebaik-baiknya.
- 3) Kebutuhan, setiap orang yang mempunyai kebutuhan tertentu dan akan berusaha melakukan kegiatan apapun asal kegiatan tersebut bisa memenuhi kebutuhannya. Jenis motivasi ini timbul dari dalam diri individu sendiri tanpa ada paksaan atau dorongan dari orang lain, tetapi atas dasar kemauan diri sendiri. Motivasi pada dasarnya memang ada dalam diri setiap orang, seperti kata asal motivasi yaitu motif yang berarti daya penggerak untuk melakukan sesuatu.

b. Motivasi Ekstrinsik

Motif ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Motivasi ekstrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang didalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak berkaitan dengan dirinya. Ada dua faktor utama di dalam organisasi yang membuat karyawan puas terhadap pekerjaan yang

dilakukan, dan kepuasan tersebut akan mendorong mereka untuk bekerja lebih baik, kedua faktor itu, antara lain :

- 1) Motivator, yaitu prestasi kerja, penghargaan, tanggung jawab yang diberikan, kesempatan untuk mengembangkan diri dan pekerjaannya itu sendiri.
- 2) Faktor kesehatan kerja, merupakan kebijakan administrasi perusahaan yang baik, supervise teknisi yang memadai, gaji yang memuaskan, kondisi kerja yang baik dan keselamatan kerja. Jenis motivasi ekstrinsik ini timbul sebagai akibat pengaruh dari luar individu, apakah karena adanya ajakan, suruhan atau paksaan dari orang lain sehingga dengan keadaan demikian seseorang mau melakukan sesuatu tindakan.

**Motivasi Ekstrinsik**

Menurut Herzberg (Hidayah *et al*, 2016: 3) motivasi ekstrinsik yang bersumber dari luar diri seseorang yang turut menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan seseorang yang dikenal dengan *hygiene factor*. Adapun dimensi yang tergolong sebagai motivasi ekstrinsik sebagai berikut :

- 1) Kebijakan dan Administrasi : kebijakan dan administrasi yang menjadi motivasi ekstrinsik adalah kebijakan administrasi yang diterapkan oleh karyawan berkaitan dengan pekerjaan. Kebijakan dan administrasi umumnya dibuat dalam bentuk tertulis oleh pimpinan. Kebijakan atau administrasi yang dibuat dapat dijadikan pedoman bagi karyawan dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Pelaksanaan kebijakan dan administrasi dilakukan masing-masing pimpinan yang bersangkutan supaya mereka dapat berbuat seadil-adilnya.

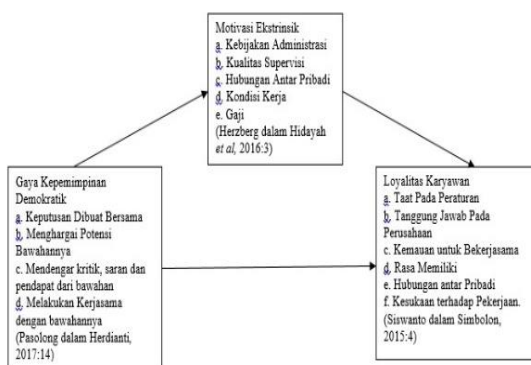
- 2) Kualitas supervisi : kualitas pengawasan yang kurang baik dapat menimbulkan kekecewaan bagi karyawan. pimpinan harus paham cara mensupervisi karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya. Pimpinan harus memiliki kecakapan untuk mengawasi karyawan dalam bekerja agar mereka merasa nyaman. Oleh karena itu, para pimpinan harus berusaha memperbaiki dirinya dengan jalan mengikuti pelatihan dan pendidikan.
  - 3) Hubungan Antar Pribadi : *Interpersonal relation* menunjukkan hubungan perseorangan antara bawahan dengan atasannya dan antara bawahan dengan rekan kerjanya, dimana kemungkinan bawahan merasa tidak dapat bergaul dengan atasannya atau rekan kerjanya
  - 4) Kondisi Kerja : Masing-masing manajer dapat berperan dalam berbagai hal agar keadaan masing-masing bawahannya menjadi lebih sesuai. Misalnya ruangan khusus bagi unitnya, penerangan, perabotan suhu udara dan kondisi fisik lainnya. Kondisi lingkungan yang baik dapat tercipta, prestasi yang tinggi dapat dihasilkan melalui konsentrasi pada kebutuhan-kebutuhan ego dan perwujudan diri yang lebih tinggi.
  - 5) Gaji : Pada umumnya masing-masing pimpinan tidak dapat menentukan sendiri skala gaji yang berlaku didalam unitnya. Namun demikian masing-masing manajer mempunyai kewajiban menilai apakah jabatan-jabatan dibawah pengawasannya mendapat kompensasi sesuai pekerjaan yang mereka lakukan. Bagaimana jabatan didalam kantor diklarifikasikan dan elemen-elemen apa saja yang menentukan pengklasifikasikan itu.
- mencapai tujuan perusahaan serta tetap setia pada perusahaan dengan menjaga segala rahasia perusahaan. Aspek-aspek loyalitas kerja yang menjadi dimensi dikemukakan oleh Siswanto (dalam Simbolon, 2015: 4) yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain :
- a. Taat pada peraturan : setiap kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen perusahaan ditaati dan dilaksanakan dengan baik.
  - b. Tanggung jawab pada perusahaan/organisasi : kesanggupan karyawan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan tepat waktu serta kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan penjelasan tentang keberanian dan kesadaran bertanggung jawab terhadap resiko atas apa yang telah dilaksanakan
  - c. Kemauan untuk bekerja sama : bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara individual.
  - d. Rasa memiliki : Adanya rasa ikut memiliki karyawan terhadap perusahaan akan membuat karyawan memiliki sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung terhadap perusahaan.
  - e. Hubungan antar pribadi : Karyawan yang mempunyai loyalitas kerja tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel ke arah tata hubungan antara pribadi yaitu hubungan harmonis antara atasan dan bawahan.
  - f. Kesukaan terhadap pekerjaan : Perusahaan harus dapat menghadapi kenyataan bahwa karyawannya tiap hari datang untuk bekerjasama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati.

### **Loyalitas Karyawan**

Menurut Siagian (dalam Wellyanto dan Halim, 2017: 329) loyalitas merupakan suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain karena terdapat komitmen yang dimiliki untuk memberikan segala kemampuan, pikiran, dan keterampilan dalam

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan teori diatas dapat dibuat kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut :



Sumber : olahan data peneliti (2019)

Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Lokasi penelitian yaitu PT Propan Raya ICC Bandung. Skala pengukuran dengan menggunakan skala likert. Populasi reponden adalah karyawan tetap. Teknik sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu seluruh populasi yaitu seluruh karyawan tetap berjumlah 42. Teknik pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, *Method of successive interval* (MSI), Uji asumsi klasik dan *Path Analysis*. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung bulan November, Desember, Januari dan Februari. Variabel operasional yang digunakan yaitu variabel independent gaya kepemimpinan demokratik, variabel dependent loyalitas karyawan dan variabel intervening motivasi ekstrinsik.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 42 responden sebagai sampel dengan karakteristik mayoritas laki-laki 32 karyawan (76,19%), mayoritas memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 16 karyawan (38,10%). mayoritas bekerja selama >10 tahun sebanyak 21 karyawan (50%), dan

mayoritas berusia antara 36-45 tahun sebanyak 17 karyawan (40,48%).

### Analisis Deskriptif Variabel Gaya Kepemimpinan Demokratik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif gaya kepemimpinan demokratik di PT Propan Raya ICC Bandung mendapat nilai persentase sebesar 75,23%, nilai ini termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa gaya kepemimpinan demokratik yang dilakukan telah berjalan dengan baik. Dari 10 pernyataan skor yang memiliki nilai tertinggi yaitu dimensi melakukan kerjasama dengan bawahan pada item “pimpinan mampu untuk bekerja sama dengan bawahan” memperoleh nilai sebesar 83,80%. Namun pada dimensi mendengar kritik, saran dan pendapat dari bawahan dengan item “pimpinan mendengar pendapat dari bawahan” memperoleh nilai terendah sebesar 70,47%, namun masih dalam kategori baik. hal ini bisa disebabkan karna pemimpin terlalu fokus untuk mengejar pencapaian target *sales* sehingga kurangnya mendengar pendapat dari bawahan.

### Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Karyawan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif loyalitas karyawan di PT Propan Raya ICC Bandung mendapat skor sebesar 78,20% tersebut termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa loyalitas karyawan yang ada di PT Propan Raya ICC telah berjalan dengan baik. Dari 13 pernyataan skor yang memiliki nilai tertinggi yaitu dimensi hubungan antar pribadi pada item “Saya selalu memberikan dorongan yg positif terhadap rekan kerja” memperoleh nilai sebesar 85,71%. Namun pada dimensi tanggung jawab pada perusahaan item “Saya bertanggung jawab terhadap setiap konsekuensi yg dibebankan kepada saya” memperoleh nilai terendah sebesar 71,90%, namun masih dalam kategori baik. Hal ini disebabkan karena rata-rata pekerjaan di PT Propan Raya ICC Bandung dari setiap karyawan memiliki target



pencapaian dalam tim namun setiap karyawan juga memiliki target pencapaian secara individu yang harus dicapai sehingga karyawan masih belum bisa menerima konsekuensi yang dibebankan atas pekerjaan tersebut.

#### **Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Ekstrinsik**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif motivasi ekstrinsik di PT Propan Raya ICC Bandung mendapat skor sebesar 75,71% tersebut termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa motivasi ekstrinsik yang ada di PT Propan Raya ICC telah berjalan dengan baik. Dari 12 pernyataan skor yang memiliki nilai tertinggi yaitu dimensi kualitas supervisi pada item “cara pengawasan yang dilakukan pimpinan membuat saya semangat dalam bekerja” memperoleh nilai sebesar 85,71%. hal ini menunjukkan bahwa pimpinan memiliki pengawasan yang baik dalam bekerja. Namun pada dimensi kualitas supervisi dengan item “pimpinan berperilaku adil kepada semua karyawan” memperoleh nilai terendah sebesar 66,19%, namun masih di kategorikan baik. hal ini dikarenakan adanya kecemburuan sosial terhadap satu karyawan terhadap karyawan lain yang merasa karyawan tersebut lebih diutamakan.

#### **Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Motivasi Ekstrinsik**

Hasil penelitian nilai koefisien regresi untuk pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap motivasi ekstrinsik adalah 0,872 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa gaya kepemimpinan demokratik berkontribusi secara signifikan terhadap motivasi ekstrinsik. Besarnya pengaruh gaya kepemimpinan demokratik yang secara langsung mempengaruhi motivasi ekstrinsik adalah  $0,872^2 = 0,760$  atau 76%. Dengan peningkatan gaya kepemimpinan demokratik maka dapat meningkatkan motivasi ekstrinsik sebesar 76%.

#### **Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Loyalitas Karyawan**

Hasil penelitian nilai koefisien regresi untuk pengaruh gaya kepemimpinan demokratik terhadap loyalitas karyawan adalah 0,660 dan

signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan gaya kepemimpinan demokratik berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas karyawan. Besarnya pengaruh gaya kepemimpinan demokratik yang secara langsung mempengaruhi loyalitas karyawan adalah  $0,660^2 = 0,4356$  atau 43,56%. Dengan peningkatan gaya kepemimpinan demokratik maka dapat meningkatkan loyalitas karyawan sebesar 43,56%.

#### **Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Loyalitas Karyawan melalui Motivasi Ekstrinsik**

Hasil penelitian yang terdapat dari hasil  $R^2$  terdapat besarnya pengaruh variabel gaya kepemimpinan demokratik terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik sebesar 0,883 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh tidak langsung diperoleh dari nilai koefisien jalur gaya kepemimpinan demokratik terhadap motivasi ekstrinsik (XZ) dikalikan dengan nilai koefisien jalur motivasi ekstrinsik terhadap loyalitas karyawan (ZY) menjadi  $(0,872 \times 0,307) = 0,267$ . Hasil perkalian menunjukkan bahwa nilai koefisien berpengaruh tidak langsung (XZ x ZY) lebih kecil jika dibandingkan nilai koefisien pengaruh langsung (XY) yaitu  $0,660 > 0,267$ . Dengan demikian total pengaruh gaya kepemimpinan terhadap loyalitas melalui motivasi ekstrinsik sebesar 0,267.

Hasil pengolahan dan analisis data telah menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan demokratis memberikan kontribusi terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik sebesar 88,3% sedangkan sisanya sebesar 11,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini relevan seperti penelitian terdahulu (Marfuah dan Ruzikna, 2015) bahwa gaya kepemimpinan demokratis berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan dengan diperoleh nilai r (koefisien Korelasi) sebesar 0,543% artinya 54,3% dan sisanya 45,7% dipengaruhi faktor lain, dan hasil penelitian dari (Kusuma, 2017) dalam penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa motivasi ekstrinsik berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas karyawan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai gaya kepemimpinan demokratis terhadap loyalitas karyawan melalui motivasi ekstrinsik sebagai variabel intervening di PT Propan Raya ICC Bandung, dapat disimpulkan bahwa Gaya Kepemimpinan Demokratis yang dilakukan di lingkungan PT Propan Raya ICC Bandung sudah termasuk pada kategori baik, Loyalitas Karyawan yang dilakukan di lingkungan PT Propan Raya ICC Bandung sudah termasuk pada kategori baik, Motivasi Ekstrinsik yang dilakukan di lingkungan PT Propan Raya ICC Bandung sudah termasuk pada kategori baik, Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Ekstrinsik di PT Propan Raya ICC Bandung, Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Karyawan di PT Propan Raya ICC Bandung dan Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Karyawan melalui Motivasi Ekstrinsik di PT Propan Raya ICC Bandung.

Saran untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat melakukan penelitian pada perusahaan sejenis dengan variabel penelitian yang sama namun ditambah dengan faktor motivasi intrinsik, sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan. Melakukan penelitian terhadap faktor-faktor diluar faktor yang diteliti oleh peneliti yang mempengaruhi loyalitas, seperti pelatihan, kompensasi, lingkungan kerja dan pengembangan karir serta diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel penelitian.

## REFERENSI

Afani, Tri. (2013). *Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Loyalitas Pegawai pada Badan Kepegawaian*. Skripsi pada Institut Pertanian Bogor.

Anasrulloh, Muhammad., dan Agatha, Maria.W. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus pada Pondok Usaha Aba Tulungagung)*. Jurnal. UNPGRI Kediri.

<http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/12566>.

Frianto, Agus., & Putra, A.K. (2013 ). *Pengaruh motivasi intrinsic dan motivasi ekstrinsik terhadap kepuasan kerja*. Jurnal Ilmu Manajemen. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Vol 1 No 1, 377-387.

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/2140>.

Hidayah, B.S., Saleh, C., & Prihantini, D. (2016). *Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja melalui Perilaku Kerja Karyawan Honorer Hotel dan Pemandian Kebonagung Jember*. Jurnal Manajemen. Universitas Jember.

<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/77656>.

Kusuma, Intan. (2017). *Pengaruh Motivasi Ekstrinsik terhadap Loyalitas Karyawan PT Industri Lift Indo Nusantara*. Skripsi Thesis. Universitas Airlangga.

Ruzikna. & Marfuah. (2015 ). *Pengaruh gaya demokratis terhadap loyalitas karyawan (studi kasus Hotel Olgaria Pekanbaru)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu politik. Universitas Riau. Vol 2 No 2, 1-15.

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JO>

[MFSIP/article/view/7355](https://jom.unri.ac.id/index.php/JO_MFSIP/article/view/7355).

Simbolon, Hotma B.R. (2015). *Pengaruh Motivasi Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Bagian Marketing pada PT.Agung Automall Cabang Pekanbaru*. Jurnal. Jurusan Adiminstrasi Bisnis Universitas Riau No. 2 Vol. 1. [https://jom.unri.ac.id/index.php/JO\\_MFSIP/article/view/5105](https://jom.unri.ac.id/index.php/JO_MFSIP/article/view/5105).

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Soegandhi, Vannecia. M dkk. (2013). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT Surya Timur Sakti Jatim*. Jurnal. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen. Universitas Kristen Petra. Vol 1. No 1. <http://repository.petra.ac.id/16255/>.

Thoha, Miftah. (2013). *Kepemimpinan dalam manajemen. Edisi 1*. Jakarta: PT Grafindo.

Wellyanto, S.C. & Halim, A.G. (2017). *Analisa pengaruh gaya kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan Hotel x di Bali*. Jurnal Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra Surabaya. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5963>.

#### **BIODATA PENULIS**

**Vinny Hafisah**. Lahir di Bandung, 5 juni 1996 dan menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Telkom Bandung Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis pada tahun 2019.

## Pengaruh Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT.Telkom Witel Bekasi

Amelia Eka Safitri<sup>1</sup>, Alini Gilang<sup>2</sup>

Universitas Telkom

<sup>1</sup>[ameliaekas@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:ameliaekas@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup>[alinigilang55@gmail.com](mailto:alinigilang55@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT. Telkom Witel Bekasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tingkat stres kerja pada karyawan, bagaimana produktivitas kerja karyawan dan besarnya pengaruh stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan yang ada di PT.Telkom Witel Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 63 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis (uji-t).

**Kata Kunci:** stres kerja, produktivitas kerja, sumber daya manusia

### ABSTRACT

*Entering the era of globalization, business competition is getting stronger. Competition can be seen from the number of existing competitors with the same type of business. In addition, business opportunities are also increasingly open due to increasingly sophisticated technological advancements. To be able to compete in the increasingly tight business world, companies must have products or services that are superior to competitors. This can be realized if the company has quality human resources. This research was conducted to determine the effect of work stress on employee productivity at PT. Telkom Witel Bekasi. The purpose of this study was to find out and analyze how the level of work stress of employees, how the work productivity of employees and the magnitude of the influence of work stress on employee productivity at PT. Telkom Witel Bekasi. This study uses a quantitative method with a type of descriptive-causal research. Sampling is done by probability sampling method, with the number of respondents as many as 63 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression analysis. The results showed that work stress had a significant effect on the work productivity of employees of PT. Telkom Witel Bekasi. This is evidenced by the results of hypothesis testing (t-test) where t-count.*

**Keyword:** work stress, employee productivity, human resources

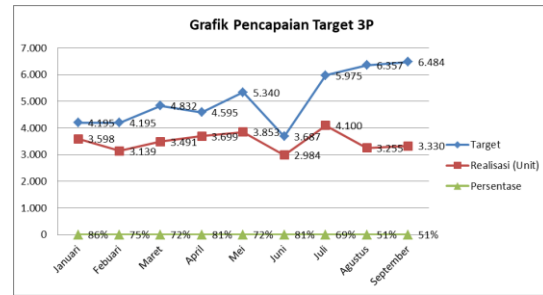
*Naskah diterima: 18 Juli 2019, direvisi: 13 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

**PENDAHULUAN**

Masuknya era globalisasi saat ini, dapat diketahui kompetitor bisnis semakin banyak yang artinya persaingan bisnis semakin luas dan ketat. Dapat dilihat dari banyaknya kompetitor yang ada dengan jenis bisnis yang sejenis yang artinya persaingan semakin banyak. Didukung oleh kemajuan teknologi saat ini yang semakin canggih, hal ini membuat peluang bisnis juga semakin terbuka. Untuk bisa bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat ini, perusahaan harus memiliki produk atau jasa yang lebih unggul dari para kompetitor. Hal ini bisa terwujud jika sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan berkualitas.

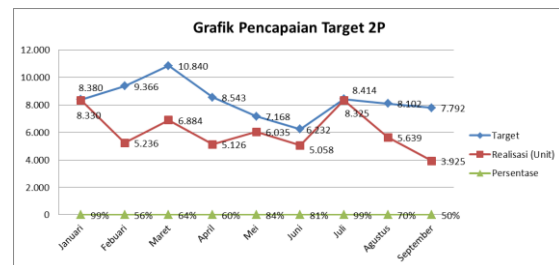
PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT.Telkom tersebar di beberapa wilayah Indonesia, salah satunya adalah Bekasi. PT. Telkom Witel Bekasi merupakan Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Bekasi yang termasuk didalam divisi Regional II Jakarta. PT. Telkom mempunyai beberapa portofolio bisnis salah satunya adalah *FIXED*, portofolio *fixed ini* memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk layanan Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome

Pada penelitian ini peneliti akan membahas pengaruh stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT.Telkom Witel Bekasi. Peneliti menemukan fenomena pada perusahaan, dapat dilihat bahwa perusahaan menetapkan target di setiap penjualannya namun target yang ditetapkan perusahaan terlihat cukup tinggi namun perusahaan belum sepenuhnya mencapai target, hasil pencapaian target dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 . Pencapaian Target Penjualan 3P

Berikut adalah grafik pencapaian target 2P:



Gambar 2. Pencapaian Target Penjualan 2P

Dapat dilihat pada gambar 1.1 dan 1.2, hasilnya menunjukkan bahwa pencapaian target penjualan layanan 3P dan 2P pada bulan Januari-September 2018 belum sepenuhnya mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Menurut Fahmi (2016), pimpinan yang biasanya memaksa agar karyawan bekerja sesuai dengan target atau bahkan harus melebihi target, sementara kemampuan seorang karyawan sendiri tidak sesuai dengan target walaupun sebenarnya ia telah berusaha, maka ini menjadi penyebab timbulnya stres kerja.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu karyawan, salah satu penyebab belum tercapainya target mungkin dikarenakan banyaknya kompetitor dengan harga yang ditawarkan lebih murah. Sehingga membuat konsumen beralih. Selain itu penulis juga melakukan wawancara kepada salah satu karyawan HR di PT.Telkom Witel Bekasi, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi stres kerja karyawan di PT.Telkom Khususnya Witel Bekasi. Faktor yang paling utama adalah karyawan merasa target yang ditetapkan

oleh perusahaan selalu meningkat, karyawan dituntut untuk bisa mencapai target atau melebihi target agar bisa mendapatkan penilaian yang baik dari perusahaan, penilaian tersebut berpengaruh untuk kenaikan jabatan serta besaran gaji. Penempatan bidang atau divisi terhadap karyawan juga sangat berpengaruh, karena jika tidak sesuai dengan *passion* karyawan akan menimbulkan stres kerja dan produktivitas karyawan. Masalah pribadi dengan rekan kantor sedikit berpengaruh untuk karyawan, ada karyawan stres karena mendapat tekanan dari orang-orang sekitarnya. Namun ada karyawan yang menjadikan penilaian ini sebagai stres yang positif sehingga semakin produktif dalam bekerja.

Penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Stres dan Motivasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Epson Batam (Cherny&Kartikasari, 2017). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, sampel pada penelitian sebanyak 100 orang menggunakan area sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui data primer dan sekunder. Hasil yang didapat pada penelitian tersebut bahwa, variabel stres kerja dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap produktivitas kerja karyawan. Namun secara parsial stres kerja diketahui tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja, namun variabel motivasi kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja.

Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berjudul Hubungan Antara Stres Kerja dengan Produktivitas Kerja Karyawan (Saputri, 2012). Penelitian ini dilakukan pada CV. Mediatama Surakarta. Teknik penelitian yang digunakan adalah korelasi *product moment*, sampel pada penelitian sebanyak 58 orang dengan pengambilan sampel studi populasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik korelasi data stres kerja dan produktivitas kerja. Hasil yang di dapat dari penelitian Saputri yaitu, terdapat pengaruh negatif signifikan antara stres kerja

dengan produktivitas kerja, yang artinya jika stres kerja semakin tinggi maka tingkat produktivitas kerjanya akan semakin menurun.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis melihat adanya peluang untuk meneliti lebih jauh tentang kondisi internal karyawan PT.Telkom Bekasi terhadap stres kerja dan produktivitas kerja para karyawan. Judul pada penelitian ini adalah: "Pengaruh Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT.Telkom Witel Bekasi".

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana tingkat stres kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?
- 2) Bagaimana produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?
- 3) Bagaimana pengaruh tingkat stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?

## KAJIAN LITERATUR

### Manajemen Sumber Daya Manusia

Hamali (2016) Manajemen SDM difungsikan perusahaan untuk membentuk kultur suatu organisasi/perusahaan yang layak, serta memasukan berbagai program yang dapat menggambarkan, mendukung nilai-nilai pokok dari perusahaan tersebut dan memastikan keberhasilan suatu perusahaan.

### Stres

Stres menurut Fahmi (2016) adalah suatu keadaan diluar batas kemampuan seseorang yang dianggap menekan diri dan jiwa seseorang, sehingga jika hal tersebut terus dibiarkan tanpa ada solusi maka akan berdampak pada kesehatan. Stres ditimbulkan oleh berbagai macam peristiwa yang dialami seseorang umumnya peristiwa itu terjadi di luar kemampuannya.

### Stres Kerja

Dalam Priansa (2017) stres kerja adalah ketidakseimbangan antara kemampuan fisik

dan psikis dalam mengemban pekerjaan yang diberikan oleh organisasi bisnis sehingga mempengaruhi berbagai aspek yang berkenaan dengan aspek emosi, berpikir, bertindak dan lainnya dari individu karyawan. Ketidak-seimbangan tersebut akan memberikan dampak yang beranekaragam bagi setiap individu.

Dalam Hamali (2016) Stres di tempat kerja adalah sebuah masalah yang makin bertambah bagi para pekerja, majikan dan masyarakat. Stres diakibatkan oleh kondisi kelebihan kerja, ketidaknyamanan kerja, tingkat kepuasan kerja yang rendah dan ketiadaan otonomi. Stres di tempat kerja telah terbukti berpengaruh negatif terhadap produktivitas dan keuntungan di tempat kerja.

Pranoto, et al (2016), Stres kerja bisa dipahami sebagai keadaan dimana seseorang menghadapi tugas atau pekerjaan yang tidak bisa atau belum bisa dijangkau oleh kemampuannya.

### **Dimensi Stres Kerja**

Menurut Robbins dalam Priansa (2017) menyatakan tiga faktor yang dapat menjadi penyebab stres kerja, yaitu:

#### **1) Faktor Lingkungan**

- a. Ketidakpastian Ekonomi  
Ketika sedang terjadi penurunan ekonomi, maka seseorang akan cenderung semakin mencemaskan keamanan keuangan mereka.
- b. Ketidakpastian Politik  
Dapat terjadi karena disebabkan oleh perubahan sistem politik maupun rejim penguasa sehingga menyebabkan kondisi politik menjadi tidak stabil.
- c. Ketidakpastian Teknologi  
Berbagai inovasi yang baru akan membuat keterampilan dan pengalaman seorang karyawan menjadi tertinggal dalam periode waktu yang sangat singkat.

#### **2) Faktor Organisasi**

- a. Tuntutan tugas  
Merupakan faktor yang dapat dihubungkan pada pekerjaan seseorang. Faktor ini menyangkut bentuk pekerjaan individu, kondisi kerja dan tata letak kerja fisik. Tuntutan tugas dapat membuat seseorang tertekan bila kecepatannya dirasa berlebihan. Semakin banyak ketergantungan antar tugas pribadi dengan tugas orang lain keadaan stres akan semakin potensial.
- b. Tuntutan Peran  
Berhubungan dengan tekanan yang diberikan kepada seseorang sebagai salah satu fungsi dari peran tertentu yang diterapkan dalam organisasi tersebut. Ambiguitas peran diciptakan bila harapan peran dipahami dengan jelas dan karyawan tidak memiliki kepastian mengenai apa yang harus dikerjakan.
- c. Tuntutan Hubungan Antarpribadi  
Merupakan tekanan yang di sebabkan oleh karyawan yang lain. Dukungan sosial yang kurang dari rekan-rekan kerja dan hubungan antarpribadi yang kurang baik dapat menjadi penyebab timbulnya stres yang cukup besar.

#### **3) Faktor Individu**

- a. Masalah keluarga menunjukkan bahwa seorang menganggap hubungan pribadinya dengan keluarga sangat berharga.
- b. Masalah ekonomi yang di sebabkan oleh individu salah satunya adalah masalah keuangan merupakan suatu kesulitan pribadi yang bisa menimbulkan stres bagi karyawan.
- c. Kepribadian yang berasal dari sifat yang dimiliki individu itu sendiri.

### **Produktivitas Kerja**

Menurut Sutrisno (2016) Produktivitas diartikan sebagai hubungan antara keluaran (produk atau jasa) dengan

masukannya (karyawan, sumberdaya atau bahan baku, dan uang).

Menurut Sedarmayanti (2017) Produktivitas secara umum dikatakan perbandingan antara hasil yang dapat dicapai dengan keseluruhan daya atau faktor produksi yang dipergunakan. Atau jumlah barang/jasa yang dapat dihasilkan oleh seorang/kelompok, orang/pegawai dalam periode waktu tertentu.

Usia dapat mempengaruhi produktivitas kerja usia yang masih produktif biasanya mempunyai tingkat produktivitas yang tinggi dibandingkan dengan tenaga kerja yang sudah berusia tua sehingga fisik yang dimiliki menjadi lemah dan terbatas. (Aprilyanti, 2017)

#### **Dimensi Produktivitas**

Menurut Agus dalam Nurjaman (2014) bahwa terdapat lima dimensi yang digunakan untuk pengukuran produktivitas kerja sebagai berikut:

- a. **Kualitas Pekerjaan**  
Kualitas pekerjaan menghasilkan mutu yang dihasilkan. Menurut Sinamora dalam Nurjaman (2014) kualitas pekerjaan adalah hasil yang berkaitan dengan dengan mutu dari suatu hasil produk atau jasa karyawan, dalam hal ini merupakan suatu kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secara teknis dengan perbandingan standar yang telah ditetapkan perusahaan.
- b. **Kuantitas Pekerjaan**  
Pencapaian target termasuk kedalam kuantitas pekerjaan atau hasil kerja yang sesuai dengan rencana organisasi. Ukuran kuantitas pekerjaan harus seimbang dengan kuantitas karyawan sehingga dengan adanya keseimbangan tersebut akan membuat tenaga kerja yang produktif agar dapat meningkatkan produktivitas kerja dalam organisasi tersebut.
- c. **Ketepatan Waktu**  
Ketepatan waktu menyangkut pada seorang pegawai harus memandang

waktu sebagai sumber daya yang harus dipergunakan dengan sebaik-baiknya dalam melaksanakan tugasnya.

- d. **Semangat Kerja**  
Semangat kerja menurut Moekijat dalam Nurjaman (2014) menyatakan bahwa semangat kerja mendeskripsikan perasaan yang berhubungan dengan jiwa, kegembiraan, semangat dalam kelompok dan kegiatan.
- e. **Disiplin Kerja**  
Berhubungan pada pimpinan atau pegawai yang tepat pada waktu yang telah ditentukan untuk datang dan pulang kantor, melakukan tugas dengan penuh semangat dan mematuhi semua peraturan sehingga menghasilkan pekerjaan yang memuaskan baik itu kuantitas maupun kualitas.

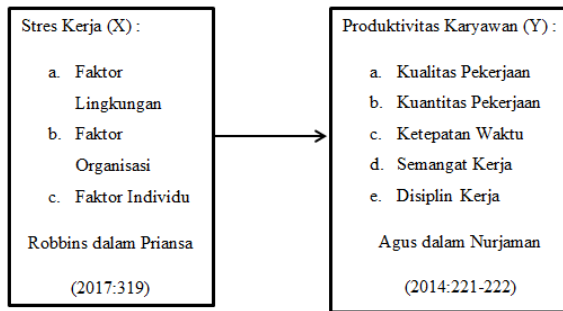
#### **Hubungan Stres Kerja dengan Produktivitas Kerja**

Robbins & Judge dalam Harrisma & Witjaksono (2013) stres kerja pada tingkat tertentu akan membuat tubuh untuk dapat bereaksi lebih. Karyawan atau individu akan menjadi sering melakukan tugas mereka dengan lebih baik, lebih intensif atau lebih cepat. Stres kerja dengan kata lain pada taraf tertentu dapat meningkatkan produktivitas karyawan namun bila dibiarkan berlarut-larut akan menurunkan tingkat produktivitas kerja.

Menurut Faliza dalam Andriani (2017) menyatakan bahwa salah satu alasan stres perlu dipahami karena stres berhubungan erat dengan produktivitas. Karyawan yang mengalami stres kerja tidak dapat bekerja secara optimal sehingga akan memberi dampak yang negatif pada hasil kerjanya atau dengan kata lain pegawai tidak dapat mengoptimalkan hasil kerjanya.



**Kerangka Pemikiran**



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Lokasi penelitian yaitu PT.Telkom Witel Bekasi. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan deskriptif, *Method of successive interval* (MSI) dan analisis regresi linear sederhana. Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (1) stres kerja (X) sebagai variabel bebas atau *independent*, (2) produktivitas kerja (Y) sebagai variabel terikat atau *dependent*. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT.Telkom Witel Bekasi berjumlah 167 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan rumus *slovin*, sehingga dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 63 responden. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan dimulai sejak bulan Oktober, November, Desember 2018 dan berakhir pada bulan Januari 2019.

**PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan jika alat pengukur validitas semakin tinggi, maka alat pengukuran tersebut semakin dapat menunjukkan apa

yang harus diukur. (Sekaran&Bougie dalam Indrawati (2015))

Uji validitas sebagai pengukuran kuesioner menggunakan teknik korelasi *product moment*. Untuk uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kedua uji tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 21 *for windows*. Hasilnya menunjukkan bahwa instrumen pada penelitian ini sudah valid dan reliabel. Karena pada setiap item pernyataan nilai yang dimiliki yakni  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$  (0,361). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel stres kerja dan produktivitas kerja dinyatakan sudah valid dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur penelitian. Pada uji reliabilitas yang dilakukan pada semua item pernyataan nilai koefisien lebih besar dari 0,60 maka item pernyataan pada penelitian dinyatakan reliabel (handal/konsisten). Salah satu ukuran reliabilitas *internal consistency* adalah melihat koefisien alpha cronbach, dimana jika  $\alpha \geq 0,6$  menunjukkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel, koefisien alpha cronbach dihitung dengan bantuan *software* SPSS. (Echdar, 2017)

**Hasil Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran pada objek yang akan diteliti melalui data populasi atau sampel, tidak melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono, 2015)

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran dari 63 responden mengenai variabel penelitian yaitu variabel stres kerja dan variabel produktivitas kerja pada PT.Telkom Witel Bekasi, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Stres Kerja**

No	Dimensi	Skor Total
1	Faktor Stres Lingkungan	211
		66,9%

2	Faktor Stres Organisasi	194	61,5%
3	Faktor Stres Individu	186	58,9%
<b>Rata-Rata Stres Keja</b>		<b>147</b>	<b>62,4%</b>

Sumber: hasil olahan data penulis

Dapat dilihat pada tabel 1 stres kerja karyawan pada PT.Telkom Witel Bekasi memiliki presentase sebesar 62,5%, presentase tersebut termasuk ke dalam kategori cukup tinggi. Stres didominasi oleh faktor lingkungan sebesar 66,9% yang memiliki arti bahwa faktor lingkungan merupakan salah satu penyebab timbulnya stres pada karyawan. Menurut Robbin dalam Badeni (2013) faktor lingkungan merupakan salah satu penyebab timbulnya stres pada karyawan. Selain variabel stres kerja berikut adalah hasil analisis deskriptif variabel produktivitas kerja:

**Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Produktivitas Kerja**

No	Dimensi	Skor Total
1	Kualitas Pekerjaan	267
		84,6%
2	Kuantitas Pekerjaan	257
		81,4%
3	Ketepatan Waktu	262
		83,2%
4	Semangat Kerja	261
		82,9%
5	Disiplin Kerja	261
		82,9%
<b>Rata-Rata Produktivitas Kerja</b>		<b>218</b>
		<b>83,0%</b>

Sumber: hasil olahan data penulis

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa produktivitas karyawan PT.Telkom Witel Bekasi secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Skor terkecil terdapat pada dimensi kuantitas pekerjaan dengan presentase 81,4%. Pencapaian target merupakan salah satu yang disebut kuantitas pekerjaan, hasil kerja yang sesuai dengan

rencana organisasi. Rasio kuantitas pekerjaan harus seimbang dengan kuantitas pegawai sehingga dengan adanya keseimbangan tersebut akan membuat tenaga kerja yang produktif dalam meningkatkan produktivitas kerja pada organisasi tersebut (Agus dalam Nurjaman, 2014).

### Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan terdapat nilai signifikan yang berada di atas 0,05 dapat diartikan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas *kolmogorov-smirnov* diperoleh nilai probabilitas *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,187. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dapat dikatakan bahwa data model regresi sudah berdistribusi normal. Uji heteroskedastitas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu atau menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Indrawan & Yaniawati (2014:170) analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan secara linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah arah hubungan positif atau negatif dan dilakukan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut adalah persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini:

**Tabel 3. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,296	,275		19,290	,000
Stres Kerja (X)	-,769	,092	-,729	-8,320	,000

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 21, 2019

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.2, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 5,296 - 0,769$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan nilai constant (5,296), memiliki arti bahwa jika variabel bebas bernilai 0 dan tidak ada perubahan, maka produktivitas kerja karyawan akan bernilai sebesar 5,296. Sedangkan untuk nilai stres kerja sebesar (-0,769), memiliki arti bahwa jika stres kerja mengalami peningkatan maka produktivitas kerja karyawan diprediksikan akan mengalami penerunan sebesar -0,769.

### Uji Hipotesis (uji-t)

Kriteria uji hipotesis adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = 0$  Stres kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan di PT. Telkom Witel Bekasi

$H_1: \beta_1 \neq 0$  Stres kerja berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan di PT. Telkom Witel Bekasi

Dapat diketahui dari tabel 3 diatas, bahwa nilai -t-hitung sebesar -8,320 lebih kecil dari -t-tabel -2,000 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara stres kerja dan produktivitas kerja pada PT.Telkom Witel Bekasi.

### Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2013) koefisien determinasi dalam penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat.pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi semakin kecil (mendekati angka 0) berarti variabel bebas (X) tidak berpengaruh pada variabel terikat (Y). Dan sebaliknya jika semakin besar koefisien determinasi (mendekati angka 1), dapat dikatakan bahwa variabel bebas (X) memiliki pengaruh atau berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pada penelitian

ini hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 <sup>a</sup>	.532	.524	.412698

a. Predictors: (Constant), Stres Kerja (X)

b. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)

*Sumber:* hasil pengolahan data SPSS 21, 2019

Dapat dilihat pada tabel 4.3 diatas, bahwa nilai koefisien determinasi atau ( $R^2$ ) sebesar 0,531. Maka jika dihitung dengan rumus koefisien determinasi hasilnya adalah sebagai berikut:  $Kd = 0,729^2 \times 100\% = 53,2\%$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa stres kerja memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja sebesar 53,2% dan sisanya 46,8% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### Pembahasan

Berdasarkan penelitian dari analisis deskriptif, tanggapan dari responden mengenai stres kerja pada PT.Telkom Witel Bekasi pada dimensi Lingkungan mendapatkan skor rata-rata sebesar 66,9%, dimensi Organisasi mendapatkan skor rata-rata sebesar 61,5% dan dimensi Individu sebesar 58,9%. Secara keseluruhan jika dimasukan ke dalam garis kontinum variabel stres kerja berada dalam kategori cukup tinggi, memiliki arti bahwa karyawan PT.Telkom Witel Bekasi merasakan stres yang cukup tinggi. Dari 16 pernyataan yang diajukan pada variabel stres kerja, dimensi lingkungan mendapatkan skor tertinggi sebesar 66,9% hal ini menunjukkan bahwa stres kerja pada karyawan PT.Telkom Witel bekasi didominasi oleh faktor lingkungan. suatu organisasi perlu menekankan dampak stres kerja pada produktivitas kerja karyawan, artinya adalah karyawan yang mengalami stres tidak boleh mempengaruhi hasil kerja sehingga target produktivitas dapat terus dicapai. Jika stres yang dialami tidak terselesaikan akan sangat berpotensi mengganggu produktivitas organisasi yang

lebih besar, seperti terjadinya kekacauan dalam operasional bekerja karyawan, kenormalan aktivitas kerja terganggu, serta terjadi penurunan tingkat produktivitas, peurunan pemasukan dan keuntungan pada perusahaan (Fahmi, 2013).

Berdasarkan penelitian dari analisis deskriptif, tanggapan responden mengenai produktivitas kerja pada PT.Telkom Witel Bekasi dimensi kualitas pekerjaan mendapatkan skor rata-rata sebesar 84,6%, dimensi kuantitas pekerjaan mendapatkan skor rata-rata sebesar 81,4%, dimensi ketepatan waktu mendapatkan skor rata-rata sebesar 83,2%, dimensi semangat kerja mendapatkan skor rata-rata 82,9% dan dimensi disiplin kerja mendapatkan skor rata-rata sebesar 82,9%. Jika dimasukkan kedalam garis kontinum variabel produktivitas berada pada kategori baik. Yang artinya produktivitas karyawan sudah baik, namun pada dimensi kuantitas pekerjaan mendapat skor terendah yaitu sebesar 81,4% yang artinya kuantitas pekerjaan karyawan berada dalam kategori baik namun masih di bawah dimensi lain seperti kualitas pekerjaan, ketepatan waktu, semangat kerja dan juga dimensi disiplin kerja. Purnawati (2014), stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan karena jika karyawan mengalami stres akan menyebabkan penurunan produktivitas kerjanya.

Berdasarkan hasil uji-t menunjukkan hasil stres kerja memberikan pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai  $-t$ -hitung (-8,320) lebih kecil dari  $-t$ -tabel (-2,048), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat diartikan bahwa stres kerja mempunyai pengaruh terhadap produktivitas kerja sebesar 53,2% dan sisanya 46,8% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti. Yang artinya semakin tinggi stres kerja maka akan menimbulkan penurunan produktivitas kerjanya.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya mengenai pengaruh stres kerja

terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT.Telkom Witel Bekasi, dalam penelitian ini terdapat kesimpulan yang diharapkan mampu menjawab rumusan masalah yang ada, berikut adalah kesimpulannya:

Pertama, berdasarkan hasil analisis deskriptif tingkat stres kerja karyawan secara keseluruhan pada saat ini termasuk dalam kategori cukup tinggi. Stres kerja didominasi oleh faktor lingkungan.

Kedua, berdasarkan hasil analisis deskriptif produktivitas kerja karyawan secara keseluruhan pada saat ini termasuk dalam kategori baik. Dapat diartikan karyawan PT.Telkom Witel Bekasi memiliki produktivitas yang baik.

Ketiga, setelah dilakukan penelitian stres kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan yang dibuktikan melalui uji hipotesis statistik. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi yang sudah dilakukan sebelumnya, variabel stres kerja diketahui memiliki pengaruh terhadap variabel produktivitas kerja karyawan sebesar 53,2%.

### **REFERENSI**

- Andriani, A.A. (2017). Hubungan Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Kantor Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Negara*, 1 (5), 5559. Ejournal, <https://ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2384>.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia Dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus PT. OASIS Water International Cabang Palembang. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1 (2). Ejournal, [https://www.researchgate.net/publication/322922558\\_Pengaruh\\_Usia\\_dan\\_Masa\\_Kerja\\_Terdapat\\_Produktivitas\\_Kerja\\_Studi\\_Kasus\\_PT\\_OA](https://www.researchgate.net/publication/322922558_Pengaruh_Usia_dan_Masa_Kerja_Terdapat_Produktivitas_Kerja_Studi_Kasus_PT_OA)

- SIS\_Water\_International\_Cabang\_Palembang.
- Cherny, K.B. & Kartikasari, D. (2017). Pengaruh Stres dan Motivasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Epson Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 5 (2), <http://p2m.polibatam.ac.id/wp-content/uploads/2018/02/306-133-1185-1-10-20170727.pdf>.
- Echdar, Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fahmi, Irham. (2013). *Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi, dan kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hamali, Y.A. (2016). *Pemahaman Manajamen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CAPS.
- Harrisma, O.W.& Witjaksono, A.D. (2013). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (2), 653, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/3049/5843>.
- Indrawan,R. & Yaniawati,P.R. (2014). *Metodelogi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. Bandung: Refika Aditama.
- Nurjaman, K. (2014). *Nur* Bandung: Pustaka Setia.
- Pranoto,E. Haryono,T.A.& Warso,M.M. (2016). Pengaruh Rekrutment, Stres Kerja, dan Pemberian insentif Terhadap Produktivitas Kerja dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Intervening pada PT. Ungaran Sari Garment Unit III Congol Karangjati. *Journal of Management*, 2 (8), <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/480/466>.
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Organisasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Purnawati,R.W. (2014). Pengaruh Stres Kerja terhadap Produktivitas Kerja Pegawai pada Bagian Dinas Pendapatan, Pengelolaan keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Pemerintah Kota Sukabumi. Skripsi. Bandung: UPI.
- Saputri, N.E. (2012). *Hubungan Antara Stres Kerja dengan Produktivitas Kerja Karyawan*. Naskah Publikasi. Surakarta.
- Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

**BIODATA PENULIS**

**Amelia Eka Safitri.** Lahir di Bandung, 20 September 1997. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Telkom Bandung konsentrasi Ilmu Administrasi Bisnis pada tahun 2019.

## Keterkaitan Antara Minat Mengurus Jabatan Fungsional Dan Sertifikasi Pendidik Dikalangan Dosen Swasta

Ratiah<sup>1</sup>, Hartanti<sup>2</sup>, Irwin Ananta Vidada<sup>3</sup>,  
Eka Dyah Setyaningsih<sup>4</sup>, Rina Oktiyani<sup>5</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika

<sup>1</sup>ratiah.rty@bsi.ac.id

<sup>2</sup>hartanti.hti@bsi.ac.id

<sup>3</sup>irwin.iav@bsi.ac.id

<sup>4</sup>rina.roi@bsi.ac.id

<sup>5</sup>eka.edy@bsi.ac.id

### ABSTRAK

Studi empiris yang mengkaji aspek keprilakuan pada minat, melaporkan adanya perbedaan temuan tentang preferensi dosen yang belum memiliki jabatan fungsional akademik dan dosen yang telah memiliki sertifikat pendidik terhadap pilihan waktu (*time preference*) dan sikap terhadap resiko (*risk attitude*) dalam mengurus kenaikan jabatan fungsional dosen. Beberapa studi melaporkan bahwa dosen yang telah memiliki sertifikat pendidik, memilih opsi perspektif waktu yang bersifat “segera”, meskipun dengan nilai utilitas yang lebih rendah. Sementara itu, dalam studi-studi yang lain dilaporkan bahwa dosen yang belum memiliki sertifikat pendidik cenderung santai dalam mengurus kenaikan pangkat dengan menunggu batas waktu maksimal kenaikan pangkat habis. Kesimpulan yang diperoleh dalam studi ini bahwa tidak ada perbedaan preferensi terhadap waktu antara dosen bersertifikasi pendidik dan dosen belum bersertifikasi pendidik, namun dosen yang telah memiliki sertifikasi pendidik bersikap lebih menghindari resiko dibanding yang belum memiliki sertifikasi pendidik.

**Kata Kunci:** minat, sertifikasi pendidik, jabatan fungsional, Preferensi Terhadap Pilihan Waktu

### ABSTRACT

*Empirical studies that examine aspects of interesting behavior, report differences in the preference findings of lecturers who do not have functional academic positions and lecturers who already have educator certificates on time in advance and risky attitudes in managing lecturers' functional promotions. Some studies report that lecturers who already have an educator certificate, choose the "direct" perspective time option, even with a lower utility value. Meanwhile, in another study it was reported that lecturers who did not have an educator certificate tended to relax in managing promotions by waiting for the maximum deadline for the promotion to end. The conclusion obtained in this study is that there is no difference in time preference between educated certified lecturers and lecturers not yet certified by educators, but lecturers who have certified educators avoid risk more than those who do not have educator certification.*

**Keywords:** interest, educator certification, functional position, time preference

Naskah diterima: 25 Juli 2019, direvisi: 16 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019

## PENDAHULUAN

Dosen merupakan aktor penting dalam mencetak calon-calon generasi penerus bangsa di masa yang akan datang. Untuk itulah Menjadi dosen tentunya bukan pekerjaan yang mudah, selain dituntut untuk memiliki kemampuan akademik yang memadai juga kemampuan manajemen dan keterampilan yang cukup. Karena Kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dosen akan berpengaruh terhadap tercapainya tujuan pendidikan disetiap perguruan tinggi. Untuk itulah seorang dosen harus mempunyai visi dan misi,serta komitmen diri terhadap tugas yang diemban. Dia harus mampu berpikir apa tugas utama dan tambahannya. Dengan demikian seorang dosen akan mengerti apa yang harus dikerjakan, dan sebatas mana dia harus bekerja. Hal tersebut dapat dicapai dengan menjadi dosen profesional. Tingkat profesional seorang dosen dapat dinilai dengan kepemilikan jabatan fungsional dan sertifikasi pendidik. Dengan kata lain seorang pengajar belum dikatakan benar-benar seorang dosen sebelum memiliki jabatan fungsional dosen dan sertifikasi pendidik.

Jabatan fungsional dosen merupakan catatan atau posisi dalam masyarakat akademik yang menunjukkan pengakuan atas kemampuan akademik dalam kehidupan akademik. Jabatan akademik dosen adalah kedudukan yang menunjukkan tugas, tanggung jawab, wewenang, dan hak seorang dosen dalam suatu satuan pendidikan tinggi yang dalam pelaksanaannya didasarkan pada keahlian tertentu. Kenaikan jabatan akademik dosen dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu kenaikan jabatan akademik reguler dan loncat jabatan akademik. Kenaikan jabatan akademik secara reguler dapat dilakukan setelah dosen menduduki jabatan akademik selama 2 (dua) tahun dan telah memenuhi persyaratan. Sedangkan kenaikan jabatan akademik secara loncat jabatan dapat dilakukan oleh dosen yang memiliki kemampuan luar biasa yaitu mampu mempublikasikan karya ilmiahnya pada jurnal internasional bereputasi, contohnya dosen ingin loncat jabatan dari Asisten Ahli ke Lektor Kepala membutuhkan 2 (dua) karya

ilmiah di jurnal internasional bereputasi sebagai penulis pertama. Untuk semua jenis kenaikan jabatan akademik (reguler atau loncat jabatan) ke jenjang profesor seorang dosen harus mempunyai pengalaman kerja sebagai dosen tetap minimal 10 tahun. Hal ini didasari bahwa seorang dosen pada kedudukan jabatan akademik tertinggi harus memiliki empat kompetensi yang meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi sosial, dan kompetensi professional selama proses pembinaan dan pengembangan karirnya. Untuk mencapai keempat kompetensi tersebut diperlukan waktu yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan waktu yang rasional sehingga seorang dosen dapat mencapai jenjang jabatan akademik tertinggi/profesor (sesuai dengan UU No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi). Sesuai dengan ketentuan, kenaikan jabatan akademik dosen dari Lektor Kepala ke Profesor dilakukan paling kurang 3 (tiga) tahun setelah dosen memperoleh gelar Doktor. Bagi dosen yang mempunyai karya ilmiah sebagai penulis pertama yang dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi setelah memperoleh gelar Doktor dapat diusulkan kenaikan jabatan akademiknya kurang dari 3 (tiga) tahun. Karya ilmiah tersebut sebagai karya tambahan dari seluruh persyaratan yang telah ditentukan. Untuk penjaminan mutu keilmuan, penilaian kenaikan jabatan akademik menjadi Profesor selain kecukupan angka kredit dan pemenuhan syarat publikasi karya ilmiah, juga mempertimbangkan keterkaitan antara bidang ilmu.

Serdos merupakan program yang dijalankan berdasar UU Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, UU Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, dan PP No. 37 Tahun 2009 Tentang Dosen dan Peraturan Mendiknas No. 47 Tahun 2009 Tentang Sertifikasi Pendidik untuk Dosen. Sertifikasi dosen (Serdos) adalah proses pemberian sertifikat pendidik kepada dosen. Program serdos merupakan upaya meningkatkan mutu pendidikan nasional, dan memperbaiki kesejahteraan dosen, dengan mendorong dosen untuk secara berkelanjutan meningkatkan profesionalismenya. Dan



Sertifikat pendidik yang diberikan kepada dosen melalui proses sertifikasi adalah bukti formal pengakuan pemerintah dan masyarakat terhadap dosen sebagai tenaga profesional pada jenjang pendidikan tinggi.

Hasil penelitian pada tahun 2002 mengenai “Faktor-Faktor Penghambat Pustakawan Departemen Pertanian dalam Memperoleh Angka Kredit” oleh Maman Permana. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor internal yang menghambat pustakawan memperoleh angka kredit berturut-turut, yaitu kreativitas terbatas (92,39%), kemampuan melakukan penelitian terbatas (90,22%), kemandirian melaksanakan tugas (89,13%), penguasaan keterampilan teknis (81,52%), penguasaan bahasa Inggris (78,26%), penguasaan keterampilan komputer (53,26%). Faktor eksternal yang menghambat pustakawan memperoleh angka kredit berturut-turut, yaitu kurang memiliki program kerja individu (91,3%), jumlah tunjangan jabatan terbatas (85,87%), serta penetapan angka kredit untuk tiap butir kegiatan yang terlalu rendah (84,78%). Penelitian berikutnya, hasil penelitian Widodo tahun 2004 yang berjudul “Mengatasi Keterlambatan Kenaikan Pangkat Guru” menyatakan bahwa Keterlambatan guru dalam mengajukan kenaikan pangkat disebabkan oleh hilangnya motivasi berprestasi sehingga sehingga tidak mampu menghitung dan mengisi Daftar Usulan Penetapan Angka Kredit (DUPAK). Sedangkan hasil penelitian tentang “Faktor-Faktor Penghambat Kenaikan Pangkat Pejabat Fungsional Analisis Pegawai Pada Badan Kepegawaian Negara Pusat” Skripsi FISIP UI tahun 2012 oleh Lia Septiana.

Hasil penelitian Raudhoh dan Habib Muhamad (2012) yang berjudul Pengaruh Sertifikasi dan Etos Kerja terhadap Kinerja Dosen: Studi Ex Post Facto di IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja dosen yang lulus sertifikasi dan yang belum lulus, demikian pula tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja dosen yang beretos kerja rendah dan dosen yang beretos kerja tinggi pada dosen yang sudah lulus sertifikasi dan belum lulus sertifikasi. Dan pada tahun 2011,

Muhardi dan Nurcahyono meneliti pengaruh tunjangan sertifikasi dosen terhadap produktivitas dosen dalam menghasilkan karya ilmiah dan penelitian. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa tunjangan sertifikasi dosen berpengaruh signifikan terhadap produktivitas dosen dalam menghasilkan karya ilmiah dan penelitian. Sedangkan hasil penelitian Kadek Sonia Piscayanti dan Ni Wayan Surya Mahayanti (2015) menunjukkan bahwa sertifikasi dosen tidak menjamin peningkatan kinerja pengajaran dosen undiksha. Serta hasil penelitian dari Sufi (2017) Kebijakan Sertifikasi Dosen di FISIP Unimal, tidak terlalu berdampak positif terhadap kinerja dosen, ini bisa dilihat dari aspek pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat 4 (empat) faktor yang menghambat kenaikan pangkat para analis kepegawaian di lingkungan BKN Pusat, yaitu penempatan yang tidak sesuai formasi, kompetensi, kreatifitas pegawai yang kurang memadai, persyaratan pengusulan kenaikan pangkat yang tidak didukung oleh organisasi, serta minimumnya rotasi pegawai.

Hasil penelitian terakhir berjudul “Transformasi Tenaga Pengajar Kearif Dosen Bersertifikasi Pendidik: Analisis Deskriptif Dengan Regresi Logistik” dalam jurnal Account tahun 2018 oleh Ratiyah. Hasilnya menunjukkan bahwa pada saat ini transformasi tenaga pengajar ke arah dosen bersertifikasi pendidik tengah berjalan. Ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah dosen yang memiliki Jabatan Fungsional Akademik. Namun demikian, banyaknya jumlah dosen yang mengikuti ujian sertifikasi dan semakin sulitnya kualifikasi sertifikasi pendidik sedikit menghambat proses transformasi tersebut. Lebih lanjut, analisis regresi logistik menunjukkan bahwa dosen yang usianya lebih tua mempunyai kecenderungan untuk mengurus Jabatan Fungsional dan Sertifikasi Pendidik. Ternyata, kebutuhan ekonomi pekerja yang telah menikah tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam keputusannya untuk mengurus Jabatan Fungsional Akademik dan Sertifikasi Pendidik.

**KAJIAN LITERATUR**

Hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan estimasi terhadap model persamaan simultan, adalah melakukan pengujian simultanitas. Jika memiliki sifat simultan, maka satu atau lebih variabel penjelas akan menjadi peubah endogen dan oleh karenanya akan berkorelasi dengan residualnya. Hal ini tidak sesuai lagi dengan asumsi Gaus Markov pada metode perhitungan kuadrat terkecil atau sering disebut dengan *Ordinary Least Square* (OLS) tentang independensi antara variabel bebas dengan residualnya. Jika tidak ada simultanitas maka metode *Ordinary Least Square* (OLS) akan menghasilkan nilai penduga parameter yang konsisten dan efisien. Sedangkan pendugaan parameter dengan metode *instrument variable* (misalnya 2SLS) akan konsisten tetapi tidak efisien. Sebaliknya jika ada hubungan simultan maka metode *Ordinary Least Square* (OLS) akan tidak konsisten. Sedangkan metode *instrument variable* akan menghasilkan penduga yang konsisten dan efisien (Gujarati, 2003).

Ada beberapa metode yang bisa digunakan untuk menduga parameter persamaan simultan yaitu metode ILS (*Indirect Least Square*), 2SLS (*Two Stage Least Square*), LIML (*Limited Information Maximum Likelihood*) dan 3SLS (*Three Stage Least Square*). Apabila suatu persamaan dalam model simultan ada yang *overidentified*, maka metode ILS (*Indirect Least Square*) tidak dapat digunakan untuk menduga koefisien strukturalnya. Oleh karena itu, untuk menduga suatu persamaan yang *overidentified* dapat dilakukan dengan 2SLS (*Two Stage Least Squares*), 3SLS (*Three Stage Least Squares*), LIML (*Limited Information Maximum Likelihood*) atau FIML (*Full Information Maximum Likelihood*).

**Uji Simultanitas**

Uji simultanitas merupakan salah satu prosedur yang harus dilakukan dalam melakukan analisis estimasi persamaan simultan. Apabila hasil uji simultanitas memberikan kesimpulan bahwa ada hubungan simultan, maka tidak bisa menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS) untuk mengestimasi persamaan tersebut. Hal ini

karena satu atau lebih variabel penjelas atau independen berkorelasi dengan variabel residual sehingga estimator yang didapat tidak lagi konsisten atau bias. Metode yang digunakan untuk mengatasi masalah simultanitas ini diantaranya dengan metode *Indirect Least Squares* (ILS) dan metode *Two Stage Least Squares* (2SLS). Dengan menggunakan kedua metode ini akan menghasilkan estimator yang konsisten dan efisien.

**Metode Two Stage Least Squares (2 SLS)**

Metode *two stage least squares* (2SLS) mengestimasi setiap persamaan struktural secara individu dan setiap persamaan struktural tersebut harus memenuhi asumsi yang ada dalam persamaan regresi klasik. Dalam kasus ini penulis mengasumsikan bahwa setiap persamaan struktural telah memenuhi asumsi regresi klasik, hal ini dilakukan karena keterbatasan pengetahuan penulis tentang teori ekonomi untuk mengubah model persamaan simultan atau mengembangkan model jika ternyata terdapat persamaan yang harus diperbaiki atau penambahan variabel – variabel maupun persamaan.

Kuadrat terkecil dengan dua tahap (2SLS) merupakan metode persamaan tunggal dengan adanya korelasi antara variabel gangguan dan variabel eksogen, sehingga bila teknik OLS diterapkan pada setiap persamaan struktural secara terpisah, bias simultan dapat dihilangkan (Sumodiningrat, 1994: 412). Perhatikan model sederhana berikut:

Fungsi Pendapatan (1) & Fungsi Stok Uang (2)

$$(1) Y1t = B10 + B11Y2t + D11X1t + D12X2t + e1t \quad (3.22)$$

$$(2) Y2t = B20 + B21Y1t + e2t \quad (3.23)$$

- Dengan Y1 = pendapatan
- Y2 = stok uang
- X1 = investasi
- X2 = pengeluaran pemerintah

Variabel X1, X2 eksogen.

**METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan data primer yang digali dari survei terhadap 165 responden, dengan rincian 50 responden sudah memiliki jabatan fungsional, tetapi belum memiliki sertifikasi pendidik, serta 60 responden belum memiliki jabatan fungsional. Responden diperoleh dari dosen swasta di 2 (dua) kampus, masing-masing 1 kampus di Jakarta Pusat dan 1 kampus di Jakarta Timur.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif berupa regresi *two stage least square* (2SLS). Adapun model empiris yang diestimasi dinyatakan dalam persamaan Analisis Regresi *Two Stages Least Square* untuk melihat kaitan minat mengurus kenaikan jabatan fungsional dosen dengan sertifikasi pendidik. Model empiris yang digunakan dinyatakan dalam persamaan model (1) dan (2).

Analisis ini berfokus pada bagaimana kaitan keprilakuan pada minat tentang preferensi dosen yang belum memiliki jabatan fungsional akademik dan dosen yang telah memiliki sertifikat pendidik terhadap pilihan waktu (*time preference*) dan sikap terhadap resiko (*risk attitude*) dalam mengurus kenaikan jabatan fungsional.

**PEMBAHASAN**

Tabel 1. Karakteristik Individu Responden

Socio Demografi	Status Responden		
	Dosen tanpa JFA	Memiliki JFA	Dosen serdik
Jumlah Sampel (orang)	50	55	60
Rata-rata Usia (tahun)	29,52	37,76	38,75
Jenis Kelamin			
Pria	30	46	56
Wanita	20	9	4
Jenjang Pendidikan			
S1	9	3	0
S2	28	29	30
S3	13	23	30
Pekerjaan			
PNS DPK	0	20	19
Dosen Tidak Tetap	15	12	6
Dosen Tetap	35	23	35
Status Rumah			
Rumah Sendiri	19	30	27
Rumah Warisan Orang Tua	24	25	33
Kontrak	7	0	0
Serumah lebih dari 1 Keluarga			
Ya	16	27	31
Tidak	34	28	29
Pendapatan			
Antara Rp2-3 Juta	14	13	19
Rp3-8,5 Juta	26	36	25
Lebih dari 8,5 Juta	10	6	16

Sumber : diolah dari data penelitian, 2019.

Tabel 2. Karakteristik Dosen

Preferensi Mengurus JFA	Status Responden		
	Dosen Tanpa JFA	Memiliki JFA	Dosen Serdik
Kesulitan pada persyaratan JFA			
Tidak	13	40	60
Ya	37	15	0
Kapan mulai mengurus Serdik			
6-10 tahun	0	1	1
2-5 tahun	0	23	45
Di atas 2 tahun	0	31	14

Sumber : diolah dari data penelitian, 2019

Tabel 3. Pengaruh Keluarga dan Lingkungan dari Dosen.

Sejarah Terkait JFA dan Serdik	Status Responden		
	Dosen Tanpa JFA	Memiliki JFA	Dosen Serdik
Bagaimana mengetahui cara mengurus JFA dan Serdik pertama kali?			
Teman	0	0	12
Sosialisasi Dikti	0	48	54
TIM Kepangkatan Dosen	0	48	58
Website Dikti	0	42	47
Siapa anggota keluarga yang mendukung mengurus JFA dan Serdik di rumah?			
Istri/Suami	22	30	62
Ayah dan ibu	21	42	52
Anak	8	39	46
Kakak	4	41	37
Pernahkan Saudara dinasehati tentang pentingnya mengurus JFA dan Serdik?			
Pernah	29	30	24
Tidak Pernah	6	18	14
Kadang-kadang	15	7	22

Sumber : diolah dari data penelitian, 2019

Karakteristik Responden Penelitian Tabel 1 menyajikan karakteristik individu dari responden penelitian dalam studi ini. Berdasarkan karakteristik usia, rata-rata usia memiliki Serdik adalah 38,75 tahun, responden yang sedang mengurus serdik (memiliki JFA) 37,76 tahun dan responden yang tidak memiliki JFA 29,52 tahun. Dilihat dari jenis kelamin, pada ketiga kategori yaitu Dosen tidak memiliki JFA, Dosen memiliki JFA (sedang mengurus Serdik) dan Dosen Serdik, secara umum responden pria lebih banyak dibanding responden wanita. Dilihat dari karakteristik pendidikan, sebagian besar responden telah berpendidikan S2 ke atas. Pada kelompok Dosen yang memiliki serdik dan sedang mengurus serdik, jumlah responden

dengan latar pendidikan perguruan S2 justru paling banyak. Ditinjau dari jenis pekerjaan, kelompok responden yang mempunyai distribusi variasi pekerjaan paling banyak. Selanjutnya, berkaitan dengan status rumah dan pendapatan responden. Secara umum pada ketiga kelompok responden, sebagian besar responden telah memiliki rumah milik sendiri atau rumah warisa orang tua, namun sebagian besar dari responden juga tinggal serumah dengan lebih dari 1 keluarga. Berkaitan dengan level pendapatan, sebagian besar responden telah mempunyai pendapatan di atas Rp. 3.000.000.

Berkaitan dengan prestasi akademik responden dibedakan, Prestasi responden pada level pendidikan S1, S2 dan S3 secara umum pada level terbaik dan sedang pada jenjang S2 dan S3, namun prestasi ini dilaporkan mulai berkurang pada level S2, dan semakin bervariasi pada jenjang S3. Dikaitkan dengan laporan subjektif mengenai perkiraan jenjang karier, kondisi kesehatan, dan level kebahagiaan responden, ketiga katagori responden melaporkan bahwa mereka lebih sehat, mempunyai karier yang lebih bagus dan lebih bahagia dibanding rekan-rekan seusia mereka.

Pada Tabel 2 menyajikan data karakteristik individu yang berkaitan dengan pengetahuan dan perilaku Responden (dosen). Masih terkait dengan informasi dalam Tabel 9, dapat disimak bahwa Dosen yang memiliki serdik maupun kelompok dosen yang berusaha mengurus JFA dan Serdik memiliki kesulitan dengan persyaratan JFA dan Serdik terutama dalam hal penelitian. Rata-rata waktu bagi dosen mulai mengurus JFA dan Serdik adalah 2-5 tahun setelah mengajar.

Pada Tabel 3, secara umum dapat disimpulkan bahwa baik Dosen yang memiliki serdik maupun kelompok dosen yang berusaha memiliki JFA dan sedang mengurus Serdik mendapat banyak pengaruh dari lingkungan keluarga, khususnya suami/istri, ayah dan ibu dan kakak mereka. Tidak hanya itu, sebagian besar dosen, sering sekali mendapat nasihat

dari anggota keluarga tentang pentingnya mengurus JFA dan Serdik.

**Kaitan antara Perilaku Dosen dengan Preferensi Waktu dan Sikap Terhadap Resiko**

Pada bagian ini disajikan temuan empiris dari pilihan pada preferensi waktu dan sikap terhadap resiko pada 3 (tiga) kelompok responden. Sebelum menyajikan kaitan tersebut, terlebih dahulu akan disajikan kaitan antara laporan subjektif tentang religiusitas dan perilaku responden, dengan menggunakan instrument modal sosial individu, modal sosial dalam bermasyarakat dan kepercayaan pada lembaga kemasyarakatan.

Tabel 4. Preferensi Individu Responden Terhadap Pilihan Waktu.

Variabel Bebas yang digunakan:	Variabel Tergantung adalah:			
	TP 01	TP 02	A 01	A 02
Konstanta	-0,873 (1,285)	1,853 (1,317)	-1,3264 (1,0947)	-1,7287 (1,096)
Responden	0,249 (0,283)	-0,0215* (0,0276)	0,1818 (0,2244)	0,3947** (0,2254)
Harapan JFA atau Serdik	-0,005 (0,0148)	-0,0048 (0,0014)	0,0089 (0,0138)	0,0123 (0,1371)
Pertemanan	0,0046 (0,0095)	0,0020 (0,0089)	0,0084 (0,0088)	0,0087 (0,0088)
Modal Sosial Individu	0,011 (0,015)	0,0064 (0,0147)	0,0021 (0,014)	0,0082 (0,1389)
Modal Sosial di Masyarakat	0,0066 (0,0148)	-0,0183 (0,0145)	-0,0168 (0,0137)	-0,0073 (0,136)
Indeks Kebahagiaan	0,8379** (0,4313)	-0,9317 (0,5727)	0,5358 (0,4158)	0,3164 (0,4314)
Religiusitas	-0,0055 (1,285)	0,0025 (0,0067)	0,0127** (0,0064)	0,0079 (0,0063)
<b>Pseudo R<sub>2</sub></b>	<b>0,041</b>	<b>0,029</b>	<b>0,0382</b>	<b>0,303</b>

Sumber : diolah dari data penelitian, 2019

Tabel 5. Estimasi Preferensi Responden terhadap Resiko.

Variabel Bebas	Variabel Tergantung adalah:		
	R_AB	R_Netral	R_BA
Konstanta	0,8135 (1,1451)	0,2564 (1,2534)	1,4642 (1,1151)
Responden	0,3969** (,2289)	-0,0397 (0,2846)	0,1993 (0,2258)
Harapan JFA atau Serdik	0,0153 (0,0141)	0,0314 (0,0146)	-0,0239* (0,0139)
Pertemanan	-0,0193*** (0,0091)	-0,0103 (0,0091)	0,0157* (0,0191)
Modal Sosial Individu	0,0122 (0,0193)	-0,0015 (0,0017)	-0,0376 (0,1571)
Modal Sosial di Masyarakat	-0,0186 (0,0136)	-0,0041 (0,1479)	0,0376** (0,0145)
Indeks Kebahagiaan	-0,5921 (0,4914)	-0,0096 (0,4536)	-0,0035** (0,1458)
Religiusitas	0,0046 (0,0064)	0,0062 (0,0067)	-0,0121** (0,0066)
Jumlah sampel	165	165	165
<b>Pseudo R<sup>2</sup></b>	<b>0,054</b>	<b>0,0182</b>	<b>0,1139</b>

Sumber : diolah dari data penelitian, 2019

Pada Tabel 3, menyajikan 4 (empat) model regresi probit yang dinotasikan dengan TP\_01, TP\_02, A\_01 dan A\_02. Model TP\_01 merupakan mewakili konsep Time Preference yang pertama (01), yang memberikan pilihan kepada individu sebagai berikut. Dalam sebuah perumpamaan, pilihan A, individu mendapat tunjangan kepengkataan Rp. 750.000 yang diterima tahun ini, atau pilihan B senilai Rp. 1.250.000 yang diterima tahun depan. Selanjutnya, model TP\_02 menyajikan pilihan A berupa Rp. 1.500.000 yang diterima.

Masing-masing model dalam Tabel 4 mempunyai keterkaitan dengan variabel tergantung yang berbeda-beda. Dari 4 (empat) model yang disajikan, dengan variable of interest status dosen, pada model kedua, yaitu TP\_02, hanya variabel responden yang menunjukkan keterkaitan dengan preferensi pilihan antara menerima tunjangan langsung atau tidak. Dalam model ini ditemukan bahwa responden lebih

kecil kemungkinannya memilih opsi A, yaitu menerima tunjangan langsung atau segera. Dalam model ini dapat bermakna bahwa responden yang tidak memiliki JFA dan serdik bersikap lebih impulsive dibanding responden memiliki JFA dan serdik. Selanjutnya, untuk pilihan tunjangan kepengkataan, nampak bahwa responden memiliki JFA dan serdik cenderung memilih tunjangan kepengkataan yang diterima tahun depan, sedangkan responden yang religious mempunyai probabilitas yang lebih kecil untuk memilih tunjangan kepengkataan yang diberikan tahun ini.

Tabel 5 menyajikan model estimasi yang sama dengan model dalam Tabel 4; hanya saja variabel tergantung yang digunakan dalam model pada Tabel 14 adalah pilihan terhadap resiko. Model R\_AB menunjukkan bahwa ada 2 (dua) opsi yang ditawarkan yaitu opsi A dimana tunjangan kepengkataan diterima dengan pasti dan opsi B yang memuat 2 (dua) kemungkinan, yaitu 50% mendapat tunjangan kepengkataan senilai tertentu dan 50% tidak mendapat apa-apa. Dalam Tabel 10, model R\_AB menunjukkan bahwa tidak hanya opsi A memberi kepastian, tetapi nilai harapan dari pilihan A juga lebih besar dibanding pilihan B. Model R\_Netral bermakna bahwa meskipun pilihan A dengan kepastian dan pilihan B memiliki peluang mendapat sesuatu dan peluang tidak mendapatkan sesuatu, namun nilai harapan dari kedua opsi ini adalah sama. Selanjutnya, model R\_BA menunjukkan bahwa nilai harapan B lebih tinggi dibanding nilai harapan pilihan A.

Model pertama menunjukkan bahwa responden yang memiliki JFA dan Serdik mempunyai probabilitas untuk memilih opsi pilihan A, berupa rewards yang pasti dan memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi dibanding rewards pilihan B. Selanjutnya, dalam model ini juga ditemukan bahwa responden yang lebih sering melakukan kontak, memberi dan mendapat kabar dari saudara, teman dan sahabat lainnya, mempunyai peluang lebih kecil untuk memilih preferensi pilihan A dibanding

pilihan B. Untuk model kedua, yaitu pilihan dengan risk netral, tidak ditemukan ada kaitan atau pengaruh yang signifikan, baik variabel Dosen yang memiliki JFA dan Serdik maupun variabel yang lainnya. Selanjutnya dalam model ketiga, yaitu R\_BA; preferensi dengan alternatif pilihan B dengan nilai rewards yang lebih besar namun mempunyai resiko, yaitu 50% mendapatkan rewards yang dimaksud dan 50% tidak mendapatkan apa-apa. Dalam model yang ketiga ini ditemukan bahwa individu yang secara relatif mempunyai harapan standard hidup yang lebih tinggi, mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk memilih opsi tunjangan yang lebih kecil namun memberi unsur kepastian. Selanjutnya responden yang mempunyai intensitas berkomunikasi dengan teman sahabat dan keluarga yang baik, atau mempunyai karakteristik dengan modal sosial bermasyarakat lebih tinggi, cenderung untuk memilih rewards yang lebih kecil namun pasti. Hal yang cukup unik dalam temuan penelitian ini adalah bahwa responden yang mempunyai indeks kebahagiaan subjektif lebih tinggi, dan responden yang melaporkan diri religius ternyata mempunyai kecenderungan yang lebih tinggi untuk memilih opsi reward dengan nilai lebih rendah namun dengan unsur kepastian.

#### **PENUTUP**

Dengan menggunakan laporan subyektif dari sejumlah responden yang di survey, studi menyimpulkan hal-hal berikut. (i) baik modal sosial maupun laporan religiusitas subjektif dilaporkan tidak berpengaruh secara signifikan pada keputusan individu untuk mengurus JFA dan Serdik. Namun dalam penelitian ini, karakteristik individu yaitu jenis kelamin, ditemukan bahwa pria mempunyai peluang lebih kecil menjadi untuk menunda mengurus JFA dan Serdik dibanding responden wanita. Selanjutnya, semakin bertambah usia responden ditemukan peluang memiliki JFA dan Serdik semakin tinggi.

Terkait dengan perbedaan preferensi antara dosen yang memiliki JFA dan Serdik dengan yang tidak memiliki JFA dan Serdik pada

pilihan waktu dan pengambilan keputusan dengan resiko, studi ini menemukan sebagai berikut: (i) dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan preferensi waktu, studi ini menemukan bahwa dosen yang memiliki JFA dan Serdik mempunyai probabilitas yang lebih kecil untuk memilih preferensi waktu yang berorientasi saat ini, meskipun rate of time preference yang ditawarkan cukup tinggi. Hampir 40% responden memilih reward/tunjangan yang bernilai tinggi dan mempunyai unsur kepastian adalah kelompok dosen yang memiliki JFA dan Serdik. Dalam pilihan preferensi yang lain, perbedaan karakteristik dosen yang memiliki JFA dan Serdik dengan dosen yang tidak memiliki JFA dan Serdik tidak signifikan.

#### **REFERENSI**

- Gujarati, Damodar. 2016. Dasar-Dasar Ekonometrika terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Muhardi dan Nurcahyono, A. 2011. Pengaruh sertifikasi terhadap produktivitas dosen dalam menghasilkan karya ilmiah dan penelitian. Prosiding SnaPP2011: Ekonomi, Sosial, Humaniora. Diunduh dari [prosiding.lppm.unisba.ac.id/index.php/sosial/](http://prosiding.lppm.unisba.ac.id/index.php/sosial/).
- Permana, Maman. 2002. Faktor-Faktor Penghambat Pustakawan Departemen Pertanian Dalam Memperoleh Angka Kredit. Jakarta.
- Piscayanti, Kadek Sonia dan Ni Wayan Surya Mahayanti. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 4, No. 1, April 2015, 538-544.
- Ratiah. Transformasi Tenaga Pengajar Kearsah Dosen Bersertifikasi Pendidik: Analisis Deskriptif Dengan Regresi Logistik. Jurnal Account, Vol.5 No.2.2018, 841-848.
- Raudhoh dan Habib Muhamad. Pengaruh sertifikasi dan etos kerja terhadap kinerja dosen: studi ex post facto di IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Media Akademika Nomor 27, Volume 27, April 2012.
- Septiana, Lia. "Faktor-Faktor Penghambat Keanikan Pangkat Pejabat Fungsional Analisis Pegawai Pada

- Badan Kepegawaian Negara Pusat”. Jakarta. 2012.
- Sufi. 2017. *Dampak Kebijakan Sertifikasi Dosen Dalam Peningkatan Kinerja Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh*. Lhokseumawe: Unimal Press.
- Sumodiningrat, G. “*Ekonometrika Pengantar*”. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Widodo. *Mengatasi Keterlambatan Kenaikan Pangkat Guru*. Tesis. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Tidak diterbitkan. 2004.
- publikasi tulisan telah di hasilkan baik jurnal maupun proceeding. Selain itu untuk bidang pengabdian masyarakat pernah mendapatkan hibah PKM (Program Kemitraan Masyarakat) dari Kemenristekdikti dengan pengajuan dana tahun 2018 dan pelaksanaan di tahun 2019 yang berjudul “PKM Bagi Komunitas Usaha Kebon Pala Berseri Kecamatan Makasar Jakarta Timur”. Kegiatan lainnya pernah menjadi narasumber mengenai Penyusunan Buku Ajar, Workshop Penginputan Hibah Pengabdian Masyarakat di lingkungan Universitas Bina Sarana Informatika serta menjadi narasumber mengenai Pramuwisata dalam rangka pengelolaan Desa Wisata di desa Srijaya Tambun Bekasi bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata.

#### BIODATA PENULIS

**Ratiah**, Mengawali karir sebagai dosen di Prodi Manajemen Pajak Universitas Bina Sarana Informatika pada tahun 2008. Mengampu matakuliah Dasar Manajemen & Bisnis dan Manajemen Keuangan, memiliki beberapa jurnal, sudah memiliki JFA serta Sertifikasi dosen.

**Hartanti**, Dosen Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2008, mengajar mata kuliah Pajak dan Akuntansi, menulis beberapa jurnal dan sudah memiliki JFA serta sertifikasi dosen.

**Irwin Ananta Vidada**, Dosen Universitas Bina Sarana Informatika, mengawali karir sebagai dosen sejak tahun 2001 di Akademi BSI dan sejumlah perguruan tinggi lain serta struktur lembaga pelatihan bisnis di Jabodetabek maupun pengajar bimbingan belajar ternama di Indonesia. Mengajar matakuliah ekonomi/manajemen, pemerhati masalah-masalah syari’ah khususnya ekonomi syari’ah juga pengulas materi ilmiah seputar sumber daya manusia dan bisnis. Tulisanya bisa dilihat pada berbagai jurnal ilmiah dan prosiding. Memiliki JFA Lektor serta Sertifikasi dosen.

**Eka Dyah Setyaningsih**, mengajar di Universitas Bina Sarana Informatika sejak 2007 dan mengajar mata kuliah dalam bidang Akuntansi dan Pajak. Memiliki JFA Lektor dan sudah sertifikasi dosen. Beberapa

**Rina Oktaviani**, Dosen Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2009, mengajar matakuliah Pajak dan Akuntansi, memiliki beberapa jurnal.

## Determinan Perilaku Loyalitas Konsumen Indomaret Di Jakarta Barat

Debbie Aryani Tribudhi<sup>1</sup>, Soeharjoto<sup>2</sup>

Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

<sup>1</sup>debbie.aryani@trisakti.ac.id

<sup>2</sup>ryoto16@yahoo.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku loyalitas konsumen Indomaret di Jakarta Barat. Metode menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), dengan variabel independen *value equity*, *relationship equity*, *brand equity*, *positive emotions*, *negative emotions* dan variabel dependennya *loyalty intentions*. Sampel sebanyak 255, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand equity* terhadap *loyalty intentions*, *relationship equity* terhadap *loyalty intentions*, dan *positive emotions* terhadap *loyalty intentions*. Ada pengaruh yang negatif dan signifikan dari *negative emotions* terhadap *loyalty intentions*, sedangkan *value equity* terhadap *loyalty intentions* tidak berpengaruh. Dengan semakin banyak persaingan bisnis minimarket dan majunya digital teknologi, pihak Indomaret perlu melakukan inovasi dalam berbagai bidang dan melakukan kerjasama dengan pihak lain yang terkait, agar dapat tetap memiliki pembeli yang loyal.

**Kata Kunci:** *loyalty intentions*, *value equity*, *brand equity*, *relationship equity*, *positive emotions*, *negative emotions*.

### ABSTRACT

*Purpose of this study is to know about Indomaret customer loyalty behavior at West Jakarta. Structural Equation Models (SEM) methods with value equity, relationship equity, brand equity, positive emotions, negative emotions as a independent variable and loyalty intentions as a dependent variable. Result from 225 sample with purposive sampling technique shown that there are positive and significant influence between brand equity to loyalty intentions, relationship equity to loyalty intentions, and positive emotions to loyalty intentions. There is negative and significant influence from negative emotions to loyalty intentions, but there's no influence between value equity to loyalty intentions. Increasingly competitive business at minimarket sector and advancement of digital technology, Indomaret should have an inovation at lots of area and have cooperation with another related parties to have a loyal customer.*

**Keywords :** *loyalty intentions*, *value equity*, *brand equity*, *relationship equity*, *positive emotions*, *negative emotions*

*Naskah diterima: 24 Juli 2019, direvisi: 23 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Bisnis ritel di Indonesia berkembang pesat, sehingga persaingannya semakin ketat. Ritel yang berkembang ini, dibedakan menjadi dua kelompok, yakni tradisional dan modern (www.aprindo.org). Adanya pertumbuhan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup semakin membuat masyarakat menuntut kenyamanan dalam berbelanja, yang akhirnya terjadi pergeseran dari ritel tradisional ke modern.

Toserba Sarinah pada 1962 merupakan pemain pertama dalam bisnis ritel modern, kemudian pada awal 1990 SOGO sebagai peritel asing dari Jepang turut meramaikan bisnis ini, setelah itu dengan berdirinya Indomaret pada 1988 dan Alfamart pada 1999 perkembangan bisnis ritel semakin ramai. Apalagi untuk saat ini, semakin berkembangnya penggunaan uang elektronik di kalangan masyarakat, membuat peritel



perlu melakukan inovasi guna meningkatkan peluang pasar yang ada (Tribudhi, 2019). Asosiasi pengusaha retail Indonesia (APRINDO) pada 2018, memiliki beberapa daftar nama minimarket dan jumlah gerai di Indonesia (Tabel 1).

Tabel 1. Minimarket yang tercatat di Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia

Nama	Jumlah Gerai
Alfamart	15.526
Alfa Midi	1.451
Alfa Midi Super	13
Lawson	37
Indomaret	13.522
Circle K	110
Family Mart	100
Giant Express	108

Sumber : Aprindo, 2018

Usaha ritel merupakan penjualan dengan menggunakan layanan dalam berbagai bentuk (Wee dan Ng-Tang, 2005). Peraturan Pemerintah No. 112 tahun 2007, menetapkan ritel modern sebagai toko modern dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Minimarket merupakan bentuk perdagangan ritel yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga berlokasi dekat dengan pemukiman penduduk (Jones dan Simons, 1990). Kondisi ini, membuat pesebaran minimarket sampai ke pelosok, agar dapat mencapai target pasarnya. Namun, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat setempat yang akan berdampak pada peningkatan loyalitas, pihak minimarket perlu melakukan kerjasama dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), (Soeharjoto, 2019). Dari semua merek minimarket yang tercatat di Aprindo, terdapat dua mini market yang masuk dalam *top brand index* produk retail modern, yakni Alfamart sebesar 52,9 persen dan Indomaret sebesar 41, 7 persen pada 2018.

Merek yang kuat belum tentu memiliki jumlah gerai dan konsumen yang lebih banyak. Untuk itu, ritel modern perlu memiliki daya tarik agar konsumen akan datang lagi, yakni berupa kelengkapan kategori dan merek yang dijual, display yang menarik dan mudah dijangkau, ketersediaan barang dengan harga yang bersaing, serta pelayanan yang memuaskan (Andika dan Hati, 2017). Perlunya barang yang tersedia beragam, agar konsumen tetap setia dalam membeli produk, karena setiap konsumen mempunyai pilihan tersendiri terhadap produk yang akan dibeli (Qin dan Prybutok, 2010). Adapun dampaknya, konsumen dalam sikap menentukan keputusan pembelian barang, berdasarkan pengalaman yang di dapatkan selama berbelanja (Lovelock dan Wirzt, 2016). Padahal, pelanggan loyal memiliki kecenderungan untuk melakukan *switching cost* dan menunjang *strong word of mouth* (Bowen dan Chen, 2001).

Pada era globalisasi, dengan semakin banyaknya berbagai peritel yang menjual berbagai produk yang sama, akan membuat persaingan semakin ketat, sehingga peritel perlu memiliki daya saing, agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Indomaret merupakan pelopor yang membuat bisnis ritel menjadi booming di Indonesia, disamping itu juga memiliki pembeli yang loyal. Jakarta Barat merupakan daerah yang mempunyai jumlah penduduk terpadat, sehingga merupakan potensi pasar yang besar dalam mengembangkan bisnis ritel. Untuk itu, dilakukan penelitian determinan perilaku loyalitas konsumen Indomaret di Jakarta Barat.

#### KAJIAN LITERATUR

Konsumen yang melakukan belanja ritel, memiliki prinsip dasar dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam proses pengambilan keputusan yang terkait dengan pilihan terhadap ritel dan keputusan terhadap barangnya (Utami, 2010). Untuk itu, perusahaan perlu melakukan tindakan untuk menawarkan pada pihak lain sesuatu yang *intangibile* dan tidak menghasilkan

kepemilikan kepada pihak lain, berupa pelayanan (Kotler dan Keller, 2016). Aaker dan Keller (1990), mengungkapkan bahwa pelayanan yang baik akan meningkatkan nama perusahaan, sehingga akan berpengaruh positif pada respon konsumen terhadap barang dan jasa. Adapun hasilnya, akan berdampak pada sikap positif dari konsumen terhadap suatu objek, yang dapat membentuk komitmen berupa loyalitas (Mowen dan Minor, 1998).

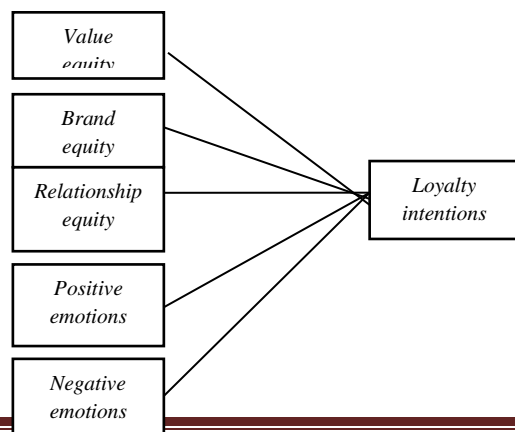
*Customer equity* merupakan aliran pendapatan perusahaan yang diharapkan dari konsumen untuk jangka panjang, sehingga perlu dilakukan penyatuan manajemen *customer value*, *brand* dan *relationship* atau *retention*, agar dapat dijadikan dasar untuk kerangka strategi yang baru, guna membangun program pemasaran, yakni dengan berfokus pada konsumen, sehingga dapat lebih di pertanggungjawabkan dan diukur secara finansial (Abadi et.al., 2013). Agar hal tersebut dapat tercapai, perlu adanya loyalitas dari konsumen. *Loyalty intention* merupakan disposisi psikologis pelanggan terhadap suatu objek (Lin dan Liu, 2011). Hal ini, terjadi karena konsumen dalam suatu situasi merupakan cerminan sikap positif terhadap merek atau perusahaan, bahkan akan menimbulkan niat untuk membeli kembali suatu merek dan juga merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

*Loyalty intention* dapat dipengaruhi oleh *value equity*, *brand equity*, *relation equity*, *positive emotion*, dan *negative emotions* (Razaq, et. al., 2017). *Value equity* menurut Ou et.al. (2017), merupakan penilaian obyektif pelanggan berdasarkan persepsi apa yang diserahkan untuk apa yang diterima tentang kegunaan barang atau layanan yang pelanggan konsumsi dan juga mencerminkan hasil perbandingan antara harapan dan kinerja perusahaan dimata pelanggan. Penelitian Razaq et.al (2017), mengungkapkan bahwa *brand equity* akan dapat lebih tinggi, apabila pelanggan memiliki persepsi yang unik, kuat dan memiliki persepsi yang diinginkan tentang merek tersebut. Merek juga akan memberikan nilai tambah dan bantuan dalam membedakan pesaing. Wu dan Batmunkh (2010),

mengungkapkan bahwa merek yang kuat dapat menjadi payung untuk meluncurkan produk baru, sehingga merek yang kuat dapat menjadi sebuah pertahanan dalam situasi krisis, untuk melindungi dari persaingan industri. Ou et.al. (2017), menjelaskan bahwa *relationship equity* merupakan keseluruhan penilaian konsumen terhadap kualitas pada, saat melakukan interaksi dengan perusahaan. Atas dasar timbal balik tersebut, konsumen yang memahami hubungan yang baik dengan perusahaan, cenderung peduli terhadap kesejahteraan perusahaan dan akan menghindari keputusan yang dapat merusak perusahaan. *Positive emotions* merupakan keadaan yang menyenangkan sementara, dengan intensitas reaksi perilaku yang tenang atau tiba-tiba, dapat juga terjadi dengan tingkat kesadaran yang relatif tinggi dan orientasi, yang terdefinisi dengan baik (Andries, 2011). Cavanaugh et.al. (2015), mengungkapkan bahwa *positive emotions* berfungsi untuk memperluas cakupan *attentional*, *cognitive*, dan *motivational* guna memungkinkan adanya perspektif dan pengalaman baru. Andries (2011), menyatakan bahwa *negative emotions* adalah keadaan tidak menyenangkan yang sementara dengan intensitas variabel atas reaksi perilaku yang tenang atau bisa saja tiba-tiba dengan tingkat kesadaran yang relatif rendah. *Negative emotions*, terkait dengan kebutuhan yang tidak terpenuhi, hambatan untuk mencapai tujuan, sehingga mengakibatkan frustrasi, manajemen emosional yang tidak efisien yang disebabkan oleh kapasitas seseorang yang rendah untuk berhubungan dengan kebutuhan dan emosi mereka sendiri dan juga pengetahuan diri yang tidak mencukupi, pemikiran negatif serta cenderung menganggap segala sesuatu mengancam atau berbahaya, merugikan, peristiwa traumatis, hukuman dan berkendala (Andries, 2011).

Penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen sudah dilakukan beberapa peneliti. Razaq et.al. (2017), membuktikan bahwa *value equity* berdampak positif terhadap *loyalty intentions*, yang artinya semakin tinggi persepsi akan meningkatkan manfaat atau kualitas yang diterima oleh konsumen, sehingga akan menciptakan niat

konsumen untuk loyal terhadap perusahaan. *Brand equity* berdampak positif terhadap *loyalty intentions*, yang berarti bahwa merek yang kuat, inovatif dan sesuai dengan ekspektasi konsumen akan meningkatkan komitmen konsumen dengan perusahaan (Lin dan Liu, 2011). *Relationship equity* akan berdampak positif terhadap *loyalty intentions*, yang menunjukkan bahwa konsumen akan merasakan adanya ikatan yang kuat dan perlakuan khusus yang diberikan perusahaan, sehingga akan membuat konsumen akan tetap bertahan dan terus melakukan pembelian ulang (Abadi et.al., 2013). *Positive emotions* akan memiliki dampak positif terhadap *loyalty intentions*, karena konsumen yang merasa senang atau puas terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan, memiliki efek yang konsisten, yaitu konsumen akan terus melakukan pembelian ulang atau menjadi loyal terhadap perusahaan, karena kualitasnya lebih dipercaya dibandingkan dengan mencoba kembali produk atau layanan perusahaan lain (Namkun dan Jang, 2010). *Negative emotions* akan berdampak negatif terhadap *loyalty intentions* dijelaskan oleh penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Razzaq et.al. (2017), yang mendukung bahwa konsumen dengan *negative emotions* akan memperlambat dan memperinci proses pengambilan keputusan, sehingga akan mengurangi niat konsumen yang sedang merasakan *negative emotions* ini untuk loyal terhadap perusahaan. Berdasarkan kajian literatur dan penelitian terdahulu, dapat dibuat kerangka pemikiran penelitian, yakni:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis:

- H<sub>1</sub>: *Value equity* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*,
- H<sub>2</sub>: *Brand equity* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*.
- H<sub>3</sub>: *Relationship equity* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*.
- H<sub>4</sub>: *Positive emotions* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*.
- H<sub>5</sub>: *Negative emotions* berpengaruh negatif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk mengetahui determinan perilaku loyalitas konsumen Indomaret di Jakarta Barat. Metodenya menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dengan skala likert yang berskala 1-5. dan pengumpulan sampel *non-probability sampling*, yakni menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan konsumen Indomaret yang pernah mengunjungi gerai Indomaret minimal 2 - 3 kali dalam sebulan, dengan jumlah sampel sebanyak 255. Variabel Independen yang digunakan *value equity*, *relationship equity*, *brand equity*, *positive emotions* dan *negative emotions* dan variabel dependennya *loyalty intentions*.

### PEMBAHASAN

Hasil responden diperoleh sebanyak 263 jawaban, namun terdapat 8 jawaban responden yang tidak sesuai dengan kriteria, sehingga yang layak untuk masuk ke tahap pengujian adalah sebanyak 255 responden. Karakteristik responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 157 responden (62 persen) dan sisanya laki-laki sebanyak 98 responden (38 persen). Paling banyak responden berumur 22 - 26 tahun, yakni sebanyak 136 responden (53 persen), berikutnya berumur 17 - 21 tahun sebanyak 112 responden (44 persen), dan yang berumur lebih dari 26 tahun sebanyak 7 responden (3

persen). Dari 255 responden, yang terbanyak merupakan karyawan yakni sebanyak 181 responden (71 persen), berikutnya mahasiswa sebanyak 68 responden (27 persen), dan pelajar sebanyak 6 responden (2 persen). Sebanyak 38 responden (15 persen) mengunjungi gerai sebanyak 2 -3 kali dalam sebulan, 86 responden (34 persen) mengunjungi gerai sebanyak 4-5 kali dalam sebulan, dan 131 responden (51 persen) mengunjungi gerai diatas 5 kali dalam sebulan.

Deskriptif variabel penelitian, dengan nilai rata-rata *value equity* adalah sebesar 3,83, sehingga menunjukkan bahwa Indomaret memiliki *value equity* yang baik dibenak para nasabahnya, seperti produk dan layanan yang ditawarkan adalah baik, fasilitas pendukung berada di tempat yang nyaman dan dapat ditemui dimana saja. *Brand equity* Indomaret memiliki merek yang kuat dan inovatif di benak para konsumennya. Konsumen merasakan adanya ikatan yang kuat dan juga manfaat yang baik dari Indomaret, serta adanya kecenderungan untuk merasa antusias pada saat mendengar informasi mengenai Indomaret, dengan nilai rata-rata *relationship equity* sebesar 3,61. *Positive emotions* responden mengungkapkan bahwa Indomaret memberikan pelayanan yang baik, sehingga konsumen merasakan perasaan *positive emotions*, seperti merasakan senang, antusias dan bahagia. *Negative emotions* responden yang pernah merasakan perasaan tidak menyenangkan mengenai produk dan pelayanan yang diberikan oleh Indomaret, seperti marah, sedih, kecewa, menyesal dan terganggu dengan pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 1,95. *Loyalty intentions* konsumen yang berniat untuk menjadi konsumen loyal, dengan cara tetap berbelanja atau melakukan transaksi di Indomaret, ketika minimarket lain menawarkan keuntungan yang lebih baik, dengan nilai rata-rata sebesar 4,07.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model* (SEM). Model persamaan SEM memungkinkan untuk melakukan pengujian suatu rangkaian hubungan yang relatif

kompleks secara simultan, serta perpaduan dari dua analisis, yakni analisis faktor dan analisis regresi. Menurut Hair et.al. (2010), syarat dari pengujian hipotesis yang dilakukan adalah dengan membandingkan p-value (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $p\text{-value} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika  $p\text{-value} \geq 0,05$  maka  $H_0$  gagal ditolak (diterima)

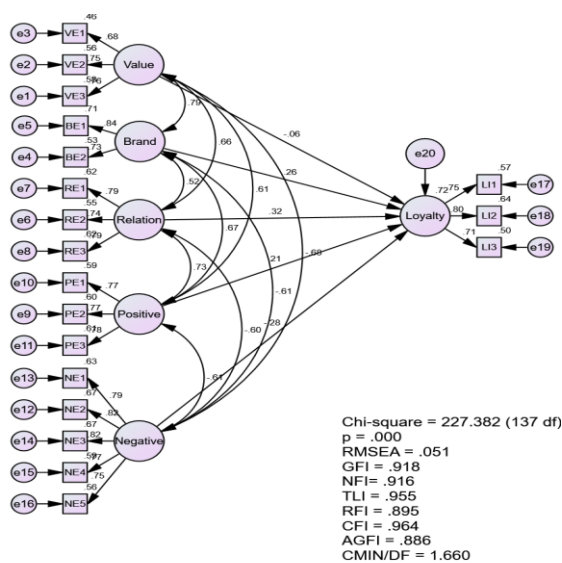
Pengujian kesesuaian model ini dilakukan dengan melihat kriteria pengukuran. Adapun hasil dari penelitian adalah:

Tabel 2. Hasil pengukuran kesesuaian (Goodness of Fit)

Pengukuran	Nilai	Indikator	Kesimpulan
Chi-Square	227,382	Diharapkan kecil	Poor Fit
P-Value	0,000	$\geq 0,05$	Poor Fit
Chi-Square			
RMSEA	0,51	$\leq 0,08$	Good Fit
GFI	0,918	$\leq 0,90$	Good Fit
NFI	0,916	$\leq 0,90$	Good Fit
TLI	0,955	$\leq 0,90$	Good Fit
RFI	0,895	$\leq 0,90$	Marginal Fit
CFI	0,964	$\leq 0,90$	Good Fit
AGFI	0,886	$\leq 0,90$	Marginal Fit
CMIN/DF	1,660	$< 2$	Good Fit

Sumber: Hasil data olahan

Berdasarkan nilai *goodness of fit* dari tabel 2, maka model yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi beberapa kriteria dari indikator yang ada. Dengan demikian model ini cukup layak untuk digunakan dalam penelitian. Adapun model yang terbentuk adalah:



Gambar 2. Model Struktural

Skema penelitian yang terbentuk berdasarkan *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis a	Estimate	P-value	Keputusan
Ha <sub>1</sub>	-0.065	0.0343	Ha <sub>1</sub> Ditolak
Ha <sub>2</sub>	0.291	0.0355	Ha <sub>2</sub> Diterima
Ha <sub>3</sub>	0.313	0.004	Ha <sub>3</sub> Diterima
Ha <sub>4</sub>	0.210	0.0465	Ha <sub>4</sub> Diterima
Ha <sub>5</sub>	-0.251	0.0005	Ha <sub>5</sub> Diterima

Sumber : Hasil data olahan.

Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh *value equity* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,686/2=0,343 > 0,05$ , dan nilai pengaruh *value equity* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $-0,065$ , yang artinya *value equity* tidak signifikan terhadap *loyalty intentions*. Nilai signifikansi pengaruh *brand equity* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,071/2=0,0355 < 0,05$  dengan nilai pengaruh *brand equity*

terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,291$ , yang berarti *brand equity* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty intentions*. Nilai signifikansi pengaruh *relationship equity* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,008/2=0,004 < 0,05$ , dengan nilai pengaruh sebesar  $0,313$ , yang berarti *relationship equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty intentions*. Nilai signifikansi pengaruh *positive emotions* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,093/2=0,0465 < 0,05$ , dengan nilai pengaruh sebesar  $0,210$ , yang artinya *positive emotions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty intentions*. Nilai signifikansi pengaruh *negative emotions* terhadap *loyalty intentions* sebesar  $0,001/2=0,0005 < 0,05$ , dengan nilai pengaruh sebesar minus  $0,251$ , yang berarti *negative emotions* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *loyalty intentions*.

*Value equity* tidak berdampak positif yang signifikan terhadap *loyalty intentions*. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya *value equity* terhadap Indomaret, yang ada dalam benak konsumen, tidak dapat menjamin konsumen tersebut akan loyal terhadap Indomaret, sehingga tidak berdampak positif. *Brand equity* dapat meningkatkan *loyalty intentions* konsumen terhadap perusahaan. Artinya, konsumen lebih mempercayai atau menggunakan merek yang kuat dan inovatif untuk dikonsumsi, dikarenakan merek tersebut lebih dipercaya dan telah diketahui reputasinya dikalangan masyarakat, sehingga konsumen tidak akan ragu untuk menjadi konsumen yang loyal. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Vogel et.al. (2008), memiliki hasil serupa, yang menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan dari *brand equity* terhadap *loyalty intentions*. Adanya ikatan dalam hubungan antara konsumen dengan perusahaan, sangatlah penting bagi tingkat loyalitas kepada perusahaan. Ketika konsumen telah merasa adanya ikatan yang kuat dan memperoleh manfaat dari perusahaan serta akan merasa antusias jika mendengar informasi mengenai perusahaan, sehingga konsumen akan meningkatkan niat

konsumen untuk tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramaseshan et.al. (2013), dimana dalam penelitiannya *relationship equity* berdampak positif terhadap *loyalty intentions*. Maka dari itu, dapat disimpulkan dengan semakin meningkatnya *relationship equity* yang dirasakan oleh konsumen, juga akan meningkat *loyalty intentions*, yang akan ditimbulkan oleh konsumen. *Positive emotions* dapat meningkatkan *loyalty intentions* konsumen terhadap perusahaan. Artinya, konsumen yang merasa bahagia, senang dan antusias ketika menggunakan fasilitas dari Indomaret, serta akan mempercayai perusahaan tersebut dan akan memiliki niat untuk menjadi konsumen yang loyal. *Negative emotions* dapat menurunkan tingkat *loyalty intentions* konsumen terhadap perusahaan. Dengan demikian, konsumen yang merasa kesal, kecewa, terganggu akan kualitas produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan akan membuat konsumen menjadi tidak menyukai perusahaan itu lagi dan akan mengurangi niat konsumen tersebut untuk menjadi loyal.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand equity* terhadap *loyalty intentions*, *relationship equity* terhadap *loyalty intentions*, dan *positive emotions* terhadap *loyalty intentions*. Ada pengaruh yang negatif dan signifikan dari *negative emotions* terhadap *loyalty intentions*, sedangkan value equity terhadap *loyalty intentions* tidak berpengaruh. Indomaret untuk meningkatkan loyalitas konsumen, agar dapat bersaing di bisnis ritel, perlu meningkatkan kualitas produk, fasilitas, layanan, komunikatif, inovatif dan melakukan kerjasama dengan pihak lain yang terkait.

#### **REFERENSI**

Andika, Heru dan Shinta Wahyu Hati. 2017. Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Mini Market Indomaret Dengan Alfamart di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 6(2).

Abadi, H. R. D., N. Kabiry and M. H. Forghani. 2013. Analyzing the Effect of customer Equity on Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 3(5).

Andries, Alina Maria. 2011. Positive and Negative Emotions Within The Organizational Context. *Global Journals of Human Social Science*. Vol. 11(1).

Aaker, David A. dan Kevin Lane Keller. 1990. Consumer Evaluation of Brand Extensions. *Journal of Marketing*. Vol. 54(1).

Bowen, J.T. and S. Chen. 2001. The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. No. 13(4/5).

Cavanaugh, Lisa A., James R. Bettman and Mary Frances Luce. 2015. Feeling Love and Doing More for Distant Others: Specific Positive Emotions Differentially Affect Prosocial Consumption. *Journal of Marketing Research*. Vol. 52(5).

Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin and R.E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.

Jones, Ken and Jim Simons. 1990. *Location Location Location Analyzing the Retail Environment*. Nelson. Canada.

Kotler, Philip and Kevin Keller. 2016. *Marketing Management*. Prentice Hall. US.

Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. 2016. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific Publishing. US.

- Lin, Yu-Li and Hsiu-Wen Liu. 2011. Service Worker Role in Encouraging Customer Equity: Dyadic Analysis. *INFORMS Marketing Science Conference*. June 9-11. Houston. USA.
- Mowen and Minor. 1998. Loyalty is a Simple. *Journal of Service Research*. Vol. 3(6).
- Namkung, Y. And Soo Cheong (Shawn) Jang. 2010. Effect of Perceived Service Fairness on Emotions, and Behavioral Intentions in Restaurants. *European Journal of Marketing*. Vol. 44(9/10).
- Ou, Yi-Chun., Peter C. Verhoef and Thorsten Wiesel Verhoef. 2017), The Effect of Customer Equity Drivers on Loyalty Across Service Industries and Firms. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 45(3).
- Qin, H and V.R. Prybutok. 2010. Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention in Fast Food Restaurant. *International Journal of Quality and Services Sciences*. Vol. 1(1).
- Razzaq, Zohaib., Salman Yousaf and Zhao Hong. 2017. The Moderating Impact of Emotions On Customer Equity Drivers And Loyalty Intentions Evidence Of Within Sector Differences. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 29(2).
- Ramaseshan, B., F. K. Rabbanee and L. T. H. Hui. 2013. Effects of customer equity drivers on customer loyalty in B2B context. *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 28 (4).
- Soeharjoto. 2019. Determinasi penyaluran kredit umkm di provinsi Kalimantan timur. *FORUM EKONOMI*. Vol. 21(2).
- Tribudhi, Debbie Aryani dan Soeharjoto. 2019. Determinasi transaksi dengan menggunakan uang elektronik di Indonesia. *KINERJA*. Vol. 16(1).
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel*. Salemba Empat, Jakarta.
- Vogel, Verena, Heiner Evanschitzky and B. Ramaseshan. 2008. *Journal of Marketing*. Vol. 72(6).
- Wee, Lyndia and Cyntia Ng-Tang. 2005. *Managing the Brick-and-Mortar Retail Stores*. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Wu, T. F. and M. U. Batmunkh. 2010. Exploring The Relationship Between Customer Equity and Satisfaction: An Empirical Study of Mongolian Gas Station Channels. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. Vol. 1 (2).

[www.aprindo.org](http://www.aprindo.org)

#### BIODATA PENULIS

**Debbie Aryani Tribudhi, SE, MM**, lahir di Jakarta pada 1973 dan sebagai dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti. Karya yang dihasilkan Determinasi transaksi dengan menggunakan uang elektronik di Indonesia (Jurnal KINERJA).

**Soeharjoto, SE, MSi**, lahir di Prabumulih pada 1970 dan aktif sebagai dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti. Beberapa karya yang dihasilkan pada jurnal ilmiah, dengan Scopus ID: 57203802994 dan SINTA ID : 5988889.

## **Implementasi Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Di Tangerang)**

Desy Tri<sup>1</sup>; Ani Rakhmanita<sup>2</sup>; Anggraini<sup>3</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika

<sup>1</sup>desy.dra@bsi.ac.id

<sup>2</sup>ani.ark@bsi.ac.id

<sup>3</sup>anggraini.ngg@bsi.ac.id

### **ABSTRAK**

Budaya Kerja Kaizen banyak memberikan perubahan yang sangat besar pada banyak perusahaan di Jepang. Kaizen berfokus pada perbaikan secara terus menerus. Strategi kaizen adalah manajemen harus memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Penyempurnaan dalam mutu, biaya, dan penjadwalan untuk memenuhi volume barang adalah hal yang sangat penting. Peningkatan produktifitas, proses kaizen tidak berhenti setelah perbaikan, dan diimplementasikan, tetapi setiap kemajuan akan disatukan sebagai standar prestasi kerja yang baru. Akan tetapi standar hari ini berlaku sampai ditemukan standar baru untuk perbaikan. Penelitian ini pada perusahaan manufaktur berasal dari Jepang yang bergerak di bidang industri pembuatan motor diesel, industri perakitan kendaraan bermotor serta industri komponen kendaraan yang berada di Tangerang. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan data berdasarkan faktor pendukung terhadap objek penelitian. Budaya kaizen pada perusahaan peneliti berfokus pada data historis penerapan budaya kaizen yang ada di perusahaan melalui hasil wawancara dan adaptasi budaya kaizen pada perusahaan dan implementasinya.

**Kata Kunci:** Budaya Kerja, Kaizen, Standarisasi Kaizen, Perbaikan terus-menerus.

### **ABSTRACT**

*The Kaizen Work Culture has made enormous changes to many companies in Japan.. Kaizen strategy is management that must satisfy customers and meet customer needs. Improvements in quality, cost, and scheduling to meet the volume of goods are very important. Increased productivity, the Kaizen process does not stop after repairs, and is implemented, but every progress will be incorporated as a new work performance standard. However, today's standards apply until new standards are found for repairs. This research is about manufacturing companies sent from Japan that are engaged in the manufacturing of diesel motors, the vehicle transportation industry and vehicle component industries in Tangerang. This study uses descriptive qualitative, which is collecting data based on the factors that support the object of research. Kaizen culture at the investigation company on historical data applying the kaizen culture in the company through the results of interviews and kaizen cultural adaptations to the company and its implementation.*

**Keywords :** Work Culture, Kaizen, Kaizen Standardization, Continuous Improvement.

*Naskah diterima: 27 Juli 2019, direvisi: 21 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*



## PENDAHULUAN

Kaizen dikenal di seluruh dunia sebagai metode terbaik untuk meningkatkan kinerja perusahaan karena penggunaan biaya paling rendah. Teknik ini telah dikenal untuk menyatukan karyawan perusahaan karena dapat memperbaiki komunikasi di antara mereka. Melihat fenomena global, persaingan antar perusahaan sangat ketat, sehingga setiap perusahaan membutuhkan nilai uniknya. Penggunaan teknik Kaizen, bisa mengubah kualitas pelayanan kepada klien. Teknik kaizen ini juga diketahui yang dapat meningkatkan perekonomian perusahaan melalui langkah-langkah kecil [Titu, 2010].

Beberapa negara berusaha menerapkannya Kaizen seperti negara pada budaya Amerika dan Eropa serta beberapa negara pada Asia, seperti China juga tertarik pada penerapan budaya yang berasal dari negara Jepang. Kaizen dianggap sebagai sebuah proses yang memiliki akhir di ujungnya. Padahal, Kaizen merupakan proses yang terus berkelanjutan. Kesalahpahaman ini membuat beberapa perusahaan di China menganggap mereka telah melalui transformasi Lean-Kaizen sehingga tidak perlu terlibat lagi pada kegiatan Kaizen [Shang & Pheng, 2013].

Kaizen merupakan sebuah proses perbaikan terus menerus berfokus dan terstruktur. Kesuksesan Kaizen membuat banyak perusahaan yang menerapkan Kaizen pada perusahaannya (Macpherson, 2015).

Pengurangan produk cacat dapat dilakukan dengan pengendalian kualitas mutu produk dalam peningkatan produktivitas karena jaminan kualitas merupakan factor dasar yang akan meningkatkan kepuasan konsumen. Pengendalian kualitas ini sangat diperlukan oleh perusahaan demi mempertahankan pangsa pasar atau bahkan dapat meningkatkan pangsa pasar yang ada, sehingga *market share* tetap eksis. Salah satu cara dalam pengendalian mutu produk adalah dengan meningkatkan kualitas proses produksi yang harus dijalankan secara terus menerus dan analisis dalam merumuskan penyebab kecacatan produk, dilakukan penanggulangan maupun pencegahan agar didapat pengurangan produk

cacat yang bisa meminimalkan kerugian [Wisnubroto, 2015].

Dasar pemikiran pengendalian kualitas produk adalah menemukan cara terbaik dan unggul dalam persaingan dengan menghasilkan kualitas pada setiap tahap industri. Kualitas setiap tahap industri bagi *middle management* ke atas diperlukan alat dalam menyelesaikan masalah dengan *total quality control* melalui gugus kendali mutu yang berada pada unit masing-masing manajer industri.

Perusahaan manufaktur berasal dari Jepang yang bergerak di bidang industri pembuatan motor diesel, industri perakitan kendaraan bermotor roda empat / lebih serta industri komponen kendaraan bermotor roda empat /lebih dan perlengkapannya. Berada di Tangerang sudah ada sejak tahun 1982 dan sudah menerapkan budaya kerja dari Jepang salah satunya Kaizen.

Berdasarkan latar belakang atas maka penulis melakukan penelitian dengan Implementasi Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur Di Tangerang.

## KAJIAN LITERATUR

Kaizen bukanlah konsep baru, pertama kali diperkenalkan pada akhir tahun 1950-an dan pada awal tahun 1960-an oleh para ahli seperti W.E. Deming dan J.M. Juran. Konsep Kaizen berorientasi pada proses, sedangkan jika dibandingkan dengan cara berpikir negara-negara Barat, lebih cenderung tentang pembaharuan yang berorientasi pada hasil [Chakraborty, 2013].

Filsafat kaizen menganggap bahwa cara hidup kita seperti kehidupan kerja atau kehidupan sosial mau-pun kehidupan rumah tangga hendaknya terfokus pada upaya perbaikan terus-menerus. Perbaikan dalam kaizen bersifat kecil dan terus menerus Budaya Kerja Kaizen telah banyak memberikan perubahan.

Budaya Kerja Kaizen telah banyak memberikan perubahan yang sangat besar pada banyak perusahaan di Jepang. Toyota. Perusahaan yang didirikan oleh Sakichi Toyoda ini, telah berkembang dan menempatkan dirinya menjadi perusahaan kelas papan atas di dunia. Bahkan, perusahaan

otomotif terkemuka dari Amerika Serikat (AS) seperti General Motor Corporation (GMC), Ford dan Chrysler menjadi ketakutan. Kendaraan merek Toyota dan brand Jepang yang lain, se-makin mampu menunjukkan dominasinya dan disambut baik oleh pangsa pasar di AS, dan dengan tren yang terus meningkat. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan asing (perusahaan barat) mulai melihat Budaya Kerja Kaizen sebagai budaya kerja yang juga sebaiknya mereka implementasikan pada perusahaan mereka [Stefanic, N, 2012].

Perbaikan Berkesinambungan (Kaizen) menurut [Wiratmani Elfitria, 2013] berarti perbaikan berkesinambungan. Istilah ini mencakup pengertian perbaikan yang melibatkan semua orang. Baik pada level puncak, manajer, maupun karyawan dengan biaya rendah. Filosofi kaizen berpandangan bahwa cara hidup kita dalam bekerja, berumah tangga maupun dalam kehidupan sosial hendaknya berfokus pada perbaikan secara terus menerus. Strategi kaizen adalah kesadaran bahwa manajemen harus memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan, bila ingin tetap hidup dan memperoleh laba. Penyempurnaan dalam mutu, biaya, dan penjadwalan untuk memenuhi volume barang adalah hal yang sangat penting. Kaizen adalah perbaikan yang bersifat kecil dan berangsur, namun proses kaizen mampu membawa hasil yang dramatis mengikuti waktu. Aspek penting dalam kaizen adalah mengutamakan proses demi penyempurnaan. Dengan kata lain inti dari kaizen adalah peningkatan produktivitas. Proses kaizen tidak berhenti setelah perbaikan berhasil diimplementasikan, tetapi setiap kemajuan akan disatukan sebagai standar prestasi kerja yang baru. Akan tetapi standar hari ini berlaku sampai ditemukan standar baru untuk perbaikan.

Dalam penerapannya, sebuah program kaizen yang dirancang dengan tepat dapat dibagi dalam tiga segmen, tergantung dari kerumitan dan tingkat kaizen tersebut, yaitu kaizen berorientasi pada manajemen, kaizen berorientasi pada kelompok, dan kaizen berorientasi pada perorangan.

Pertama, kaizen berorientasi pada manajemen adalah penopang utama

memusatkan perhatian pada logistik dan strategi yang terpenting. Pemeliharaan mengacu pada kegiatan yang ditujukan kepada pemeliharaan standar teknologi, manajerial dan operasi saat ini. Semakin tinggi kedudukan seorang manajer, semakin banyak ia terlibat dengan penyempurnaan. Manajemen Jepang percaya bahwa seorang manajer harus menggunakan sekurang-kurangnya 50% waktunya untuk penyempurnaan.

Kedua, kaizen berorientasi pada kelompok adalah sebagai rancangan tetap, dilaksanakan oleh gugus kendali mutu dan aktifitas kelompok kecil lainnya, yang menggunakan bermacam-macam alat statistik untuk memecahkan masalah. Rancangan permanen juga memerlukan siklus R-L-P-T (Rencana, Lakukan, Periksa, Tindakan) atau dalam bahasa Inggris dikenal istilah P-D-C-A (Plan, Do, Check, Action), menuntut karyawan untuk mengidentifikasi masalah dan penyebabnya, menganalisis, mencoba tindakan baru dan menerapkan standar baru serta prosedur baru.

Ketiga, kaizen berorientasi pada perorangan, adalah peranan karyawan yang dimanifestasikan dalam bentuk saran. Setiap saran yang dilaksanakan merupakan standar yang direvisi. Melalui sistem saran, karyawan dapat mengambil bagian dalam kaizen dan memegang peranan penting dalam meningkatkan standar. Sistem saran merupakan alat untuk menerapkan peribahasa bahwa seseorang harus bekerja lebih pintar, jika tidak mau bekerja keras.

Enam bidang yang berharga untuk dipertimbangkan oleh organisasi dalam usaha meraih tujuan melalui pengembangan sumber daya manusia dengan menggunakan Kaizen adalah [Cane, 2008] adalah :

1. Kebijakan perekrutan dan seleksi yang melibatkan semua karyawan.
2. Peresmian program yang melibatkan perusahaan, departemen tim dan anggota secara individual.
3. Program pendidikan dan pengembangan yang terus berlangsung

sehingga memberikan dorongan kepada semua karyawan untuk memiliki berbagai keahlian serta membantu mereka untuk sepenuhnya mewujudkan potensi.

4. Sistem penilaian yang mengembangkan manusia dan meningkatkan kerjasama diantara mereka.
5. Sistem penghargaan yang memotivasi dan tidak terpisah-pisah.
6. Program tanpa henti untuk peningkatan yang terus-menerus (Kaizen) yang meningkatkan setiap bidang pekerjaan dan melibatkan semua orang.

Inti Kaizen: mengoptimalkan biaya dan waktu untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. 5S(Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu dan Shitsuke) merupakan “Intisari untuk Kaizen”. Rencana lima langkah ini sering puladisebut gerakan lima-S (5-S):

**Seiri** berarti kegiatan untuk menyingkirkan atau membuang barang-barang yang tidak diperlukan dan juga memilah dan mengelompokkan barang-barang sesuai dengan jenis dan fungsinya.

**Seiton** berarti menyusun atau meletakkan bahan dan barang sesuai dengan tempatnya agar mudah ditemukan kembali atau dijangkau bila diperlukan.

**Seiko** berarti membersihkan semua fasilitas dan lingkungan kerja dari kotoran serta membuang sampah pada tempatnya.

**Seikuetsu** berarti kegiatan menjaga kebersihan pribadi dan juga selalu mematuhi ketiga tahapan diatas (*seiri, seiton, seiko*).

**Shitsuke** berarti membentuk sikap untuk memenuhi atau mematuhi aturanaturan dan disiplin mengenai kebersihan dan kerapian terhadap peralatan dan tempat kerja. Dalam pembiasaan sasaran yang ingin dicapai adalah pembentukan sikap mandiri, system pengakuan terhadap tempat kerja yang telah berhasil melaksanakan 4S dengan sukses[Herjanto, 2010].

## METODE PENELITIAN

Implementasi Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur Di Tangerang ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena dibutuhkan suatu kajian mendalam pada latar alamiah atau konteks dari suatu keutuhan (*entity*) sebagai sumber data. Penelitian yang bersifat kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah[Sugiono, 2012].

Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisa faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya[Arikunto, 2010].

Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahamanyang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial[Iskandar, 2009].

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara. Esterberg dalam [Sugiono, 2012] wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk melakukan pertukaran informasi dan ide melalui pertanyaan dan jawaban, yang menghasilkan sebuah komunikasi dan bersama-sama membentuk sebuah makna akan sebuah atau suatu topik tertentu. Dengan kata lain sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara.

Penelitian dengan judul Implementasi Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan menelaah [Putra dkk, 2018]

1. Proses penerapan budaya kaizen pada perusahaan peneliti berfokus pada data historis penerapan budaya kaizen yang ada di perusahaan melalui hasil wawancara.
2. Adaptasi budaya kaizen pada perusahaan. Peneliti berfokus pada adaptasi yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan komponen

## PEMBAHASAN

Tujuan dari kaizen antara lain adalah untuk meningkatkan tiga parameter: kualitas, biaya, dan penyerahan atau dapat disebut QCD (*quality, cost, delivery*)[Karas, 2016]. Berikut

ini hasil penelitian dengan Implementasi Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur Di Tangerang pada divisi logistik.

Pada pengaturan file dokumen di kantor secara umum sebelum kaizen Pengaturan dokumen tidak rapi dan berantakan sehingga perlu waktu untuk mencari file, menyebabkan lamanya pengerjaan administratif. Namun setelah adanya *improvement* dalam pengerjaan kaizen dokumen disusun sesuai jenis dan diberi label sehingga tidak perlu waktu lama untuk mendapatkan file dan tatanan dalam penyusunan lebih rapi dan teratur.

Dalam penerimaan Tamu sebelum adanya kaizen ruang tunggu sopir kurang nyaman, tempat duduk seadanya, tidak ada ac, terdapat diluar bangunan, meja kursi yang sudah usang menyebabkan sopir malas untuk melakukan service kendaraan di *workshop*, sehingga pekerjaannya tidak efisien. Namun setelah kaizen ruang tunggu sopir dibuat nyaman, terdapat didalam ruangan ber ac, ada sofa dan tempat duduk yang nyaman, ada tempat untuk beristirahat, ada televisi yang digunakan agar dalam menunggu kendaraan sehingga tidak jenuh dengan waktu yang singkat sopir dapat efisien dalam dalam kinerjanya.

Alat dan perlengkapan yang ada ketika mengecek mesin diperlukan *manpower* empat sampai lima orang karena satu orang yang bagian operator, dan yang lain bagian teknisi untuk memberikan arahan dan waktu yang diperlukan adalah 90 menit dalam mengerjakan pekerjaan ini. Namun ketika adanya kaizen cukup dengan *engine stand* hanya membutuhkan waktu 60 menit saja dalam mengecek mesin dan dibutuhkan dua orang saja dalam hal teknis yang mengecek mesin. Tentunya dengan hal ini lebih efisien dan praktis dalam pengerjaannya.

Ketika pengisian oli sebelum kaizen oli dibawa secara manual dengan tempat yang disediakan diambil dalam drum yang ada dan dibawa ke tempat lokasi pengisian oli sehingga banyak oli

tercecer dilantai selama dibawa mekanik. Sehingga ada pengerjakan lagi yaitu untuk pembersihan lantai karena tercecer oli. Waktu yang diperlukan untuk pengerjakaan ini adalah 6 menit dan dibutuhkan dua orang untuk mengerjakan pengisian oli tersebut. Namun setelah kaizen dibuatkan selang yang langsung terhubung dengan drum, dan selang tersebut langsung dialirkan ke tempat mekanik pengisian oli, sehingga tidak perlu lagi mengambil oli langsung dari drum, cukup kran yang terhubung dengan drum oli yang terdekat sehingga tidak ada tercecer oli di lantai, tidak ada pembersihan lantai bekas oli tercecer, hanya dibutuhkan satu orang mekanik yang mengerjakan dan cukup dua menit pengerjaan pengisian oli tersebut.

Dalam hal visualisasi dari progres pekerjaan untuk mengontrol pekerjaan, sebelumnya pengontrolan unit secara harian masih manual menggunakan white board dan setiap pekerjaan ditulis manual dengan tanggal dan pekerjaan yang dilakukan, tetapi tidak ada *cek list progress* pekerjaan yang akan dikerjakan, waktu *time limit* pengerjaan bagi customer dan tidak ada waktu untuk kapan mekanik menyelesaikan pekerjaan. Setelah adanya kaizen setiap pekerjaan telah dibuat sistem pekerjaan, dalam sebuah aplikasi sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja langsung dapat di input dalam sistem tersebut sehingga dapat terlihat progress pekerjaan yang telah dilakukan, terlihat waktu lama pengerjaannya, mekanik jadi dapat terkontrol kapan penyelesaian pekerjaan, petugas service dapat menjawab ke customer mengenai waktu perbaikannya.

Berikut ini adalah implementasi dalam kinerja kaizen sebelum dan sesudah kaizen

1. Pengaturan file dan dokumen di kantor



2. Penerimaan Tamu



3. Alat dan perlengkapan



4. Alat dan perlengkapan



5. Kontrol pekerjaan



Gambar 1  
Implementasi Kaizen

Kaizen yang dianggap sebagai kunci daya saing perusahaan, beberapa perusahaan telah mengaplikasikan konsep tersebut melalui partisipasi karyawan dalam skema perbaikan saran, sementara yang lain menggunakannya sebagai sekelompok strategi dan alat untuk mengurangi pemborosan. Berikut ini adalah implementasi kaizen pada perusahaan manufaktur pada *safety kaizen*, sehingga yang difokuskan adalah keselamatan dalam bekerja, sehingga menghindari kecelakaan kerja.

Ketika sedang memperbaiki mesin dengan mesin las sebelum kaizen mekanik melakukan las hanya memakai kaca mata pelindung saja, namun setelah adanya kaizen mekanik diharuskan memakai jaket pelindung, dan helm pelindung. Semua ini dilakukan untuk keaamanan dalam bekerja sehingga *safety first*.

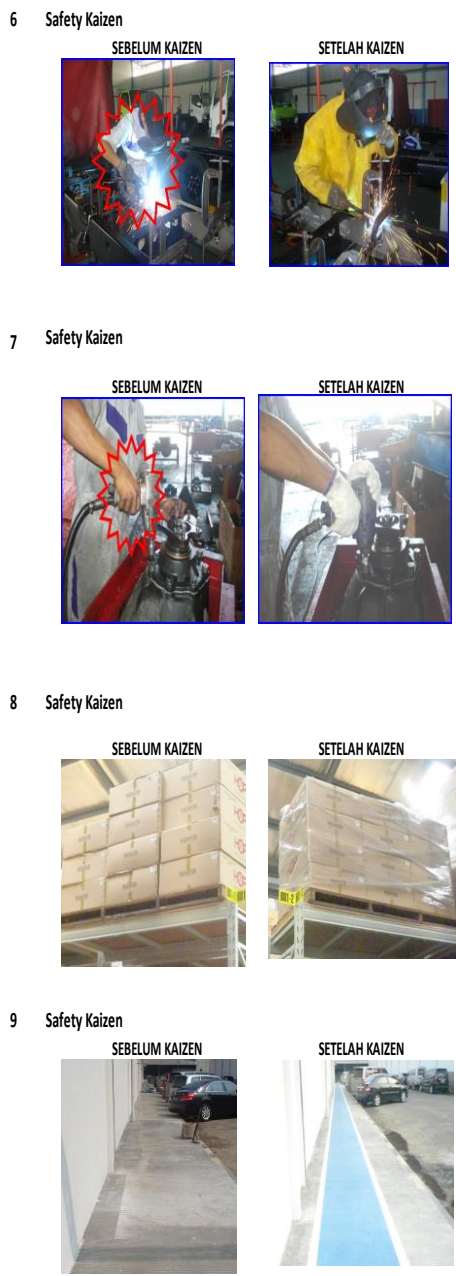
Dalam meminimalisir kecelakaan kerja, mekanik sebelum adanya kaizen tidak memakai sarung tangan dalam pengerjaan perbaikan mesin sehari-hari. Namun dengan adanya kaizen mekanik diharuskan memakai sarung tangan sehingga dalam melakukan kegiatan perbaikan aman dalam bekerja. Sebelum kaizen penyimpanan barang di gudang, hanya diletakan saja dengan box tanpa pelindung lainnya, namun setelah adanya kaizen ada perbaikan bahwa penyimpanan di gudang dengan box dilindungi lagi dengan *wrapping* plastik sehingga, lebih tahan lama, tidak mudah usang, tidak terkena debu, tentunya barang yang disimpan lebih bagus kualitasnya karena penyimpanan yang aman.

Pedestrian (hak untuk pejalan kaki) sebelumnya tidak ada batas mana untuk pejalan kaki atau untuk perlintasana forklip atau mobil, sehingga, pekerja yang akan berjalan, bisa dimana saja, namun resikonya adalah jika terjadi perlintasan kendaraan akan terjadi kecelakaan kalau pejalan kaki tidak hati-hati. Untuk meminimalisasi kecelakaan pejalan kaki ini, dibuat *pedestrian line* tempat dimana pejalan kaki lewat, dibedakan dengan jalan kendaraan atau forklip, disini ada blok hijau, sepanjang pabrik untuk para pejalan kaki lewat, sehingga pejalan kaki yang lewat tidak risau lagi melintas jalan karena ini merupakan hak pejalan kaki, dan mobil akan berhati-hati ketika melewati lintasan pejalan kaki. Inilah

improvement yang dibuat dengan Kaizen dalam pedestrian.

**PENUTUP**

Kaizen adalah perbaikan yang bersifat kecil dan berangsur, namun proses kaizen mampu membawa hasil yang dramatis mengikuti waktu. Aspek penting dalam kaizen adalah mengutamakan proses demi penyempurnaan, kaizen adalah peningkatan produktifitas. Proses kaizen tidak berhenti setelah perbaikan berhasil diimplementasikan, tetapi setiap kemajuan akan disatukan sebagai standar operasional kerja yang baru. Akan tetapi standar hari ini berlaku sampai ditemukan standar baru untuk perbaikan (Wiratmani, 2013). Kesimpulan dari implementasi kaizen dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di Tangerang. Arsip penyusunan dokumen disusun sesuai jenis dan diberi label sehingga tidak perlu waktu lama untuk mendapatkan file dan tatanan dalam penyusunan lebih rapi dan teratur. Ruang tunggu sopir dibuat nyaman, terdapat didalam ruangan ber ac, ada sofa dan tempat duduk yang nyaman, ada tempat untuk beristirahat, ada televisi yang digunakan agar dalam menunggu kendaraan sehinga tidak jenuh dengan waktu yang singkat sopir dapat efisien dalam dalam kinerjanya. Penggunaan *engine stand* hanya membutuhkan waktu 60 menit saja dalam mengecek mesin dan dibutuhkan dua orang saja dalam hal teknis yang mengecek mesin. Tentunya dengan hal ini lebih efisien dan praktis dalam pengerjaannya. Pengisian oli dengan selang yang langsung terhubung dengan drum, dan selang tersebut langsung dialirkan ke tempat mekanik pengisian oli, sehingga tidak perlu lagi mengambil oli langsung dari drum, cukup kran yang terhubung dengan drum oli yang terdekat sehingga tidak ada tercecer oli di lantai, tidak ada pembersihan lantai bekas oli tercecer, hanya dibutuhkan satu orang mekanik yang mengerjakan dan cukup dua menit pengerjaan pengisian oli tersebut. Adanya sistem pekerjaan, dalam sebuah aplikasi sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan oleh



Gambar 2 Implementasi Safety Kaizen

pekerja langsung dapat di input dalam sistem tersebut sehingga dapat terlihat progress pekerjaan yang telah dilakukan, terlihat waktu lama pengerjaannya, mekanik jadi dapat terkontrol kapan penyelesaian pekerjaan, petugas service dapat menjawab ke customer mengenai waktu perbaikannya. Mekanik diharuskan memakai jaket pelindung, dan helm pelindung. Semua ini dilakukan untuk keamanan dalam bekerja sehingga *safety first*. Mekanik diharuskan memakai sarung tangan sehingga dalam melakukan kegiatan perbaikan aman dalam bekerja. Penyimpanan di gudang dengan box dilindungi lagi dengan *wrapping* plastik sehingga, lebih tahan lama, tidak mudah usang, tidak terkena debu, tentunya barang yang disimpan lebih bagus kualitasnya karena penyimpanan yang aman. Untuk meminimalisasi kecelakaan pejalan kaki ini, dibuat *pedestrian line* tempat dimana pejalan kaki lewat, dibedakan dengan jalan kendaraan atau forklip, disini ada blok hijau, sepanjang pabrik untuk para pejalan kaki lewat, sehingga pejalan kaki yang lewat tidak risau lagi melintas jalan karena ini merupakan hak pejalan kaki, dan mobil akan berhati-hati ketika melewati lintasan pejalan kaki. Inilah *improvement* yang dibuat dengan Kaizen dalam pedestrian. Perusahaan manufaktur ini sudah mengenal dan mengimplemtasikan budaya kerja Kaizen sejak perusahaan berdiri. Untuk penerapan Standarisasi Kaizen perusahaan manufaktur ini telah menerapkannya dengan sangat baik dan adaptasi bagi lingkungan karyawan baik karena terbukti bahwa implementasi Kaizen banyak membantu pekerjaan sehingga lebih mudah dan lebih *safety* dan mengurangi pemborosan baik waktu maupun material,

## REFERENSI

- Arikunto S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Cane S. 2008. *Kaizen Strategies for winning through people*. Ahli bahasa Martin Widjogko, editor. Batam: Interaksra.
- Chakraborty A. 2013. Importance of kaizen concept in medium manufacturing enterprises. *Journal of Management Strategy (IJMS)* Vol 4 no.3. <https://www.scribd.com/document/217768999/Kaizen-Paper>.
- Herjanto E. 2010. *Manajmen Operasi, Ketiga*. Jakarta: Grasindo.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada.
- Karas, Elsbieta., Smietanski, Roman., Cilan TF. 2016. Employee Assessment of Kaizen Implementation in Industrial Enterprise. *Acta Tech. Corviniensis-Bulletin Engineering*. Vol. 9 No 4. <https://web.a.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=20673809&AN=118805837&h>
- Putra Novaldi MM. 2018. Analisis Penerapan Budaya Kaizen pada Perusahaan Joint Venture ASN Jepang di Indonesia (Studi Pada PT X). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.57 No.1. <https://www.scribd.com/document/415153150/2371-9463-1-PB>
- Shang G & L S Pheng. 2013. Understanding the aplication of kaizen. *Journal Technology Management in China*. Vol 8 NO 1. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTMC-03-2013-0018/full/html>
- Stefanic, N, Tosanovic M& HM. 2012. Kaizen Workshop as an important element of continous improvement process. *Journal of Industrial Engineering and Management* Vol 3 No 2.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Titu, M.A.c O and DG. 2010. Applying the kaizen method and the 5S technique in the activity of post-sale services in the knowlage base organization. Proceeding of International Multi Conference of Engineering Computer Scientis. [http://www.iaeng.org/publication/IMECS2010/IMECS2010\\_pp1863-1867.pdf](http://www.iaeng.org/publication/IMECS2010/IMECS2010_pp1863-1867.pdf) selama 10 tahun. Sekarang aktif sebagai dosen di UBSI Bogor dari sejak 2010 sampaisekarang.
- Wiratmani Elfitria. 2013. Analisis Implementasi metode 5S untuk pemeliharaan stasiun kerja proses silk printing di PT Mandom Indonesia Tbk. Factor Exacta Vol 6 No.4. [https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor\\_Exacta/article/viewFile/241/227](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/viewFile/241/227)
- Wisnubroto P& RA. 2015. Pengendalian Kualitas produk dengan kaizen serta new seven tools sebagai usaha pengurangan kecacatan produk. Jurnal Teknology. Vol 8 N01. <https://www.scribd.com/document/413935169/1114-Article-Text-1759-1-10-20190318-2-pdf>

### **Biodata Penulis**

**Desy Tri Anggarini, SE, MM.** lahir di Semarang, 25 Desember 1978. Lulusan S1 Fakultas Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang dan S2 Magister Manajemen Universitas Trisakti Jakarta. Mengajar sebagai dosen di Universitas BSI sejak 2011 sampai sekarang.

**Ani Rakhmanita,** 26 Juli 1981. Lulusan Universitas Khrisna Dwipayana jurusan Akuntansi. Mengajar sebagai dosen di Universitas BSI sampai sekarang

**Anggraini, M.Pd** lahir di Sawahlunto, 19 Desember 1985. Lulusan dari STKIP Kusuma Negara Jakarta Progra studi Pendidikan Bahasa Inggris and Pasca Sarjana Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Program Magister Pendidikan Bahasa Inggris. Sudah mengajar



## **Aspek Kepemimpinan Dan Kompetensi Aparatur Birokrasi Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Kinerja**

**Andi Riyanto**

Universitas Bina Sarana Informatika, andi.iio@bsi.ac.id

### **ABSTRAK**

Sumber daya manusia mempunyai peran utama dalam setiap kegiatan organisasi. Walaupun di dukung dengan sarana dan prasarana serta sumber dana yang berlebihan, tetapi tanpa dukungan sumber daya manusia yang andal, kegiatan di organisasi publik khususnya pada Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, Kawasan Pemukiman & Pertanahan (PUPRPKPP) Kota Sukabumi tidak akan terselesaikan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia merupakan kunci pokok yang harus diperhatikan dengan segala kebutuhannya. Sebagai kunci pokok, sumber daya manusia akan menentukan keberhasilan pelaksanaan kegiatan Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi. Penelitian dilakukan di Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana dampak kepemimpinan dan kompetensi aparatur birokrasi terhadap peningkatan kinerja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Responden penelitian adalah aparatur di Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi sebanyak 518 orang sebagai populasi, selanjutnya sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 47 pegawai yaitu aparatur di Dinas PUPRPKPP Bidang Bina Tata Bangunan. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen yang berbentuk angket, untuk variabel kepemimpinan, kompetensi dan kinerja. Instrumen di analisis dengan menggunakan uji reliabilitas, uji validitas dan uji normalitas. Data penelitian dianalisis menggunakan teknik korelasi dan persamaan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak yang positif antara kepemimpinan dan kompetensi secara simultan terhadap kinerja.

**Kata Kunci :** Kepemimpinan, Kompetensi, Aparatur Birokrasi, Kinerja.

### **ABSTRACT**

*Human resources have a major role in every organization's activities. Although supported by facilities and infrastructure as well as excessive funding sources, but without the support of reliable human resources, activities in public organizations, especially at the Public Works Office, Spatial Planning, Housing, Settlement & Land Areas (PUPRPKPP) Sukabumi City will not be completed with well. This shows that human resources are the main key that must be considered with all their needs. As a key point, human resources will determine the successful implementation of Sukabumi City PUPRPKPP activities. The research was conducted at the PUPRPKPP Sukabumi City Office. The purpose of this study was to determine the extent of the impact of bureaucratic apparatus leadership and competencies on improving performance. The research method used was a survey method. The research respondents were apparatus in the PUPRPKPP Office of Sukabumi City with a total of 518 people as a population, then the sample was taken using a purposive sampling method of 47 employees, namely apparatus in the PUPRPKPP Office of Building Management as many as 47 employees. Data collection techniques using instruments in the form of a questionnaire, for the variables of leadership, competence and performance. The instruments were analyzed using the reliability test, validity test and normality test. Research data were analyzed using correlation techniques and regression*

*equations. The results showed that there was a positive impact between leadership and competency simultaneously on performance.*

**Keywords:** *Leadership, Competencies, Bureaucracy Apparatus, Performance.*

*Naskah diterima : 21 Agustus 2019, direvisi: 26 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Era perubahan dan kompleksitas yang cepat, termasuk kebutuhan untuk mengembangkan bakat manajerial semakin jelas (Day, Harrison, & Halpin, 2012). Dasawarsa ini, organisasi publik menyaksikan dua reformasi utama selama dekade terakhir. Pertama, manajemen publik bertujuan agar sektor publik berevolusi dari organisasi birokrasi menuju yang lebih akuntabel, efisien dan kurang terpusat (Walker, Boyne, & Brewer, 2010). Kedua, tata kelola organisasi publik baru menghasilkan organisasi publik dengan yang lebih kuat penekanannya pada kompetisi dan tanggung jawab terhadap pengguna layanan publik tersebut (Osborne, 2006). Begitupun di Indonesia, tuntutan pasca reformasi yang digulirkan menciptakan perubahan yang sangat mendasar terhadap tata kelola organisasi publik, dalam hal ini pemerintahan dan dimensi kehidupan birokrasi. Dalam proses pelaksanaan pemerintahan daerah sesuai dengan amanat pembukaan Undang-undang Dasar 1945 tercermin dalam bentuk keberadaan pemerintahan ditingkat lokal. Dengan berlakunya undang-undang pelaksanaan pemerintahan daerah yaitu Undang-Undang No 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang saat ini telah diperbaharui dengan Undang-Undang No 32 Tahun 2004 memberikan suatu fenomena baru dan angin segar bagi pemerintah daerah dalam menyelenggarakan fungsi pemerintahan. Terjadinya transisi pemerintahan yang berkali-kali, menyebabkan terjadinya perubahan sistem dan struktur pemerintahan baik di pusat maupun di daerah. Untuk menghadapi perubahan tersebut Pemerintah Kota Sukabumi berkewajiban meningkatkan kemampuan aparatur pemerintahannya di berbagai bidang. Antara lain peningkatan faktor-faktor kemampuan sumber daya manusianya seperti kepemimpinan dan peningkatan kompetensi dari Aparatur Sipil Negara itu sendiri. Hal ini sesuai dengan tujuan capaian sasaran pembangunan nasional, dimana dasar yang terpenting adalah pengelolaan dan pengembangan

Sumber Daya Manusia (SDM) Aparatur Sipil Negara (ASN) yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan (Brodjonegoro, 2018). Pengelolaan dan pengembangan SDM sejalan dengan perkembangan masyarakat saat ini, yang mana tuntutan akan kualitas pelayanan publik dari ASN harus meningkat. Birokrasi yang diharapkan mampu menjadi motivator dan sekaligus menjadi katalisator dari bergulirnya pembangunan, tidak hanya mampu menjalankan perannya sebagai birokrasi modern dan tidak hanya mengedepankan kemampuan menyelenggarakan tugas dan fungsi organisasi saja tetapi juga dituntut harus mampu merespons aspirasi publik ke dalam kegiatan dan program organisasi dan mampu melahirkan inovasi baru yang bertujuan untuk mempermudah kinerja organisasi dan sebagai bagian dari wujud aparat yang profesional (Riyanto, 2014). Masyarakat bukan hanya mempersoalkan terpenuhinya atau tidaknya kebutuhan akan jasa dan layanan publik, akan tetapi mempertanyakan mutu dan kualitas layanan publik yang mereka terima dari pemerintah. Untuk memenuhi tuntutan pelayanan dengan kualitas yang ditentukan oleh masyarakat sebagai pelanggan, maka pemerintah dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Namun dalam kenyataannya aparat pemerintah umumnya belum sadar mengenai posisinya sebagai pelayan masyarakat dan juga filosofi pelayanan itu sendiri. Ini terlihat dari kondisi riil kualitas ASN yang masih belum optimal dalam mendukung kinerja pemerintah. Dari 4,5 juta orang jumlah ASN di Indonesia, 38 persen ASN hanya memiliki kemampuan administrasi umum atau juru ketik. Sementara itu, 37 persen adalah guru, dan sisanya dari sektor profesional dan sebagainya (Abnur, 2018). Kepemimpinan dalam organisasi telah dipahami dan dianggap sebagai suatu hal yang sangat berperan dan mempengaruhi seluruh aspek organisasional baik secara langsung maupun tidak langsung. Artinya keberadaan dan tindakan para pemimpin menentukan keberhasilan kegiatan-

kegiatan dalam organisasi tersebut. Banyak penelitian juga telah membuktikan bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap perilaku para pegawai, hubungan diantara mereka dan kondisi lingkungan kerja. Pentingnya kepemimpinan ini bahkan diyakini sebagai *prime enabler* atau faktor utama yang memungkinkan fungsi-fungsi organisasi berjalan, dalam *excellence business model* yang dibuat oleh *European Foundation for Quality Management* (Storey, 2004). Kepemimpinan harus dijalankan menggunakan gaya kepemimpinan yang tepat, yaitu yang dapat diikuti dan dipatuhi serta memberi motivasi kepada para pengikutnya, dan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Hal ini menandakan bahwa posisi atau jabatan-jabatan strategis dalam organisasi, harus diisi oleh para pegawai yang benar-benar mampu dan berkomitmen menjalankan kepemimpinannya. Sepenuhnya harus disadari manfaat membangun kapasitas kepemimpinan, organisasi harus berkembang melampaui fokus yang membatasi hanya pada satu kepemimpinan formal, dan pegawai berpotensi besar, yang membuat pengaruhnya terbatas. Sebaliknya, organisasi harus mengidentifikasi cara untuk meningkatkan kapasitas untuk gaya kepemimpinan dan pengaruh kepemimpinan tersebut terhadap pegawai di lingkungan organisasi birokrasi (Scott, Jiang, Wildman, & Griffith, 2018). Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas tersebut banyak hal yang mempengaruhinya diantaranya adalah faktor pemimpin dan kemampuan yang dimiliki pegawai itu sendiri sebagai pemberi layanan. Namun dalam kenyataannya aparat pemerintah umumnya belum sadar mengenai posisinya sebagai pelayan masyarakat dan juga filosofi pelayanan itu sendiri. Tujuan dari riset ini untuk mengetahui *impact* kepemimpinan terhadap kinerja aparatatur Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, Kawasan Pemukiman & Pertanahan (PUPRPKPP) Kota Sukabumi, untuk mengetahui dampak kompetensi terhadap kinerja aparatatur Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi dan untuk mengetahui dampak kepemimpinan dan

kompetensi aparat secara simultan terhadap kinerja aparatatur Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi.

## KAJIAN LITERATUR

### Kepemimpinan

Tinjauan berbagai literatur kepemimpinan mengungkapkan serangkaian teori 'aliran pemikiran' yang berevolusi dari teori "Great Man" dan "Trait" ke kepemimpinan "Transformasional". Sementara teori awal cenderung berfokus pada karakteristik dan perilaku para pemimpin yang sukses, teori kemudian mulai mempertimbangkan peran pengikut dan sifat kontekstual kepemimpinan (Bolden, Gosling, Marturano & Dennison, 2003). Maka itu kepemimpinan terjadi ketika pemimpin dan pengikut dapat mengembangkan hubungan yang efektif (kemitraan) yang menghasilkan pengaruh tambahan (Uhl-bien, 2006). Hal ini sejalan dengan beberapa teori kepemimpinan yang sudah diakui dan akan terus menarik minat terhadap beberapa faktor teori pendukung kepemimpinan seperti teori neokarismatik, pemrosesan informasi, sifat, dan teori pertukaran antara pemimpin-pengikut (Dinh et al., 2013). Hubungan pemimpin-pengikut dalam organisasi dapat meningkatkan kinerja organisasi tersebut, salah satunya dengan memberikan *reward* kepada bawahan berupa promosi jabatan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Junaidi & Susanti, 2019).

Cara memimpin yang merupakan pola konsisten dari seorang pemimpin digambarkan dalam teori tiga (3) dimensi sebagai berikut :

1. *Task Orientation*, gaya seorang pemimpin dapat dilihat dari kualitas keinginannya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.
2. *Relationship Orientation*, tipe pemimpin dapat juga dilihat dari kualitas perhatiannya terhadap hubungan dengan orang lain, baik hubungan dengan atasannya, dengan koleganya yang setingkat dan terutama dengan bawahannya.
3. *Effectiveness Orientation*, yang menyebabkan seorang pemimpin yang satu berbeda dengan pemimpin yang

lainnya adalah kemauannya untuk memperoleh produktivitas yang tinggi. (Nugroho, 2017)

Kolaborasi antara pemimpin dan bawahan dalam menciptakan iklim kerja yang kondusif akan berdampak pada kegiatan operasional institusi itu sendiri yang sesuai dengan prinsip-prinsip pemerintahan yang baik (*good governance*).

**Kompetensi**

(Osei & Ackah, 2015) mendefinisikan kompetensi sebagai perilaku yang terkait dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan misi tertentu secara efektif, dan perilaku itu dapat menjadi seperangkat sifat pribadi atau seperangkat standar dan termasuk sifat-sifat kinerja.

Secara teori, kompetensi pegawai dianggap sebagai pendorong utama kinerja organisasi (Čiziuniene, Vaičiute, & Batarliene, 2016). Sejumlah besar studi telah menyelidiki peran berbagai kompetensi karyawan, termasuk kompetensi teknologi, pemasaran dan integratif, dalam meningkatkan kinerja organisasi (Yup Chung, 2000). Contohnya, keahlian komputer dan bahasa, perasaan dan etika, kerjasama tim dan kepemimpinan, pengetahuan dan keterampilan (Lertwannawit, Serirat, & Pholpantin, 2009) semua terbukti menjadi penentu kinerja organisasi. Organisasi tidak akan dapat mencapai tujuan mereka tanpa kehadiran karyawan yang kompeten, terutama di bawah lingkungan kerja saat ini (Čiziuniene et al., 2016).

Selain itu, seorang pegawai dalam hal ini aparatur birokrasi harus memiliki kategori *skill* berikut agar efektif dalam mengelola dan mengatur organisasinya; *technical, human dan conceptual*. *Technical skill* adalah kemampuan berorientasi detail yang diperlukan untuk aparatur tingkat pemula. *Human skill* adalah itu kemampuan interpersonal yang diperlukan untuk dapat mengelola sekelompok orang atau yang dapat berinteraksi dalam *one-on-one* format. Membangun tim dan komunikasi adalah contoh dari *human skill*. *Conceptual skill* adalah kemampuan aparatur dalam perencanaan dan visioner (mampu melihat ke depan) (Katz, 1974; Weber, Finley, Crawford, & Rivera, 2009).

**Kinerja**

Kinerja dan keberhasilan organisasi mana pun tergantung pada pegawai yang terampil dan bagaimana caranya organisasi dapat bertindak efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan memanfaatkannya secara efektif. Kinerja pada level unit inilah sering dianggap sebagai barometer kesuksesan daripada kinerja individu (Pugh & Dietz, 2008).

Kinerja adalah istilah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari yang menggambarkan perkembangan perjalanan suatu organisasi beserta hasilnya (Brudan, 2010). Dengan kata lain, fungsi kinerja adalah untuk memastikan bahwa kegiatan yang telah dicapai oleh tujuan organisasi secara konsisten dengan cara yang efektif dan efisien sehingga suatu organisasi, departemen, pegawai, atau proses dapat fokus untuk menghasilkan produk atau layanan, dan juga di bidang lainnya.

Pimpinan organisasi publik yang efektif akan memanfaatkan sumber daya organisasinya sedemikian rupa, sehingga berdampak terhadap kinerja yang baik serta kepuasan bagi pegawai yang ikut serta dalam melaksanakan pekerjaan dalam organisasi publik. Terdapat dua kriteria yang berhubungan dengan kinerja organisasi, yaitu efektivitas dan efisiensi (Schermerhorn, 1996) sebagaimana gambar berikut :



**Gambar 1. Fungsi Ffektivitas dan Efisiensi Kinerja Bagi Keberhasilan Pengelolaan Organisasi**  
(Baharun, 2016)

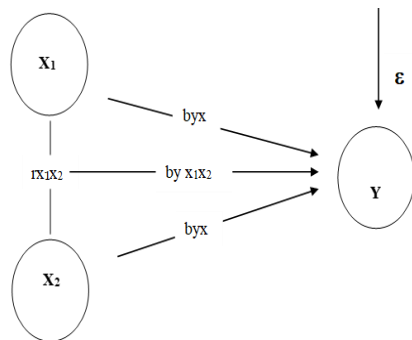
Terdapat dua kategori dasar atribut: yang bersifat internal atau yang berhubungan dengan karakteristik personal, dengan yang bersifat eksternal atau yang berhubungan dengan lingkungan personal. Seperti, perilaku (kinerja) yang ada relasinya hingga

ke faktor spesifik seperti kemampuan, upaya, kesulitan tugas, atau nasib baik. Kemampuan dan upaya adalah penyebab-penyebab yang bersifat internal bagi eksternal. Demikian juga dengan sejumlah faktor lain juga dapat juga mempengaruhi kinerja, seperti perilaku, sikap dan tindakan-tindakan partner kerja, seperti bawahan, ataupun pimpinan, kendala sumber daya dan kondisi ekonomi (Timpe, 2002).

**METODE PENELITIAN**

**Variabel Penelitian**

Penelitian dilakukan dalam upaya menemukan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan dengan menggunakan metoda campuran antara metoda kualitatif dan kuantitatif, walaupun demikian metoda kuantitatif memiliki bobot yang lebih banyak karena perolehan data dilengkapi dengan skor sehingga merupakan data yang bersifat kuantitatif yang memiliki parameter, sedangkan kualitatif menggunakan metoda deskriptif. Relasi antar variabel dapat dilihat dalam gambar berikut ;



**Gambar 2. Paradigma Penelitian**

Keterangan :

- X<sub>1</sub> = variabel bebas pertama, yaitu kepemimpinan
- X<sub>2</sub> = variabel bebas kedua, yaitu kompetensi aparatur birokrasi
- Y = variabel terikat yaitu kinerja
- by<sub>x1</sub> = menunjukkan besarnya dampak x<sub>1</sub> terhadap y
- by<sub>x2</sub> = menunjukkan besarnya dampak x<sub>2</sub> terhadap y
- by<sub>x1x2</sub> = menunjukkan besarnya dampak x<sub>1</sub> dan x<sub>2</sub> terhadap y

rx<sub>1x2</sub> = relasi korelasional x<sub>1</sub> dengan x<sub>2</sub>

ε = faktor lain yang mempengaruhi y di luar x<sub>1</sub> dan x<sub>2</sub> yang tidak diukur

Batasan dari variabel-variabel yang ada beserta indikator-indikator untuk mencapai ke arah itu terlihat pada tabel 1 :

**Tabel 1  
Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepemimpinan (X1)	Kepemimpinan berorientasi tugas	1. Tugas 2. Kualitas 3. Prosedur/pedoman.
	Kepemimpinan berorientasi hubungan	1. Hubungan kerja 2. Hubungan manusiawi 3. Kompromi
	Kepemimpinan berorientasi efektivitas	1. Pencapaian 2. Waktu pencapaian 3. Target
Kompetensi Aparatur Birokrasi (X2)	<i>Technical Skill</i> (kemampuan teknis)	1. Kemampuan melaksanakan Peraturan atau prosedur 2. Keterampilan bekerja
	<i>Human Skill</i> (kemampuan hubungan manusia)	1. Kemampuan memimpin 2. Kemampuan beradaptasi
	<i>Konseptual Skill</i> (kemampuan Konsep)	1. Perencanaan kegiatan 2. Pengambilan keputusan
Kinerja Aparat (Y)	Efektifitas	1. Pencapaian tujuan 2. Penyelesaian kerja
	Efisiensi	1. Penggunaan sumber daya 2. Mengurangi pemborosan

**Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan angket yaitu memberikan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Kuesioner sebagai alat pengumpul data penelitian dibagikan kepada responden yaitu ASN pada Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi dengan jumlah populasi sebanyak 518 orang. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian, dari Dinas PUPRPKPP Bidang Bina Tata Bangunan sebanyak 47 orang pegawai.

**Uji Instrumen**

Uji instrumen dilakukan untuk menguji apakah instrumen penelitian yang dikembangkan untuk mengukur konsep tertentu (kuesioner) benar-benar mengukur secara tepat variabel yang akan diteliti. Artinya bahwa instrumen dapat mengukur secara aktual konsep yang telah ditetapkan. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat stabilitas dan konsistensi hasil pengukuran. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Uji validitas adalah untuk mengukur suatu instrumen apakah mencerminkan arti yang sebenarnya dari konsep yang diteliti, atau untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan analisis grafik normal PP Plot.

**Metode Analisis Data**

Analisis data menggunakan korelasi dan multipel korelasi, yaitu untuk mengetahui kuatnya dampak atau relasi antara variabel terikat dan variabel bebas, dengan menggunakan *pearson product moment correlation* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

*Pearson Product Moment correlation* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga (-1 < r < + 1). Apabila nilai r = -1 artinya korelasinya negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada korelasi dan r = 1 berarti korelasinya sangat kuat. Arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Uji signifikansi berfungsi apabila peneliti ingin mencari makna relasi antara variabel X terhadap Y, maka hasil korelasi *Pearson Product Moment* diuji dengan uji signifikansi dengan persamaan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$t_{hitung}$  = Nilai t

r = Nilai Koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

Untuk menguji hipotesis lebih dari dua variabel menggunakan uji F :

$$F = \frac{R^2 (N - m - 1)}{M(1 - R^2)}$$

Dimana :

F = Uji F

N = Jumlah Sampel

M = Jumlah prediktor (4 variabel)

$R^2$  = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Jika F hitung lebih besar dari F tabel pada taraf nyata 5%, maka hipotesis yang dirumuskan dapat diterima.

Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, Koefisien Determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan Koefisien Korelasi kemudian dikalikan 100%.

Persamaan regresi digunakan untuk memperkirakan terjadinya suatu kejadian di waktu yang akan datang, persamaannya regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Keterangan :

Y = nilai Y prediksi

a = nilai rata-rata Y prediksi jika X=0

b = rata-rata perubahan pada Y jika X berubah 1 satuan

X<sub>1</sub> = variabel independen pertama (Kepemimpinan)

X<sub>2</sub> = variabel independen kedua (Kompetensi)

## PEMBAHASAN

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	N of Item	Kesimpulan
X1	0,8335	9	Reliabel
X2	0,6072	6	Reliabel
Y	0,6928	4	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Nilai *alpha* X1 sebesar 0,8335 ini lebih besar dari 0,6 yang artinya instrumen variabel kepemimpinan reliabel. Hal ini berarti responden memberikan jawaban yang konsisten atau seragam. Nilai *alpha* X2 sebesar 0,6072 nilai ini lebih besar dari 0,6 yang artinya instrumen variabel kompetensi aparat reliabel. Ini artinya responden memberikan jawaban yang konsisten atau seragam. Nilai *alpha* Y sebesar 0,6928 ini lebih besar dari 0,6 yang artinya instrumen variabel kinerja reliabel. Artinya bahwa responden memberikan jawaban yang konsisten atau seragam.

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 4  
Uji Validitas X1**

Pernyataan	r dengan total	Nilai kritis	Keterangan
1	0,662	0,3	Valid
2	0,734	0,3	Valid
3	0,835	0,3	Valid
4	0,639	0,3	Valid
5	0,423	0,3	Valid
6	0,544	0,3	Valid
7	0,662	0,3	Valid
8	0,671	0,3	Valid
9	0,759	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji validitas X1 maka semua butir pertanyaan hasilnya valid yang artinya semua pertanyaan dapat mengukur apa yang hendak diukur yaitu mengukur kepemimpinan.

**Tabel 5  
Uji Validitas X2**

Pernyataan	r dengan total	Nilai kritis	Keterangan
1	0,374	0,3	Valid
2	0,518	0,3	Valid
3	0,416	0,3	Valid
4	0,450	0,3	Valid
5	0,362	0,3	Valid
6	0,332	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji validitas X2 maka semua butir pertanyaan hasilnya valid yang artinya semua pertanyaan dapat mengukur apa yang hendak diukur yaitu mengukur kompetensi aparatur birokrasi.



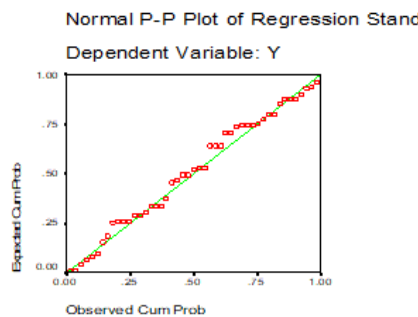
**Tabel 6**  
**Uji Validitas Y**

Pernyataan	r dengan total	Nilai kritis	Keterangan
1	0,727	0,3	Valid
2	0,756	0,3	Valid
3	0,665	0,3	Valid
4	0,736	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji validitas Y maka semua butir pertanyaan hasilnya valid yang artinya semua pertanyaan dapat mengukur apa yang hendak diukur yaitu mengukur kinerja aparat.

**Hasil Uji Normalitas**



**Gambar 3**  
**Grafik Uji Normalitas**

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data regresi (nilai variabel dependen) menyebar disekitar garis normal (garis diagonal yang menunjukkan proyeksi hasil perhitungan variabel dependen). Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berasal dari data yang berdistribusi normal

**Hasil Uji Korelasi**

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Korelasi X1 dan X2 terhadap Y**

Variabel	Keterangan	X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.789(**)	.871(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	47	47	47
X2	Pearson Correlation	.789(**)	1	.605(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	47	47	47
Y	Pearson Correlation	.871(**)	.605(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	47	47	47

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai korelasi X1 dengan Y sebesar  $r = 0,871$ , artinya relasi antara kepemimpinan (X1) dengan kinerja (Y) sangat kuat, dan sifat hubungannya + (positif) artinya semakin baik aspek kepemimpinan pada Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi (X1) maka akan semakin baik kinerjanya (Y).
2. Nilai korelasi X2 dengan Y sebesar  $r = 0,605$  artinya hubungan antara kompetensi aparat (X2) dengan kinerja aparat (Y) adalah kuat, sifat hubungannya + (positif) yang artinya semakin baik kompetensi (X2) maka akan semakin baik pula kinerja aparat Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi (Y).
3. Nilai korelasi X1 dengan X2 sebesar  $r = 0,789$ , artinya hubungan antara

- kepemimpinan (X1) dengan kompetensi (X2) adalah kuat.
4. Nilai korelasi dari X1, X2, dengan Y, dapat dilihat dari hasil analisis multi korelasi pada tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8**  
**Hasil Analisis Korelasi Ganda X1 dan X2 terhadap Y**

Model Korelasi	R	R <sup>2</sup>
X1 – X2	0,881	0,776

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Tabel analisis statistik di atas menunjukkan relasi kepemimpinan (X1) dan kompetensi (X2) dengan kinerja dilihat dari nilai multiple korelasi yang menunjukkan nilai R = 0,881, dan besarnya pengaruh dari X1 dan X2 terhadap Y sebesar 77,6 % (R square = 0,776), pernyataan ini mempunyai arti dampak kepemimpinan (X1) dan kompetensi (X2) terhadap kinerja (Y) memiliki relasi positif dan dampak yang sangat kuat. Sifat relasi positif artinya semakin baik kepemimpinan (X1) dan kompetensi (X2) secara bersama-sama akan meningkatkan kinerja (Y) dengan kontribusi sebesar 77,6%. Sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh faktor lain (□).

**Hasil Uji Regresi**

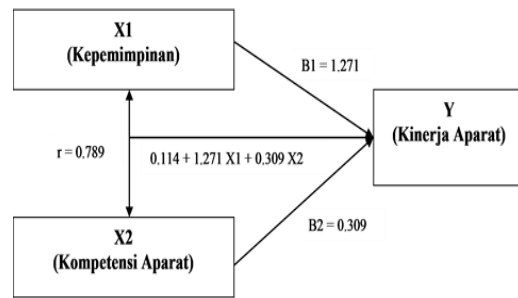
Berdasarkan analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 9**  
**Analisis Regresi Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen**

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	.114	.402
	X1	1.271	.142
	X2	.309	.166

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel analisis regresi tersebut maka diperoleh hasil analisis jalur sebagai berikut:



**Gambar 4**

**Analisis Jalur Antar Variabel**

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Hasil analisis diatas terlihat dalam persamaan regresi berikut ini :

$$Y = 0,114 + 1,271X1 + 0,309X2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti:

- Nilai konstanta sebesar 0,114 menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel kepemimpinan (X1) dan kompetensi aparat (X2) maka nilai kinerja aparat (Y) adalah 0,114.
- Nilai koefisien regresi X1 sebesar 1,271 menunjukkan bahwa setiap penambahan/kenaikan satu poin nilai variabel kepemimpinan (X1), maka nilai kinerja aparat (Y) akan naik 1,271, tetapi dengan asumsi yang lain dianggap tetap, dan signifikan pada  $\alpha < 0,05$ .
- Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,309 menunjukkan bahwa setiap penambahan/kenaikan satu poin nilai variabel kompetensi aparat (X2), maka nilai kinerja aparat (Y) akan naik 0,309, tetapi dengan asumsi yang lain dianggap tetap, dan signifikan pada  $\alpha < 0,05$ .
- Persamaan regresi  $Y = 0,114 + 1,271X1 + 0,309X2$  menunjukkan bahwa jika variabel kepemimpinan (X1) dan kompetensi aparat (X2) secara bersama-sama naik 1 poin, maka kinerja aparat (Y) akan naik sebesar 0,114 + 1,271 + 0,309 dan signifikan pada  $F < 0,05$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kepemimpinan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan. Hal ini berimplikasi

kedepannya bagi organisasi agar terus mempertahankan aspek kepemimpinan yang sesuai dengan tujuan dan kebijakan yang telah digariskan oleh Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi. Temuan penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Italiani, 2018; Kurniawan, 2018) yang menyatakan indikator-indikator gaya kepemimpinan semuanya berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Hasil penelitian terhadap kompetensi berdampak positif terhadap kinerja Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi. Implikasinya terhadap organisasi nantinya agar faktor kompetensi aparatur birokrasi tetap dipertahankan atau jika perlu dapat ditingkatkan lagi sesuai dengan arah dan kebijakan yang telah digariskan organisasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang disimpulkan oleh (Manik & Syafrina, 2018; Yunus, 2018; Salwa, Away, & Tabrani, 2018) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Hasil penelitian terhadap aspek kepemimpinan dan kompetensi aparatur birokrasi terhadap peningkatan kinerja pada Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi menunjukkan relasi positif yang kuat artinya bahwa faktor-faktor dari aspek kepemimpinan dan kompetensi aparatur birokrasi harus tetap dipertahankan dan jika perlu ditingkatkan ke arah yang lebih baik lagi sehingga terdapat peningkatan kinerja organisasi dalam melayani masyarakat secara optimal. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Lestari, 2019; Putri, 2018; Nasri, Hasmin, & Firman, 2018; Rahardja, Moeins, & Lutfiani, 2018) yang menyatakan kepemimpinan dan kompetensi secara simultan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Relasi antara kepemimpinan (X1) dengan kinerja (Y) sangat kuat, dan sifat hubungannya positif artinya semakin baik kepemimpinan (X1) maka semakin baik pula kinerja aparatnya (Y). Relasi antara kompetensi (X2) dengan kinerja (Y) kuat, dan sifat hubungannya

positif yang artinya semakin baik kompetensi (X2) maka semakin meningkat kinerja (Y). Relasi antara kepemimpinan (X1) dengan kompetensi (X2) adalah kuat. Dampak kepemimpinan (X1) dan kompetensi (X2) terhadap kinerja (Y) memiliki relasi positif yang kuat dan dampaknya juga kuat. Sifat relasinya positif, artinya semakin baik kepemimpinan (X1) dan kompetensi (X2) secara simultan akan meningkatkan kinerja secara signifikan (Y).

Saran yang dapat diberikan, seandainya organisasi harus melakukan kebijakan secara parsial untuk meningkatkan kinerja, maka secara keseluruhan harus lebih meningkatkan aspek kepemimpinan dan kompetensi aparatur Dinas PUPRPKPP Kota Sukabumi. Kemudian untuk penelitian selanjutnya, dapat lebih fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja selain kepemimpinan dan kompetensi.

#### **REFERENSI**

- Baharun, H. (2016). Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam. *At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah*, 5(2), 243–262.
- Bolden, R., Gosling, J., Marturano, A., & Dennison, P. (2003). *A review of leadership theory and competency frameworks*.
- Brudan, A. (2010). Rediscovering performance management: Systems, learning and integration. *Measuring Business Excellence*, 14(1), 109–123. <https://doi.org/10.1108/13683041011027490>
- Čižiuniene, K., Vaičiute, K., & Batarliene, N. (2016). Research on Competencies of Human Resources in Transport Sector: Lithuanian Case Study. *Procedia Engineering*, 134, 336–343. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.01.016>
- Day, D. V., Harrison, M. M., & Halpin, S. M. (2012). *An Integrative Theory of Leadership Development: Connecting Adult Development, Identity, and Expertise*. New York: Psychology Press.
- Dinh, J. E., Lord, R. G., Gardner, W. L., Meuser, J. D., Liden, R. C., & Hu, J.

- (2013). Leadership theory and research in the new millennium: Current theoretical trends and changing perspectives. *The Leadership Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.005>
- Italiani, F. A. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Terhadap Kinerja Pegawai Departemen Sdm Pt. Semen Gresik (Persero) Tbk. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26740/bisma.v6n1.p11-18>
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada UPTD Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat. Retrieved from <https://osf.io/preprints/inarxiv/bzq75/>
- Katz, R. (1974). Skills of An Effective Administrator. *Harvard Business Review*, 52(5), 90–102.
- Kurniawan, A. W. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja, Dan Kinerja Karyawan Bank Sulselbar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 16(4), 391–408.
- Lertwannawit, A., Serirat, S., & Pholpantin, S. (2009). Career Competencies And Career Success Of Thai Employees In Tourism And Hospitality Sector. *The International Business & Economics Research Journal*, 8(11), 65–72.
- Lestari, P. A. (2019). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan dan Kompetensi Diri terhadap Kinerja Dosen pada Sekolah Tinggi Desain Bali dan Akademi Manajemen Informatika Komputer New Media di Denpasar. *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen)*, 1(4), 626–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jsam.v4i1.80>
- Manik, S., & Syafrina, N. (2018). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis (JIEB)*, 15(1), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jieb.v15i1.72>
- Nasri, H., Hasmin, & Firman, A. (2018). Pengaruh Kompetensi, Gaya Kepemimpinan, dan Pelatihan, terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Sekecamatan Binamu Kabupaten Jenepono. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 103–120.
- Nugroho, R. E. (2017). Analysis of Talent Management, Employee Engagement and Leadership. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(4).
- Osborne, S. P. (2006). The new public governance? *Public Management Review*, 8(3), 377–387. <https://doi.org/10.1080/14719030600853022>
- Osei, A. J., & Ackah, O. (2015). Employee'S Competency and Organizational Performance in the Pharmaceutical Industry. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(3), 1–9. Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Owusu\\_Ackah/publication/303689816\\_International\\_Journal\\_of\\_Economics\\_Commerce\\_and\\_Management\\_EMPLOYEE'S\\_COMPETENCY\\_AND\\_ORGANIZATIONAL\\_PERFORMANCE\\_IN\\_THE\\_PHARMACEUTICAL\\_INDUSTRY\\_AN\\_EMPIRICAL\\_STUDY\\_OF\\_PHARMACEUTICAL\\_FIRM](https://www.researchgate.net/profile/Owusu_Ackah/publication/303689816_International_Journal_of_Economics_Commerce_and_Management_EMPLOYEE'S_COMPETENCY_AND_ORGANIZATIONAL_PERFORMANCE_IN_THE_PHARMACEUTICAL_INDUSTRY_AN_EMPIRICAL_STUDY_OF_PHARMACEUTICAL_FIRM)
- Pugh, S. D., & Dietz, J. (2008). Employee Engagement at the Organizational Level of Analysis. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 44–47. <https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2007.00006.x>
- Putri, P. (2018). Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen Berbantuan Software SPSS. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 1(1), 86–96.
- Rahardja, U., Moeins, A., & Lutfiani, N. (2018). Leadership, Competency, Working Motivation and Performance of High Private Education Lecturer with Institution Accreditation B: Area Kopertis IV Banten Province. *Man*

- India*, 97(24), 179–192.
- Riyanto, A. (2014). Pengaruh Profesionalisme Birokrasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Aparatur Pemerintah Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Sukabumi. In *Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)* (p. B-33-B-41). Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Andi\\_Riyanto2/publication/292960579\\_PENGARUH\\_PROFESIONALISME\\_BIROKRASI\\_DAN\\_MOTIVASI\\_TERHADAP\\_KINERJA\\_APARATUR\\_PEMERINTAH\\_PADA\\_DINAS\\_PENDAPATAN\\_PENGELOLAAN\\_KEUANGAN\\_DAN\\_ASET\\_DAEERAH\\_KOTA\\_SUKABUMI/links/56b211cd08aed7ba3f](https://www.researchgate.net/profile/Andi_Riyanto2/publication/292960579_PENGARUH_PROFESIONALISME_BIROKRASI_DAN_MOTIVASI_TERHADAP_KINERJA_APARATUR_PEMERINTAH_PADA_DINAS_PENDAPATAN_PENGELOLAAN_KEUANGAN_DAN_ASET_DAEERAH_KOTA_SUKABUMI/links/56b211cd08aed7ba3f)
- Salwa, A., Away, Y., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Komitmen, Integritas Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Serta Dampaknya Pada Kinerja Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 58–67.
- Schermerhorn, J. R. (1996). *Management*. John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.
- Timpe, A. D. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja*. Jakarta: Gramedia.
- Uhl-bien, M. (2006). Relational Leadership Theory: Exploring the social processes of leadership and organizing, 17, 654–676. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.007>
- Walker, R. M., Boyne, G. A., & Brewer, G. A. (2010). *Public Management and Performance: Research Directions*. Cambridge University Press.
- Weber, M. R., Finley, D. A., Crawford, A., & Rivera, D. (2009). An Exploratory Study Identifying Soft Skill Competencies in Entry-Level Managers. *Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 353–361. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.22>
- Yunus, E. (2018). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai KPPBC Tipe Madya Pabean Tanjung Perak Surabaya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 16(3), 368–387.
- Yup Chung, K. (2000). Hotel management curriculum reform based on required competencies of hotel employees and career success in the hotel industry. *Tourism Management*, 21(5), 473–487. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00102-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00102-8)

#### **BIODATA PENULIS**

**Andi Riyanto**, merupakan salah satu dosen di Universitas Bina Sarana Informatika pada Program Studi Sistem Informasi Akuntansi Kampus Kota Sukabumi. Saat ini aktif mengajar pada mata kuliah Akuntansi Dasar, Pemeriksaan Akuntansi dan Metode Penelitian. Tertarik pada riset bidang Sistem Informasi, Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Sosial

## Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan

Martha<sup>1</sup>, Mohamad Trio Febriyantoro<sup>2</sup>

Universitas Universal

<sup>1</sup>marthavalentina99@gmail.com

<sup>2</sup>mtriofeb@gmail.com

### ABSTRAK

Permasalahan lingkungan hidup dan lingkungan sosial semakin kompleks, beberapa dampak yang ditimbulkan dari kerusakan lingkungan yaitu pemanasan global dan penipisan lapisan ozon, manusia bertanggung jawab penuh atas kerusakan lingkungan tersebut, pentingnya peranan dari dunia bisnis untuk membentuk pola konsumsi masyarakat saat ini, penggunaan kosmetik ramah lingkungan disinyalir dapat mengurangi kerusakan lingkungan yang akan berdampak bagi lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian produk kosmetik ramah lingkungan di Batam. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Batam yang merupakan pengguna produk kosmetik ramah lingkungan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sebanyak 132 kuesioner yang dapat digunakan dianalisis dalam empat hipotesis dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science Software* versi 25. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa kesediaan untuk membayar lebih pada produk ramah lingkungan merupakan faktor dominan yang mendorong perilaku konsumen dalam membeli produk kosmetik ramah lingkungan. Sedangkan rasa kepedulian terhadap lingkungan, norma pribadi dan nilai yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian produk kosmetik ramah lingkungan.

**Kata kunci:** Perilaku Pembelian, Produk Kosmetik

### ABSTRACT

*Environmental and social environmental problems are increasingly complex, some impacts arising from environmental damage are global warming and depletion of the ozone layer, humans are fully responsible for the environmental damage, the important role of the business world to shape the current consumption patterns of society, the use of environmentally friendly cosmetics allegedly can reduce environmental damage that will have an impact on the environment. The purpose of this study is to determine the factors that influence the purchasing behavior of environmentally friendly cosmetic products in Batam. This research was conducted on Batam consumers who are users of environmentally friendly cosmetic products. The sampling method used was purposive sampling. A total of 132 questionnaires that can be used were analyzed in four hypotheses using Statistical Package for Social Science Software version 25. From the results of the study it was found that willingness to pay more for environmentally friendly products was the dominant factor driving consumer behavior in buying environmentally friendly cosmetic products. While the sense of concern for the environment, personal norms and perceived value does not significantly influence the buying behavior of environmentally friendly cosmetic products.*

**Keyword:** Purchasing Behavior, Cosmetic Products.

Naskah diterima: 29 Juli 2019, direvisi: 27 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis industri semakin pesat diiringi dengan meningkatnya permasalahan lingkungan hidup dan lingkungan sosial yang semakin kompleks. Kerusakan lingkungan hidup yang semakin parah telah memancing keprihatinan yang berakibat pemanasan global, penipisan lapisan ozon, dan disertifikasi. Manusia sebagai subjek yang memanfaatkan segala potensi dalam dunia bisnis memegang peranan yang penting dalam membentuk suatu lingkungan bisnis yang bersahabat dengan lingkungan (*environmentally friendly*). Perubahan iklim akibat pemanasan global dan kerusakan lingkungan merupakan tantangan yang serius dihadapi oleh manusia di abad 21. Di samping itu, sebagai bentuk kepedulian perusahaan dalam melestarikan lingkungan demi masa depan generasi yang akan datang, para produsen atau perusahaan juga menerapkan *sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan.

Pebisnis merupakan pemangku kepentingan dalam pembangunan berkelanjutan. Dunia usaha harus didorong untuk berperan menciptakan ekonomi hijau (*green economy*). Model bisnis inklusif dan berkelanjutan, serta pemerintahan yang kuat dengan kebijakan yang prolingkungan akan memberi solusi transformatif menyelamatkan bumi. Kondisi seperti ini menuntut pemasar untuk hati-hati ketika keputusan yang diambil melibatkan lingkungan. Perhatian terhadap isu-isu lingkungan terlihat nyata dari meningkatnya pasar yang peduli lingkungan (Laroche, Bergeron, & Forleo, 2001). Pembahasan mengenai isu lingkungan di negara-negara maju telah diawali dan dikembangkan sejak tahun 1990an yang menyatakan bahwa kebiasaan dan perilaku pembelian konsumen saat ini diarahkan kepada isu pemeliharaan lingkungan. Penyadaran dalam masalah lingkungan atau disebut gerakan sayang bumi ini juga berlaku di dunia kecantikan. Memilih kosmetik

dengan kandungan yang aman dan kemasan yang tepat adalah salah satunya. Peningkatan penjualan dan peluang yang terjadi pada industri kosmetik menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Walaupun banyak keputusan pembelian melibatkan hanya satu pengambilan keputusan, keputusan yang lain mungkin melibatkan beberapa konsumen yang memerankan peran, pencetus ide, pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli dan pemakai. Di sini tugas pemasar adalah mengidentifikasi peserta pembelian lain, kriteria pembelian mereka dan pengaruh mereka terhadap pembeli pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli dan pemakai. Tugas pemasar lainnya adalah mengidentifikasi peserta pembelian lain, kriteria pembelian mereka dan pengaruh mereka terhadap pembeli (Sunyoto, 2013). Berbagai teori perilaku pelanggan dan pemasaran menyatakan bahwa kebutuhan manusia tidak saja dipengaruhi oleh motivasinya, melainkan juga hal-hal eksternal, seperti budaya, sosial, dan ekonomi. Keputusan pembelian dan pilihan produk seringkali dipengaruhi oleh dorongan-dorongan yang sifatnya psikologis. Produk memang tidak dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsionalnya saja, namun juga memuaskan kebutuhan sosial dan psikologi (Sunyoto, 2013).

Generasi millennial berbeda dengan populasi pada umumnya terkait dengan kesadaran mereka akan lingkungan (Sheahan, 2005), preferensi yang lebih kuat (Smith, 2010) dan kesediaan untuk membeli produk ramah lingkungan (Rogers, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Paul et al., (2015) dan Geetika et al., (2017) menyatakan bahwa personal norms memiliki hubungan yang signifikan dengan niat. Konsumen saat ini mendapatkan informasi produk dengan mudah karena menggunakan

internet sebagai sumber informasinya (Febriyantoro & Arisandi, 2018)

Pembelian hijau pada produk ramah lingkungan di India namun menurut Chaudary (2018) dan Khare (2015) menyatakan bahwa personal norms tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli kaum millennial pada produk hijau. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka analisis tentang “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Produk kosmetik (Green Cosmetic) Ramah Lingkungan di Batam**” menjadi menarik untuk dikaji.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. *Environmental Concern (EC)*

Kepedulian lingkungan mengacu pada reaksi emosional konsumen seperti kekhawatiran, ketidaksukaan, dan belas kasih terhadap masalah lingkungan (Milfont & Gouveia, 2006; Yeung, 2004). Orang yang memiliki pengetahuan tentang lingkungan dan kekhawatiran cenderung akan memiliki sikap yang positif terhadap produk lingkungan (Karatu, V.M.H. , Mat, N.K.N., 2014). Seperti kasus dalam beberapa produk organik, konsumen bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk (Loureiro, *et al* (2002). Kemudian menurut Hu, *et al* (2010) Kepedulian lingkungan mengacu pada sejauh mana seseorang sadar akan masalah mengenai lingkungan, berupaya mendukung penyelesaiannya, dan menunjukkan kesediaannya untuk berkontribusi dalam penyelesaian masalah lingkungan.

### 2. *Personal Norms (PN)*

Norma pribadi mengacu pada standar moral individu dan kewajiban untuk terlibat dalam perilaku prihatin terhadap kerusakan lingkungan (Moser, 2015). Norma subjektif juga disebut sebagai norma normatif, yaitu bagian dari keyakinan yang menentukan pemikiran individu tentang perilaku individu dalam menerima sebuah perilaku tertentu mengenai perilaku terkait, misalnya mengonsumsi produk halal (Lada, *et al* (2009). Norma pribadi dibuat ketika

orang memasukkan norma sosial kedalam sistem nilai pribadi mereka.

### 3. *Perceived Value (PV)*

Nilai yang dirasakan adalah pendapat konsumen tentang nilai produk atau layanan berdasarkan evaluasi utilitasnya (Chen dan Chang, 2012). Nilai yang dirasakan memainkan peran yang penting dalam menentukan proses pengambilan keputusan konsumen Dodds, *et al* dan Monroe (2014) dan menentukan niat pembelian dan perilaku merek (Chen dan Chang, 2012; Chiu, Lee, dan Chen, 2014; Ng *et al.*, 2018; Yadav dan Pathak, 2017). Konsumen akan mengevaluasi biaya dan manfaat secara subjektif ketika mereka membeli suatu produk. Mereka cenderung lebih membeli produk jika mereka merasa bahwa mereka dapat memperoleh lebih banyak manfaat dari produk tersebut (Swait dan Sweeney, 2000). Karena nilai yang dirasakan lebih penting saat ini, perusahaan dapat meningkatkan niat pembelian konsumen melalui nilai produk (Steenkamp dan Geyskens, 2006).

### 4. *Willingness To Pay (WTP)*

Jika dibandingkan dengan produk tradisional, produk hijau ditemukan lebih mahal karena biaya tinggi yang terlibat dalam produksi dan pemrosesan produk (Ling, 2013). Keinginan konsumen membayar sejumlah uang tertentu untuk produk produk yang ramah lingkungan lebih disebabkan karena kepedulian mereka akan permasalahan lingkungan (M. Laroche *et al.*, 2001).

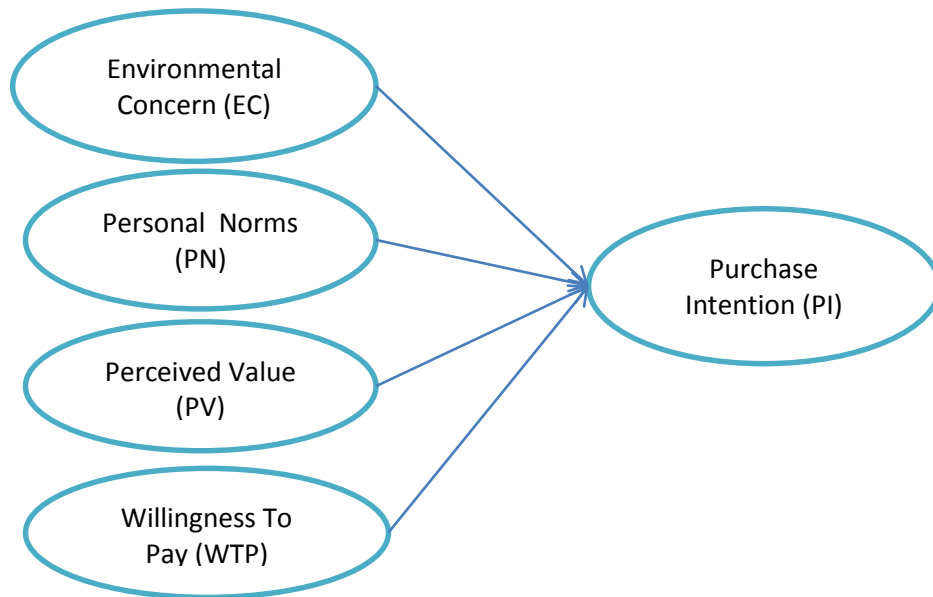
### 5. *Green Purchasing Behavior*

*Green Purchasing* adalah metode dimana pertimbangan lingkungan dan sosial yang diambil dengan bobot yang sama dengan kriteria harga, ketersediaan, dan kinerja yang digunakan untuk membuat keputusan pembelian. *Green Purchasing* meminimalkan dampak lingkungan dan sosial yang negatif melalui penggunaan produk ramah lingkungan. Pembelian hijau merupakan perilaku yang berupaya untuk mengidentifikasi dan mengurangi



dampak lingkungan dan memaksimalkan efisiensi sumber daya dengan membuat keputusan pembelian melalui

penggunaan produk ramah lingkungan (Yeoman, 2007).



Gambar 1. Model Penelitian

**METODE PENELITIAN**

Ditinjau dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna produk ramah lingkungan di Batam dengan sampel mahasiswa/i pelanggan kosmetik ramah lingkungan yang membeli produk *The Face Shop, Eco Vert, The Body Shop, Estee Lauder, L'Occitane, Oriflame*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode pengisian kuesioner secara *online*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data

yaitu data primer dan data sekunder. Data tersebut menggunakan analisis SPSS 25. Analisis regresi digunakan untuk menganalisis variabel prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen kosmetik hijau dan metode analisis data statistik pada penelitian ini menggunakan analisis reliabilitas dengan Cronbach's Alpha, Validitas, Multi Regresi

**PEMBAHASAN**

Karakteristik responden penelitian ini meliputi jenis kelamin, pekerjaan, umur, pendapatan dan frekuensi pembelian/penggunaan produk ramah lingkungan. Deskripsi dari karakteristik responden dalam penelitian ini diuraikan dibawah ini.

Tabel 1. Profil Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	19	14,1%
Wanita	116	85,9%

Jumlah Pendapatan	Responden	Persentase
< Rp. 3000.000	54	40%
Rp. 3.000.000-Rp. 5000.000	69	51,1%
Rp. 5.000.000-Rp. 6.000.000	11	8,15
Rp. 6000.000- Rp. 7.000.000	2	1,5%
>Rp. 7.000.000	3	2,2%

Gambar 2. Jumlah Pendapatan Perbulan

### Uji Validitas

Dari hasil uji validitas untuk masing-masing variabel pada penelitian dapat dilihat, bahwa 25 item pertanyaan pada variabel penelitian ini dinyatakan semuanya valid. Karena semua *loading factor* pada masing-masing item variabel memiliki nilai  $\geq 0.5$ .

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas dari masing-masing 4 prediktor (*environmental concern, personal norms, perceived value, willingness to pay*) dengan menggunakan pengukuran Cronbach's Alpha dan didapatkan hasil tertinggi 0,919 dimana semuanya dinyatakan reliabel. Hal ini disebabkan karena data penelitian memiliki nilai *Alpha*  $\geq 0,60$ .

### Hasil Uji R, R Square dan Adjusted R Square

Nilai *adjusted R square* pada penelitian sebesar 0,358. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen *environmental concern, personal norms, perceived value, willingness to pay* dapat menjelaskan variabel dependen *purchasing behavior* sebesar 35%. Sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain. perkiraan variabel lain yang akan mempengaruhi antara lain *social influence* (Sinnappan & Rahman, 2012; Wahid *et al.*, 2010), *perceived environmental responsibility* (Lee, 2009), *perceived self image* (Majid *et al.*, 2014), *governments role* (Sinnappan & Rahman, 2011; Mei *et al.*, 2012).

Tabel 2. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted Square	R
GPB	0,615	0,378	0,358	

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Hasil uji F pada penelitian ini diperoleh F hitung sebesar 19,281 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,000. Tingkat probabilitas  $0,000 < 0,05$ , maka dapat

disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *purchase behavior*.

Uji t dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil uji dapat dilihat nilai signifikansi pada Tabel 4.

**Tabel 3. Hasil Uji F**

Variabel Dependen	F	Sig.	Kesimpulan
GPB	19,281	0,000000	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25

**Tabel 4. Hasil Uji t**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig</i>	Kesimpulan
	<b>B</b>			
(Constant)	0,671	2,421	0,017	-
<i>Environmental Concern</i>	0,161	1,911	0,058	Tidak Signifikan
<i>Personal Norms</i>	0,136	1,496	0,137	Tidak Signifikan
<i>Perceived Value</i>	0,36	1,443	0,151	Tidak Signifikan
<i>Willingness To Pay</i>	0,365	4,460	0,00	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25

#### Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah suatu keadaan dimana satu atau lebih variabel independent terdapat korelasi atau hubungan dengan variabel independen lainnya atau dengan kata lain satu atau lebih variabel independen merupakan

satu fungsi linear dari variabel independen lainnya (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini dilihat hasil pengujian multikolonieritas menunjukkan bahwa semua variabel tidak terdapat multikolonieritas dikarenakan nilai VIF pada setiap variabel lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

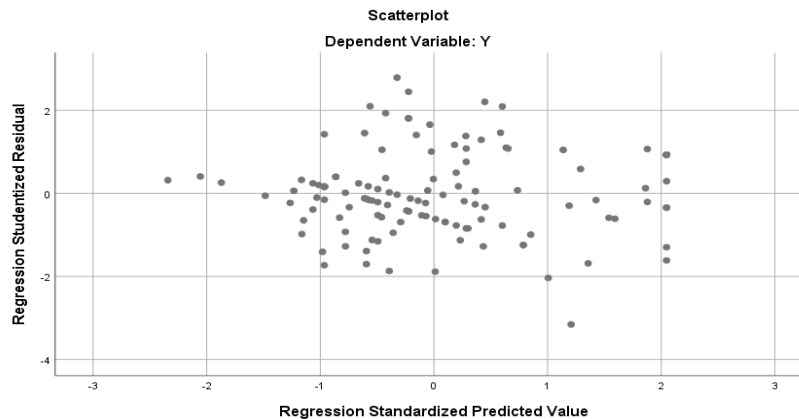
**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	<i>Collinearity</i>		Kesimpulan
	<i>Statistics</i>		
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
<i>Environmental Concern</i>	0,690	1,449	Tidak terjadi multikolonieritas
<i>Personal Norms</i>	0,592	1,688	Tidak terjadi multikolonieritas
<i>Perceived Value</i>	0,549	1,820	Tidak terjadi multikolonieritas
<i>Willingness To Pay</i>	0,730	1,370	Tidak terjadi multikolonieritas

#### Uji Heteroskedasitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari penyebaran data terlihat acak dan tidak membentuk pola khusus maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastik dalam variabel bebas yang akan diteliti. Sebaliknya apabila ketika melakukan uji *scatter plot* terjadi pola data yang mengumpul dan membentuk suatu pola khusus maka dapat dikatakan data tersebut mengalami gejala h dibawah i

menyebarkan acak dan titik-titik tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu. sehingga hasil uji tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Uji Heterokestasdisitas

## PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Mayoritas konsumen meyakini bahwa sebagian besar masyarakat merasa kondisi lingkungan Batam masih tergolong ramah lingkungan. Sehingga pada hasil penelitian ini, kesadaran untuk melindungi lingkungan dan rasa keseriusan terhadap masalah lingkungan menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keinginan konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan. kemudian, berdasarkan hasil wawancara lapangan cara masyarakat Batam dalam menjaga serta melestarikan lingkungan lebih mengarah pada memilah sampah berdasarkan jenisnya dan mendaur ulang sampah bekas yang dapat dimanfaatkan kembali lagi. Selain itu, ada juga BBM ramah lingkungan bagi pengendara sepeda motor atau mobil yang merupakan salah satu untuk menjaga lingkungan Batam selalu sehat dan bersih.

Kesediaan konsumen untuk membayar lebih pada produk ramah lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan. Konsumen menyatakan bahwa mereka rela membayar lebih pada kosmetik yang berbahan alami yang aman digunakan karena cocok atau tidak produk tersebut tidak akan memberikan efek samping yang besar. Sikap tersebut yang mendorong terbentuknya perilaku konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan dan kesediaan konsumen untuk membayar lebih (*willingness to pay*) pada produk ramah lingkungan. Namun, di sisi lain hasil dari produk ramah lingkungan tidak seketika pakai terlihat perbedaannya. untuk pemakaian produk ramah lingkungan harus sabar dan konsisten. Serta mayoritas konsumen menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat merasa kondisi lingkungan Batam masih tergolong ramah lingkungan. Sehingga pada hasil penelitian ini, *perceived value* dan

*personal norms* tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan. Konsumen memutuskan membeli sebuah produk dilandaskan pada pemikiran rasional dan pemikiran irasional (emosi) (Febriyantoro, 2016)

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, dapat disarankan untuk memperluas objek penelitian tidak hanya di bidang kosmetik saja tapi bisa di bidang elektrik, pangan dan produk lainnya yang berkaitan dengan *green*. Kemudian, Dalam hal pemilihan sampel responden dapat difokuskan pada karyawan-

karyawan perkantoran. Dengan melakukan penelitian ini pada karyawan perkantoran diharapkan dapat memberikan informasi baru bagi pemasar produk ramah lingkungan pada karyawan perkantoran. Upaya meningkatkan konsumsi produk ramah lingkungan pada karyawan perkantoran diharapkan dapat memberi pengaruh positif bagi budaya perusahaan di tempat mereka bekerja. Ketika suatu perusahaan telah membudayakan konsep *go green* atau ramah lingkungan, hal ini tentunya akan membawa dampak positif yang lebih luas kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi (Febriyantoro, 2018)

#### REFERENSI

- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, 50(3), 502–520. <https://doi.org/10.1108/00251741211216250>
- Chiu, Y. T. H., Lee, W. I., & Chen, T. H. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*, 40, 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.013>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., Grewal, D., Dodds, B., & Monroe, B. (2014). of Information Buyers' Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307–319. <https://doi.org/10.2307/3172866>
- Febriyantoro, M. T. (2016). Pemikiran irasional para perokok. *EKSIS*, XI(2), 1907–7513.
- Febriyantoro, M. T. (2018). The Role Of Entrepreneurial Campus In Establishing Of Students' Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Spirit. *International Conference of Economic Studies*, 141–146.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, 1(2), 61–76.
- Hu, H. H., Parsa, H. G., & Self, J. (2010). The dynamics of green restaurant patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344–362. <https://doi.org/10.1177/1938965510370564>
- Karatu, V.M.H. , Mat, N.K.N., 2014. (2014). A New Model Of Green Purchase Intention and its Derivatives: Confirmatory Factor Analysis Validation Of Constructs, 261–268.
- Kwe Lu, T., Majid, N. F. N. A., Harun, N. H., & Othman, N. (2014). Assessing the Variables That Influence the Intention of Green Purchase. *Journal of Social Science Research*, 2, 2289–4977.
- Lada, S., Harvey Tanakinjal, G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products

- using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Lee, K. (2009). Gender differences in Hong Kong adolescent consumers' green purchasing behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 87–96. <https://doi.org/10.1108/07363760910940456>
- Ling, C. Y. (2013). Consumers' purchase intention of green products: an investigation of the drivers and moderating variable. *Elixir Marketing Mgmt.* 5, 57(A), 14503–14509.
- Loureiro, M. L., McCluskey, J. J., & Mittelhammer, R. C. (2002). Will consumers pay a premium for eco-labeled apples. *Journal of Consumer Affairs*, 36(2), 203–219. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2002.tb00430.x>
- M. Laroche, J. Bergeron, G. Barbaro-Forleo, Laroche, M., Bergeron, J., & G. Barbaro-Forleo. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503–520. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503–520. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006155>
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The antecedents of green purchase intention among Malaysian consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 248–263. <https://doi.org/10.5539/ass.v8n13p248>
- Milfont, T. L., & Gouveia, V. V. (2006). Time perspective and values: An exploratory study of their relations to environmental attitudes. *Journal of Environmental Psychology*, 26(1), 72–82. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.03.001>
- Moser, A. K. (2015). Thinking green, buying green? Drivers of pro - Environmental purchasing behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 32(3), 167–175. <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2014-1179>
- Ng, M., Law, M., & Zhang, S. (2018). Predicting purchase intention of electric vehicles in Hong Kong. *Australasian Marketing Journal*, 0, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.05.015>
- Steenkamp, J. E. M., & Geyskens, I. (2006). The Perceived Value of Web Sites. *Journal of Marketing*, 70(July), 136–150.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swait, J., & Sweeney, J. C. (2000). Perceived value and its impact on choice behavior in a retail setting. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7(2), 77–88. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(99\)00012-0](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(99)00012-0)
- Wahid, N. A., Rahbar, E., & Shyan, T. S. (2010). Factors Influencing The Green Purchase Behavior of Environmental Related Volunteers in Penang.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of Consumers' Green Purchase Behavior in a Developing Nation: Applying and Extending the Theory of Planned Behavior. *Ecological Economics*, 134, 114–122. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.12.019>

Yeung, S. P. M. (2004). Teaching approaches in geography and students' environmental attitudes. *Environmentalist*, 24(2), 101–117. <https://doi.org/10.1007/s10669-004-4801-1>

**BIODATA PENULIS**

**Martha** adalah mahasiswa Universitas Universal pada Program Studi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran

**Mohamad Trio Febriyantoro**, adalah dosen Program Studi Manajemen Universitas Universal, fokus penelitian penulis antara lain Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan dan Manajemen Inovasi.

## **Pengaruh Pelatihan, Manajemen Perubahan Terhadap Implementasi *Enterprise Resources Planning* (ERP) Di Semen Baturaja**

Niken Kristalia<sup>1</sup>,Badia Perizade<sup>2</sup>,Yuliani<sup>3</sup>,Agustina Hanafi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Magister Ilmu Manajemen, Universitas Sriwijaya, [galuhrich@gmail.com](mailto:galuhrich@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, [badiaprzd@yahoo.co.id](mailto:badiaprzd@yahoo.co.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, [yulianisyapril@gmail.com](mailto:yulianisyapril@gmail.com)

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, [tinahanafi@ymail.com](mailto:tinahanafi@ymail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelatihan dan manajemen perubahan terhadap implementasi *Enterprise Resources Planning* (ERP). Jumlah populasi adalah 318 orang pengguna ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. Penelitian ini menggunakan Metode Slovin sebagai teknik sampling sehingga pengisian kuesioner didistribusikan kepada 154 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi ERP. Manajemen perubahan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi ERP. Saran dari penelitian ini adalah PT Semen Baturaja perlu memperhatikan dimensi peserta untuk dapat meningkatkan semangat peserta dalam mengikuti pelatihan dan meningkatkan keinginan peserta dalam memahami ERP. PT Semen Baturaja (Persero) Tbk perlu melakukan suatu evaluasi hasil yang didapat dalam pelatihan, dengan memperhitungkan tingkat reaksi peserta, tingkat belajar, tingkat tingkah laku kerja, tingkat organisasi dan nilai akhir. Saran berikutnya adalah PT Semen Baturaja (Persero) Tbk hendaknya mempraktikkan Model ADKAR untuk digunakan langsung sebagai metode manajemen perubahan. ADKAR akan memudahkan dalam melakukan pengukuran *performa* untuk menentukan langkah yang tepat dalam praktik manajemen perubahan dan karyawan sebagai *user* dapat mempertahankan dan meningkatkan perubahan yang selama ini telah dijalankan.

**Kata Kunci** : Pelatihan, Manajemen Perubahan, Implementasi Enterprise Resources Planning; Regresi berganda

*The purpose of this study was to analyze the effect of training and change management on the implementation of Enterprise Resources Planning (ERP). The total populations were 318 ERP users at PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. This study used the Slovin Method as the sampling technique so that the questionnaire was distributed to 154 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression. The research findings showed that training had a positive and significant effect on ERP implementation. Change management also had a positive and significant influence on ERP implementation. It is suggested to PT Semen Baturaja to pay attention to the dimensions of the participants to be able to increase the enthusiasm of the participants in the training and to increase the willingness of participants in understanding the ERP. PT Semen Baturaja (Persero) Tbk needs to carry out an evaluation of the results obtained in the training, taking into account the level of reaction of participants, the level of learning, the level of work behavior, organizational level and final value. In addition, it is suggested to PT*



*Semen Baturaja (Persero) Tbk should practice the ADKAR Model to be used directly as a change management method. ADKAR will make it easier to carry out performance measurements to determine the right steps in the practice of change management and employees as users can maintain and improve the changes that have been implemented.*

**Keyword:** *Training, Change Management, Implementation of Enterprise Resources Planning; Multiple regression*

*Naskah diterima: 09 Agustus 2019, direvisi: 26 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

## **PENDAHULUAN**

Dunia bisnis bergerak dengan cepat bersama dengan perkembangan teknologi. Inovasi baru terus bermunculan dan tuntutan untuk berubah menjadi hal yang tidak dapat dihindari supaya perusahaan berkelanjutan dan unggul dalam persaingan. Integrasi sistem informasi menjadi salah satu program perubahan untuk menghasilkan manajemen perusahaan yang lebih efisien (Davenport, 1998).

PT Semen Baturaja (Persero) Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak disektor pertambangan. Penyelarasan antara rencana pengembangan perusahaan dan pengembangan teknologi informasi perusahaan, diperlukan suatu sistem informasi yang dapat memberikan solusi pertumbuhan perusahaan dengan menitikberatkan pada integrasi di seluruh proses bisnis. Proses bisnis di PT Semen Baturaja sendiri terdiri dari bagian produksi & pengembangan, keuangan, umum & sumber daya manusia, dan pemasaran. Oleh karena itu, agar dinamis dan efisiensi disemua bidang, berdasarkan hasil analisa sistem dan proses bisnis oleh konsultan PT Magna Transforma maka PT Semen Baturaja (Persero) Tbk memutuskan untuk melakukan upaya perubahan dalam sistem informasi yaitu dengan mengimplentasikan sistem informasi *Enterprise Resources Planning (ERP) berbasis System Application and Product in data Processing (SAP)*.

*Enterprise Resources Planning (ERP)* adalah sistem informasi yang meliputi semua fungsi yang terdapat di dalam perusahaan yang

didorong oleh beberapa modul *software* yang terintegrasi untuk mendukung proses bisnis internal perusahaan (O'Brien & Marakas, 2010:272). ERP yang di implemetasikan adalah berbasis *System Application and Product In Data Processing (SAP)*.SAP merupakan *software* ERP yang sangat terintegrasi antara berbagai modulnya seperti *Sales Distribution, Material Management, Financial dan Cotrolling, Human Resource* dan masih banyak lagi (Dewanto& Falahah, 2007:171).

Pelatihan adalah proses mengajarkan karyawan baru atau yang ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka (Dessler, 1997:263). Pelatihan memberikan peran dalam menentukan implementasi ERP sukses atau tidak. Prosedur kerja yang telah ada dan akan berubah tentu merupakan sesuatu yang tidak mudah bagi karyawan, tetapi perubahan dapat dilakukan dengan melaksanakan pelatihan bagi karyawan sebagai pengguna (*user*) supaya ketika sistem dijalankan maka para *user* telah memahami apa yang harus dilakukan (Hall & Singleton, 2007).Hal ini didukung oleh Umble *et al*, (2003) bahwa pelatihan bagi *user* ERP penting karena ERP merupakan sistem yang tidak mudah digunakan.

Proyek implementasi sistem informasi ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk disebut dengan *Gading Project*. Dalam agenda pelatihan, *Gading Project* melaksanakan pelatihan yaitu *End User Training (EUT)*.

Menurut Gupta (2010) EUT adalah sebagai bagian penting dari implementasi sistem informasi dan teknologi informasi yang merupakan pengajaran keterampilan untuk *user* agar dapat secara efektif menggunakan aplikasi sistem informasi.

Realitas ini menunjukkan bahwa hambatan dapat muncul dalam proses pelatihan, seperti terlihat pada laporan kehadiran peserta EUT yang dilaksanakan pada 16 Juli- 09 Agustus 2018 pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Kehadiran Peserta Pelatihan EUT ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk**

Pelaksanaan	Undangan Peserta	Datar Hadir Peserta	Kehadiran (%)
Minggu I (16-20 Juli 2108)			
Minggu II (23-26 Juli 2018)	318	134	42
Minggu III (31 Juli-03 Agustus 2018)	318	94	30
Mingu IV (06 - 09 Agustus 2018)	318	153	48
	318	197	62

Sumber : PT Semen Baturaja (Persero) Tbk

Tabel 1 menunjukkan bahwa presentasi kehadiran peserta pada minggu pertama adalah 42%, minggu kedua 30%, minggu ketiga 48% dan minggu keempat 62%. Presentasi tersebut masih belum sesuai dengan harapan perusahaan, sedangkan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk melalui surat tugas mengundang 318 peserta untuk mengikuti EUT. Hal tersebut menandakan bahwa Sumber Daya Manusia belum memiliki kesadaran penuh terhadap harapan perusahaan untuk sukses mengadopsi sistem informasi ERP SAP.

Sebagai upaya untuk menyukseskan manajemen perubahan pada *Gading Project* telah dibentuk *tim trainer* yang bertujuan untuk membentuk *knowledge champions* (SDM yang memiliki *skill* ERP yang dapat diandalkan untuk mendukung kemandirian organisasi). Salah satu peran *tim trainer* tersebut adalah

menjadi pelatih (*trainer*) pada saat pelatihan *End User Training*. Namun dalam hal ini, partisipasi *tim trainer* pada pelatihan EUT belum maksimal. Presentasi jumlah *tim trainer* yang berpartisipasi pada pelatihan EUT dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Jumlah Tim Trainer dan yang Berpartisipasi pada Pelatihan EUT ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk**

Pelaksanaan	Jumlah Tim Trainer	Tim Trainer yang Hadir	Kehadiran (%)
Minggu I (16-20 Juli 2108)			47
Minggu II (23-26 Juli 2018)	34	16	50
Minggu III (31 Juli - 03 Agustus 2018)	34	17	44
Mingu IV (06 - 09 Agustus 2018)	34	15	44
	34	27	79

Sumber : PT Semen Baturaja (Persero) Tbk

Tabel 2 menunjukkan kehadiran *tim trainer* pada minggu pertama pelaksanaan EUT adalah 47%, minggu kedua 50%, minggu ketiga 44 % dan minggu keempat 79%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *tim trainer* belum maksimal berperan sebagai agen perubahan dalam manajemen perubahan. *Tim trainer* kurang berpartisipasi mendukung perubahan untuk memiliki keinginan berubah sesuai yang diharapkan. Menurut Irfani (2015:111) *tim trainer* sebagai *key user* akan mengembangkan kebutuhan yang diperlukan pada sistem akhir oleh *end user*. Sebagai tambahan, *key user* juga akan melakukan spesialisasi pada bagian-bagian sistem ERP dan berlaku sebagai pelatih, pendidik, *advisors*, *help-desk resources*, dan sebagai agen untuk *end user*.

Implementasi sistem informasi ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk dilaksanakan sejak Januari 2018. Menurut Jacobs & Weston (2007) waktu proses implementasi yang dibutuhkan perusahaan secara keseluruhan lebih delapan bulan. Dengan demikian, PT Semen Baturaja (Persero) Tbk sudah valid sebagai perusahaan yang sudah mengimplementasikan sistem informasi ERP. Sebagai usaha pengukuran kesuksesan

implementasi ERP, *Gading Project* telah mencatat perkembangan *issue*/permasalahan implementasi ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk per Mei 2019, dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

**Tabel 3. Issue ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk per Mei 2019**

No.	Kategori Issue	Jumlah Issue	Status Issue		
			Belum Selesai di Perbaiki	Dalam Proses Perbaikan	Telah Selesai diperbaiki
1	Kualitas Sistem	7	7		
2	Kualitas Informasi	8	5	1	2
3	Kualitas Servis	1	1		
4	Pengguna Manfaat	11	8	1	2
5	Bersih	1			1
Total : 28 Issue			21	2	5
Presentasi Issue			75%	7%	18%

Sumber : PT Semen Baturaja (Persero) Tbk

Tabel 3 dapat dilihat presentasi *issue* yang belum selesai diperbaiki adalah 75%. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi kualitas servis dan *user* ERP masih perlu meningkatkan kualitas. Jika *issue* tersebut tidak dikelola dengan baik maka dikhawatirkan perusahaan akan tidak maksimal atau gagal dalam memperoleh manfaat dari sistem informasi ERP.

### KAJIAN LITERATUR

#### Implementasi Enterprise Resources Planning (ERP)

Menurut Komaruddin (2010:87), implementasi sistem merupakan sekumpulan prosedur yang dilakukan untuk mengembangkan aplikasi, menguji sistem, melatih *user*, menginstal dan mulai menggunakan sistem informasi yang baru atau yang telah dimodifikasi. Mengimplementasikan ERP lebih banyak hubungannya dengan mengubah cara suatu perusahaan menjalankan bisnisnya, daripada berhubungan dengan teknologi. Ada dua strategi untuk mengimplementasikan ERP

yaitu pendekatan langsung (*big-bag approach*) dan pendekatan bertahap (*phased-in approach*) (Hall & Singleton, 2007).

#### Pelatihan

Menurut Rivai&Sagala (2009:211) pelatihan sebagai bagian pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan diluar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat dengan metode yang lebih mengutamakan pada praktik daripada teori. Menurut Mathis&Jackson (2009:301) pelatihan merupakan proses seseorang mempunyai kemampuan yang akan dapat membantu pencapaian tujuan-tujuan organisasional. Mondy(2008:210) pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang guna memberi pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan para pembelajar untuk dapat melaksanakan pekerjaan mereka pada saat ini.

#### Manajemen Perubahan

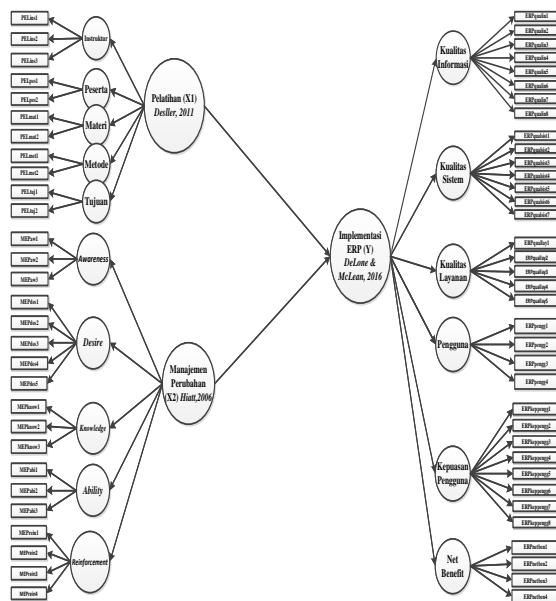
Kotter (2011) manajemen perubahan adalah suatu pendekatan untuk mengubah individu, tim, dan organisasi kepada kondisi masa depan yang diinginkan. Menurut Coffman&Lutes(2007) manajemen perubahan merupakan pendekatan struktur yang membantu organisasi dan orang-orang melakukan transisi dari keadaan yang sekarang menuju keadaan yang diinginkan.

Nauheimer (2007) manajemen perubahan dapat digambarkan sebagai proses, alat dan teknik untuk mengatur proses perubahan pada sisi orang untuk mencapai hasil yang diperlukan dan untuk merealisasikan perubahan secara efektif melalui agen perubahan, tim dan sistem yang lebih luas. Menurut Potts & Lamarsh (2004:16) manajemen perubahan merupakan suatu proses secara sistematis dalam menerapkan pengetahuan, sarana, dan sumber daya yang

diperlukan untuk mempengaruhi perubahan pada orang yang akan terkena dampak dari proses tersebut..

**KERANGKA PIKIR**

Menurut Sugiyono (2008:88) Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan beberapa uraian konsep dan teori diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dirumuskan seperti Gambar 2.1, dimana variabel independen yang terdiri dari pelatihan (X<sub>1</sub>) dan manajemen perubahan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kesuksesan implementasi ERP (Y).



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

- H<sub>1</sub> : Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap implementasi ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk
- H<sub>2</sub> : Manajemen perubahan berpengaruh signifikan terhadap implementasi ERP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis data kualitatif yang dikuantitatifkan. Penelitian kuantitatif yaitu data yang diukur dalam skala numerik. Penulis menggunakan data primer berupa jawaban responden pada pertanyaan pelatihan dan manajemen perubahan terhadap keberhasilan implementasi ERP melalui penyebaran kuesioner pada pengguna ERP berbasis SAP di PT Semen Baturaja (Persero) Tbk.

**Sampel**

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2014:171). Teknik pengambilan sampel menggunakan proporsional sample, dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

**Tabel 4. Sampel Penelitian pada Karyawan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk pada Mei 2019**

Modul ERP	Jumlah Karyawan
Keuangan (FI)	4
Akuntansi (CO)	2
Manajemen dan Perencanaan Anggaran (FM/BPC)	2
Penjualan dan Pemasaran (SD)	7
Pengadaan dan Persediaan (MM)	4
Perencanaan Produksi & Manajemen Kualitas (PP/QM)	33
Pemeliharaan (PM)	46
Sumber Daya Manusia (HCM)	11
Pengguna dengan beberapa modul	68
<b>Jumlah</b>	<b>177</b>

Sumber : PT Semen Baturaja (Persero) Tbk

**Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan Analisis Linear Berganda, untuk mempermudah perhitungan,

maka akan diolah secara statistik dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23.0 for windows* Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui persamaan regresi yang menunjukkan persamaan antara variabel dependen dan independen dan diperlukan untuk mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikansi sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

**PEMBAHASAN**

**(1). Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Untuk mengetahui apakah data yang kita miliki normal atau tidak, kita menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Santoso (2002) memberikan pedoman pengambilan keputusan tentang data-data yang mendekati atau merupakan distribusi normal yang dapat dilihat dari:

1. Nilai signifikansi < 0,05 maka data terdistribusi secara tidak normal
2. Nilai signifikansi > 0,05 maka data terdistribusi secara normal

Hasil dari uji dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Nilai Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Keterangan n
	Statisti			
	c	df	Sig.	
Pelatihan	0,751	154	0,626	Normal
Manajemen Perubahan	0,722	154	0,675	Normal
Implementasi ERP	0,732	154	0,647	Normal

a. Lilliefors Correction Significance

Sumber : Data kuisisioner yang diolah dengan SPSS, 2019

Hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka 0,647 dengan tingkat signifikansi yang berarti berada diatas 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel telah terdistribusi secara normal.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Ghazali (2009:63-64)mengatakan bahwa adapun cara mendeteksi terhadap adanya multikolinearitas dalam model regresi yaitu:

1. Besarnya pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu nilai *Tolerance* ≥ 0,1.
2. Besarnya *Variable Inflation Factor (VIF)* pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu nilai VIF ≤ 10.

**Tabel 6. Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pelatihan (X <sub>1</sub> )	0,455	2,196	Tidak terjadi multikolinieritas
Manajemen Perubahan (X <sub>2</sub> )	0,455	2,196	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data kuisisioner yang diolah dengan SPSS, 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 6, maka :

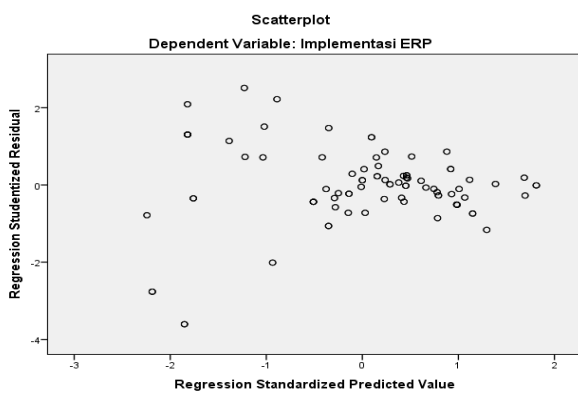
- a. Pelatihan (X<sub>1</sub>) nilai *tolerance* 0,455 > nilai *tolerance* hitung 0.10 dan nilai VIF 2,196 < nilai VIF hitung 10,00, maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.
- b. Manajemen Perubahan (X<sub>2</sub>) nilai *tolerance* 0,455 > nilai *tolerance* hitung 0.10 dan nilai VIF 2,196 < nilai VIF hitung 10,00, maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

**Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak Heteroskedastisitas cara untuk mendiktesikannya atau dengan cara melihat grafik perhitungan antara nilai prediksi

variabel tingkat (*zpred*) dengan residual (*srecid*), analisisnya :

- a). Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur lebih gelombang menyebar kemudian menyempit maka grafik mengindikasikan telah terjadi *Heteroskedastisitas*.
- b). Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji *Heteroskedastisitas* pada Gambar 4.2, menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.

(2). Analisis Linear Berganda

Persamaan Regresi Berganda

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisa Regresi Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	0,905	0,529	1,713	0,009

Pelatihan	0,691	0,101	0,441	6,829	0,042
Manajemen Perubahan	0,967	0,071	0,876	13,566	0,000

Sumber : Data kuisisioner yang diolah dengan SPSS, 2019

Berdasarkan Tabel 7, maka persamaan regresi yang mencerminkan hubungan fungsional antara variabel terikat dengan variabel bebas adalah:

$$Y=0,905+0,691X_1 + 0,967X_2 + e$$

- a. Besar nilai konstanta sebesar 0,905 pada persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai Y akan tetap sebesar 0,905 tanpa adanya perubahan dari variabel-variabel bebas.
- b. Pelatihan ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,691, hal ini menunjukkan bila variabel  $X_1$  meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,691.
- c. Manajemen Perubahan ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,967, hal ini menunjukkan bila variabel  $X_2$  meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,967.

Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Korelasi (r) menjelaskan hubungan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  yang tersusun dalam model persamaan regresi terhadap variabel Y. Sedangkan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menjelaskan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y, berikut disajikan pada Tabel 4.16.

Tabel 8.

Hasil Analisis Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Model Summary<sup>b</sup>

Model	r	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,844 <sup>a</sup>	0,713	0,709	0,88362

a. Predictors: (Constant), Manajemen Perubahan, Pelatihan

b. Dependent Variable: Implementasi ERP

Sumber : Data kuisisioner yang diolah dengan SPSS, 2019

Berdasarkan Tabel 8, nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah 0,844 yang berarti menunjukkan hubungan antar variabel adalah sangat kuat. Berdasarkan  $R^2$  dapat diartikan pelatihan dan manajemen perubahan berpengaruh terhadap implementasi ERP sebesar 71,3 %. Sisanya 28,7 % dipengaruhi dari variabel-variabel lain yang merupakan *critical success factor* Implementasi ERP seperti dukungan manajemen puncak (*top management support*), rekayasa ulang proses bisnis, dan infrastruktur teknologi informasi

**Pengujian Hipotesis Uji t (Uji Parsial)**

Berikut ini adalah Tabel 9. Uji statistik t yang menjadi dasar pengujian hipotesis

**Tabel 9**  
**Uji Statistik t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Beta	t	Sig.	t tabel
	B	Std. Error				
(Constant)	0,905	0,529		1,713	0,009	1,65501
Pelatihan	0,691	0,101	0,441	6,829	0,002	1,65501
Manajemen Perubahan	0,967	0,071	0,876	13,566	0,000	1,65501

Setiap koefisien variabel bebas dikatakan signifikan jika nilai mutlak  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (tingkat kepercayaan yang dipilih). Nilai  $t_{tabel}$  tergantung dari *probabilitas  $\alpha$*  dan *degree of freedom (df)*. Dimana jumlah  $df =$  jumlah sampel-jumlah variabel. Sehingga di peroleh  $df = 154 - 3 = 151$ . Dengan demikian, jika menggunakan  $\alpha = 5\%$  maka di peroleh  $t_{table (\alpha, df)} = t_{(0,05, 151)} = 1.65501$ .

**Pengaruh Pelatihan terhadap Implementasi ERP**

Uji Hipotesis pengaruh Pelatihan terhadap Implementasi ERP, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik Tabel 9, dengan  $t_{hitung} 6,829 > t_{tabel} 1.65501$  dan sig. sebesar 0,042 lebih kecil dari 0.05, yang berarti variabel Pelatihan berpengaruh nyata terhadap variabel Implementasi ERP. Hal ini berarti Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Implementasi ERP. Hasil pengujian Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan Pelatihan berpengaruh positif terhadap Implementasi ERP. Hasil analisis menunjukkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

**Pengaruh Manajemen Perubahan terhadap Implementasi ERP**

Uji Hipotesis pengaruh Manajemen Perubahan terhadap Implementasi ERP, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik Tabel 9, dengan  $t_{hitung} 13,566 > t_{tabel} 1.65501$  dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05, yang berarti variabel Manajemen Perubahan berpengaruh nyata terhadap variabel Implementasi ERP. Hal ini berarti Manajemen Perubahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Implementasi ERP. Hasil pengujian Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan Manajemen Perubahan berpengaruh positif terhadap Implementasi ERP. Hasil analisis menunjukkan bahwa Hipotesis 2 diterima.

**PENUTUP**

Dari hasil menyebarkan kuesioner dari tiga variabel penelitian semua variabel dinyatakan valid dan hasil uji reabilitas juga dinyatakan reliabel. Dari hasil uji normalitas didapatkan hasil data terdistribusi secara normal. Untuk hasil uji multikolinieritas tidak terjadi multikolinieritas.

Sedangkan dalam uji heterokedastitas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas maka tidak ada keraguan.

Untuk uji korelasi didapatkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah 0,844 yang berarti menunjukkan hubungan antar variabel adalah sangat kuat. Berdasarkan  $R$  Square dapat diartikan pelatihan dan manajemen perubahan berpengaruh terhadap implementasi ERP sebesar 71,3 %. Sisanya 28,7 % dipengaruhi dari variabel-variabel lain yang merupakan *critical success factor* Implementasi ERP seperti dukungan manajemen puncak (*top management support*), rekayasa ulang proses bisnis, dan infrastruktur teknologi informasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu : Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi ERP. Manajemen Perubahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi ERP.

#### REFERENSI

- Coffman Karen., and Lutes Katie. (2007). "Management of Change". SlidePresentation diakses melalui <http://www.actgov.org/MOC2007> tanggal 12 Desember 2018.
- Davenport, T.H.(1998). "Putting the Enterprise into the Enterprise System." *Harvard Business review* 76(4) : 121-131. Retrived from <http://hbr.org/1998/07/putting-entreprise-into-the-interprise-system>.
- Dewanto Wawan, Falahah. (2007). "ERP (Enterprise Resource Planning) Menyelaraskan Teknologi Informasi dengan Strategi Bisnis". *Bandung : Informatika*.
- Dessler, Gary. (1997). "Manajemen Sumber Daya Manusia". *Jakarta :PT. Prenhallindo*
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gupta, S., Bostrom, R. P. and Huber, M.(2010). "End-User Training Methods: What We Know, Need To Know". *The Database for Advances in Information System* Vol. 41(4): 9-39. Retrieved from <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1899641>
- Irfani, M.Hafiz. (2015). "ERP (Enterprise Resource Planning dan aspek-aspek penting dalam penerapannya". *Jurnal Eksplora Informatika* Vol. 4(2): 237.Retrieved from <https://eksplora.stikombali.ac.id/index.php/eksplora/article/view/57>
- Komaruddin. (2010). *Ensiklopedia Manajemen*. *Jakarta : Bumi Aksara*.
- Kotter, J. (2011). *Change Management vs.Change Leadership-What's The Difference?*. <http://www.forbes.com/sites/johnkotter/2011/07/12/change-management-vs-change-leadership-whats-the-difference/>. Sitasi 26 Mei 2013
- Mathis dan Jackson. (2009). "Manajemen Sumber Daya Manusia". *Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat*.
- Mondy R Wayne. (2008). "Manajemen Sumber Daya Manusia." *Jakarta: Erlangga*.
- Nauheimer, Holger. (2007). "Change Management for One World: A Virtual Toolkit for Learning Organization in Development". [www.change-management-toolbook.com](http://www.change-management-toolbook.com) diakses tanggal 1 Februari 2019.
- O'Brien, James A, dan George M. Marakas. (2010). "Management Information Systems". *Eight Edition. New York : McGraw-Hill/Irwin*.
- Potts, R., & Jeanne, L.M. (2004). "Managing change for success". *London: DucasBaird Publishers*.



Sugiyono. (2016). “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)”. *Bandung: Alfabeta.*

Umble, E.J. Haft, R.R, umble, M.M. (2003). “Enterprise Resources Planning: Implementation Procedures and Critical Success Factors”. *European Journal of Operation Research* 146:241-257. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/222409354\\_Enterprise\\_Resource\\_Planning\\_Implementation\\_Procedures\\_and\\_Critical\\_Success\\_Factors](https://www.researchgate.net/publication/222409354_Enterprise_Resource_Planning_Implementation_Procedures_and_Critical_Success_Factors)

Veithzal Rivai dan Ella Jauvani Sagala. (2011). “Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Peusahaan dari Teori ke Praktik”. *Jakarta: PT Raja Grafindo.*

Manajemen pada tahun 2013 dengan predikat dengan pujian.

**Agustina Hanafi**

Lahir di Plaju, Kota Palembang pada Tahun 1957, menyelesaikan Strata 1 dari Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, pada tahun 1980. Strata 2 diselesaikan pada tahun 1988 dari Wright State University, OHIO, America, jurusan Master of Business Administration (MBA). Strata 3 dari Universitas Padjajaran Jurusan Human Resources pada tahun 2004.

**BIODATA PENULIS**

**Niken Kristalia**

Penulis lahir di Batu Putih, Sarolangun, Jambi pada tahun 1991 dan telah menyelesaikan pendidikan SMA 2 Sarolangun pada tahun 2009, dan menyelesaikan jenjang Strata 1 di Fakultas Teknik Tambang Universitas Sriwijaya tahun 2013, dan mengambil Starta 2 (Magister Ilmu Manajemen) dari Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi, Palembang.

**Badia Peizade**

Lahir di Surabaya pada tahun 1953, menyelesaikan Strata 1 di Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Jurusan Ekonomi Perusahaan Tahun 1978. Dan menyelesaikan jenjang Strata 2 di School of Business University of Scranton, Manajemen, pada tahun 1991, menyelesaikan Strata 3 di University Sains Malaysia, Jurusan Manajemen pada tahun 2006.

**Yuliani**

Lahir di Desa Kuba, Lahat pada Tahun 1976, Menyelesaikan jenjang Strata 1 di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Palembang tahun 1999, dan menyelesaikan strata 2 di Magister Manajemen Universitas Sriwijaya tahun 2007, dengan predikat dengan Pujian, dan menyelesaikan jenjang Strata 3 dari Universitas Brawijaya, Malang, Jurusan

## **Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk)**

**Selfira Rizqi Nursyahputri<sup>1</sup>, H. Romat Saragih<sup>2</sup>**

Universitas Telkom

<sup>1</sup>[np.selfira@gmail.com](mailto:np.selfira@gmail.com)

<sup>2</sup>[saragih@ypt.or.id](mailto:saragih@ypt.or.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis bagaimana pelatihan yang diberikan oleh perusahaan, bagaimana prestasikerja yang dihasilkan oleh para karyawan, dan besarnya pengaruh pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan pada Unit HCBP (*Human Capital Business Partner*) PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *sampling* jenuh, dengan jumlah responden sebanyak 57 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan kedua variable dari seluruh dimensi memperoleh nilai rata-rata dalam kategori baik. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan.

**Kata Kunci :** Pelatihan, Instruktur Pelatihan, Prestasi Kerja Karyawan, Sumber Daya Manusia

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect and analyze how the training provided by the company, how the work performance produced by the employees, and the magnitude of the effect of training on employee performance at the HCBP Unit (Human Capital Business Partner) PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk). The research method used is a quantitative method with a type of descriptive causality research. Sampling was done using a saturated sampling technique, with the number of respondents as many as 57 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression analysis. The results of the study show that the two variables from all dimensions obtain an average value in the good category. The conclusion of the study shows that training has a significant effect on employee work performance.*

**Keywords:** Training, Training Instructors, Employee Performance, Human Resource

*Naskah diterima: 27 Juli 2019, direvisi: 26 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Dalam menghadapi zaman globalisasi, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, perusahaan dituntut memiliki keunggulan bersaing. Salah satu faktor yang dapat dijadikan pegangan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing adalah mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas dan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan. Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya. Setiap perusahaan berusaha meningkatkan serta mengembangkan program peningkatan prestasi kerja karyawan. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, suatu perusahaan perlu menggerakkan serta memantau pegawainya agar dapat mengembangkan seluruh kemampuan yang dimilikinya. Dalam penelitian Effendi (2018) semakin banyak karyawan yang berprestasi kerja tinggi, maka kinerja dan produktivitas perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis serta dapat semakin berkembang dan maju. Penilaian prestasi kerja dilakukan oleh setiap perusahaan untuk melihat sampai sejauh mana perkembangan kualitas karyawan. Menurut Hasibuan (2008:94), Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan dan kesungguhan serta waktu. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan program yang berdampak positif dalam meningkatkan prestasi kerja. Mangkunegara (2014:13) faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi prestasi kerja adalah, kondisi fisik, peralatan, waktu, material, pendidikan, supervisi, desain organisasi, pelatihan, dan keberuntungan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi prestasi kerja adalah pelatihan (Hasibuan, 2011:94). Pelatihan tidak hanya diperlukan sebagai formalitas kegiatan perusahaan saja, akan tetapi sekaligus untuk memberikan dasar-dasar pengetahuan. Para karyawan juga dapat

belajar untuk mengerjakan pekerjaannya dengan benar dan tepat. Pelatihan juga dapat memperkecil atau meninggalkan kesalahan-kesalahan yang pernah dilakukan karyawan sehingga mengurangi penurunan prestasi kerja pada masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh pendapat Sutrisno (2011:151) yang menyebutkan bahwa pendidikan dan pelatihan merupakan kunci dalam manajemen yang memainkan peran penting dan strategis dalam meningkatkan prestasi kerja. Berdasarkan survey awal melalui pendistribusian kuesioner terhadap 10 karyawan menggunakan skala diferensial agar responden lebih leluasa untuk menentukan jawaban dengan range yg lebih luas, maka diperoleh hasil rekapitulasi kuesioner survey awal dengan pertanyaan pertama tingkat kepentingan adanya program pelatihan terhadap karyawan sebesar 89%. Responden juga menyatakan bahwa bahwa program pelatihan sangat berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan sebesar 90%. Hal ini yang mendasari perusahaan untuk membutuhkan sejumlah tenaga kerja yang berkualitas melalui program pelatihan. Dari uraian di atas tentang pelatihan dikaitkan dengan prestasi kerja karyawan maka dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada *Human Capital Business Partner* PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk).

### KAJIAN LITERATUR

#### Pengertian Prestasi Kerja Karyawan

Prestasi kerja merupakan hasil kerja seseorang pegawai selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan misalnya standard, target/sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama (Saragih, 2017). Pemahaman tentang pengertian prestasi kerja dapat didefinisikan oleh beberapa para ahli, Menurut Hasibuan dalam penelitian Aulia Pratiwi (2015) mengatakan bahwa prestasi kerja artinya pegawai mampu mencapai hasil kerja yang dapat dipertanggung

jawabkan kualitas maupun kuantitas dan bekerja secara efektif dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai dapat memanfaatkan waktu dan mempergunakan alat-alat dengan baik. Pengertian prestasi kerja menurut Byars dan Rue dalam Edy Sutrisno (2016:150) adalah mengartikan prestasi sebagai tingkat kecakapan seseorang pada tugas-tugas yang mencakup pada pekerjaannya. Pengertian tersebut menunjukkan prestasi kerja adalah hasil upaya seseorang yang ditentukan oleh kemampuan karakteristik pribadinya serta persepsi terhadap perannya dalam pekerjaan itu. Dari definisi-definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa prestasi kerja adalah suatu catatan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang sebagai hasil kesuksesan dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta dalam kurun waktu tertentu. Dimensi prestasi kerja menurut Sutrisno (2014:152), sebagai berikut:

**Hasil Kerja**

Tingkat kuantitas maupun kualitas yang telah dihasilkan dan sejauh mana pengawasan dilakukan.

**Pengetahuan Pekerjaan.**

Tingkat pengetahuan yang terkait dengan tugas pekerjaan yang akan berpengaruh langsung terhadap kuantitas dan kualitas dari hasil kerja.

**Inisiatif**

Tingkat inisiatif selama melaksanakan tugas pekerjaan khususnya dalam hal penanganan masalah-masalah yang timbul.

**Kecekatan Mental**

Tingkat kemampuan dan kecekatan dalam menerima instruksi kerja dan menyelesaikan dengan cara kerja serta situasi kerja yang ada

**Sikap**

Tingkat semangat kerja serta sikap positif dalam melaksanakan tugas pekerjaan.

**Disiplin Waktu dan Absensi**

Tingkat ketepatan waktu dan tingkat kehadiran

**Pengertian Pelatihan**

Menurut Widodo (2015:82), pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Pelatihan adalah proses pembelajaran yang memungkinkan pegawai melaksanakan pekerjaan yang sekarang sesuai dengan standar. Menurut (Rivai, 2013:213) pelatihan memiliki orientasi dan membantu pegawai untuk mencapai keahlian dan kemampuan tertentu agar berhasil dalam melaksanakan pekerjaannya. Simamora (1995:287) dalam Kamil (2012:4) mengartikan pelatihan sebagai serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian-keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seorang individu. Dengan demikian pelatihan merupakan upaya untuk mengembangkan ataupun menggali kemampuan yang dimiliki oleh seseorang sehingga memiliki skill, cara berfikir dan perbaikan sikap sesuai dengan yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan ataupun instansi tertentu hingga dapat memecahkan permasalahan yang mungkin akan dihadapi dimasa yang akan datang. Dimensi Pelatihan menurut Desller (2011:244) bahwa dimensi dalam pelatihan terdiri dari:

**Instruktur**

Seorang pengajar yang cakap memberikan bantuan yang sangat besar kepada suksesnya program pelatihan. Instruktur menjelaskan secara keseluruhan tujuan dari pekerjaan kepada peserta pelatihan kemudian menjelaskan tugas-tugas khusus

untuk melihat relevansi dari masing-masing pekerjaan dan mengikuti prosedur kerja yang benar, serta memiliki sifat yang sabar. Dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Kualifikasi/ kompetensi yang memadai
- 2) Memotivasi peserta
- 3) Kebutuhan umpan balik.

#### Peserta Pelatihan

Seorang peserta hendaknya dilatih untuk macam pekerjaan yang disukainya dan cocok untuk pekerjaan, baik itu peserta manajerial maupun operasional. Dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Semangat mengikuti pelatihan
- 2) Keinginan untuk memahami

#### Materi

Materi program pelatihan harus dapat memenuhi kebutuhan organisasi dan peserta pelatihan. Materi pelatihan harus sesuai dengan kebutuhan peserta atau motivasi mereka rendah. Dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Ketepatan materi dengan tujuan
- 2) Menambah kemampuan

#### Metode

Metode yang dipilih hendaknya disesuaikan dengan jenis yang akan dilaksanakan dan dapat dikembangkan oleh suatu perusahaan. Baik itu metode *on the job* maupun *off the job*. Dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Metode pelatihan sesuai dengan jenis pelatihan
- 2) Kesesuaian metode dengan yang efektif dengan materi

#### Tujuan Pelatihan

Tujuan pelatihan harus dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan perusahaan serta dapat membentuk tingkah laku yang diharapkan serta kondisi-kondisi bagaimana hal tersebut dapat dicapai dan dapat meningkatkan keterampilan, dan pengetahuan baik itu tujuan promosi atau mutasi. Tujuan ini menjadi standar terhadap kinerja individu, jika tujuan tidak terpenuhi, perusahaan dikatakan gagal dalam melaksanakan program pelatihan. Indikator

keberhasilan pelatihan adalah sebagai berikut:

- 1) Keterampilan peserta pelatihan meningkat.
- 2) Pemahaman peserta pelatihan semakin baik.

#### Hubungan Antara Pelatihan dengan Prestasi Kerja Karyawan

Byars & Rue dalam Sutrisno (2016:150), mengartikan prestasi kerja sebagai tingkat kecakapan seseorang pada tugas-tugas yang mencakup pada pekerjaannya. Pelatihan merupakan proses memperbaiki keterampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan. Pada awalnya, pelatihan hanya diperuntukkan kepada tenaga-tenaga operasional, agar memiliki keterampilan secara teknis. Tetapi, kini karyawan administrasi maupun tenaga manajerial diberikan pelatihan oleh perusahaan. Menurut Bangun (2012:202) para manajer perusahaan telah menyadari betapa pentingnya pelatihan untuk dapat meningkatkan kepuasan kerja.

Menurut Alwi (2012:218), berdasarkan pengalaman praktek, pelatihan yang efektif dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan moral, dan potensi-potensi organisasi. Tall & Hall dalam Sutrisno (2007:72) menghasilkan kesimpulan bahwa dengan mengombinasikan berbagai faktor seperti teknik pelatihan yang benar, persiapan dan perencanaan yang matang, serta komitmen terhadap esensi pelatihan ; perusahaan dapat mencapai manfaat kompetisi yang sangat besar di dalam pasar yang sangat ketat.

Subekti & Jauhar (2012:73) menyatakan bahwa latihan untuk karyawan, jika diberikan dengan tepat dan diselenggarakan dengan baik akan mendorong mereka untuk bekerja lebih keras lagi. Karyawan yang lebih mengetahui dengan lebih baik tugas dan tanggung jawabnya, akan berusaha mencapai tingkat prestasi kerja yang lebih tinggi. Jadi, pelatihan dan prestasi

mempunyai hubungan yang sangat erat karena untuk dapat mencapai prestasi yang tinggi sangat ditentukan oleh adanya kemampuan dan keterampilan serta pengetahuan karyawan yang tinggi dari hasil pelatihan.

### Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilandasi dengan dua teori, yaitu pelatihan dan prestasi kerja. Diantara kedua variabel yang dibahas, yang menjadi variabel *independen* atau variabel bebas adalah pelatihan. Variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah prestasi kerja. Menurut Bernandin dan Russel dalam Sutrisno (2014:152) terdapat enam dimensi di dalam prestasi kerja, yaitu:

- 1) Hasil kerja
- 2) Pengetahuan pekerjaan
- 3) Inisiatif
- 4) Kecekatan mental
- 5) Sikap
- 6) Disiplin waktu dan absensi.

Karena variabel prestasi kerja dipengaruhi variabel pelatihan, dimana pelatihan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk lebih mengaktifkan kerja para anggota organisasi yang kurang aktif sebelumnya, serta mengurangi dampak-dampak negatif yang dikarenakan kurangnya pendidikan, pengalaman yang terbatas, atau kurangnya kepercayaan diri dari anggota atau kelompok anggota tertentu (Sedarmayanti, 2013:198), maka variabel *independen* dalam penelitian ini adalah pelatihan.

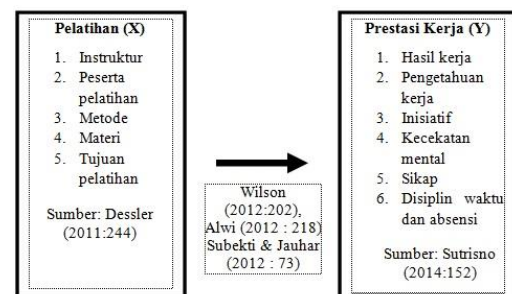
Variabel pelatihan menggunakan teori Dessler (2011:224), dimana terdapat lima dimensi dari pelatihan yaitu:

- 1) Instruktur
- 2) Peserta pelatihan
- 3) Metode
- 4) Materi
- 5) Tujuan pelatihan

Pemilihan teori dimensi menggunakan Sutrisno (2014:152) dan Dessler (2011:244) dikarenakan unsur-unsur yang terkandung sesuai dengan fenomena yang terjadi di unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk).

Pelatihan adalah suatu proses memperbaiki keterampilan kerja karyawan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan. Saat ini manajemen bersama-sama dengan para karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan sasaran strategis dalam mencapai tujuan perusahaan. Para manajer perusahaan telah menyadari betapa pentingnya pelatihan untuk dapat meningkatkan kepuasan kerja (Wilson, 2012:202). Alwi (2012:218) menyatakan bahwa berdasarkan pengalaman praktek, pelatihan yang efektif dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan moral, dan potensi-potensi organisasi. Selanjutnya Subekhti & Jauhar (2012:73) menyatakan bahwa latihan untuk karyawan, jika pelatihan diberikan dengan tepat dan diselenggarakan dengan baik akan mendorong mereka untuk bekerja lebih keras lagi.

Untuk memperjelas arah penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh pelatihan terhadap prestasi kerja, maka berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti pada Gambar 1:



### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017:7) bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Selanjutnya penelitian ini menggunakan tipe penyelidikan kausal (konsklusif) atau biasa disebut sebagai penelitian *ex post facto*. Menurut Sujarweni (2014:8) penelitian *ex post facto* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengungkap peristiwa yang sudah terjadi, dan kemudian meruntut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut.

Skala instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2013:168), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini populasinya adalah karyawan unit HCBP Khusus Lokasi Kerja Bandung PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebanyak 57 orang. Menurut Sujarweni (2014:65) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini judul populasi hanya 57 orang (kurang dari 100), maka seluruh populasi ini dijadikan sebagai sampel penelitian. (sampel jenuh).

### **Analisis Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif untuk mengetahui bagaimana tingkat prestasi kerja karyawan dan pelatihan yaitu dengan cara menghitung rata-rata dari setiap variabel penelitian. Teknik analisis linier sederhana untuk mengelola dan membahas data dalam menguji hipotesa yang diajukan. Sugiyono (2016:56), analisis regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi seberapa jauh hubungan fungsional atau kausal satu variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*. Adapun pendapat lain menurut Sugiyono (2015 : 207) Statistik deskriptif adalah statistik yang dipergunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

### **Uji Asumsi Klasik, Yang Terdiri Atas Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas**

Uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Sunjoyo, et al 2013:59). Menurut Priyatno (2012:158), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.. Menurut Indrawati (2015: 191) model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Model yang baik diperoleh jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### **Uji Hipotesis**

Menurut Ghozali (2013:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh

pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Adapun menurut Indrawati (2015 : 94) mengatakan bahwa hipotesis adalah pernyataan sementara yang diperkirakan akan didukung oleh data empiris didalam penelitian.

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka variabel yang akan terdiri dari variabel eksogen (variabel penyebab) yaitu Pelatihan (X) dan variabel endogen (variabel akibat) yaitu Prestasi Kerja (Y). Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan baik kritis menurut tabel.

Hipotesis yang diuji:

$H_0$  = format hipotesis awal (hipotesis nol).

$H_a$  = format hipotesis hubungan antar variabel.

Hipotesis yang akan diajukan dan dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0: \beta_1 = 0$  atau  $H_a \neq 0$ , yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pelatihan (X) terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Y).
- 2)  $H_a: \beta_1 \neq 0$  atau  $H_0 = 0$ , yaitu terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Pelatihan (X) terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Y).

Untuk menentukan nilai t tabel ditentukan dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan  $dk = (n-k-1)$  dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah:

- a. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap Prestasi kerja karyawan
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya Pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap Prestasi kerja karyawan.

## PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pelatihan terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk). Peneliti menyebarkan kuesioner ke 57 responden dan terdiri dari 31 item pertanyaan dan masing-masing pertanyaan diberikan lima alternative jawaban yang harus dipilih pada setiap pernyataan. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif dari variabel prestasi kerja karyawan dan variabel *pelatihan* sebagaimana table 1

**Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif**

No	Variabel	Nilai rata-rata persentase setiap variabel
1.	Prestasi Kerja	80,06%
2.	Pelatihan	75,73%

Sumber : Data Hasil Pengolahan Peneliti

Berdasarkan data di atas pada variable Prestasi Kerja mendapatkan presentase 80,06% dalam garis kontinum variable Prestasi Kerja berada dalam kategori baik. Variabel Pelatihan mendapatkan 75,73% dalam garis kontinum variable Pelatihan berada dalam kategor ibaik. Presentase tersebut menunjukkan bahwa karyawan unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) memiliki prestasi kerja karyawan dan pelatihan tinggi.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil output SPSS 23 terdapat pada Tabel 2

Tabel 3 Hasil Persamaan Regresi Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.655	.310		5.333	.000
Variabel_X	.460	.094	.550	4.878	.000

Dependent Variable: Variabel\_Y

Sumber: Data Olahan Penulis



Berdasarkan output Tabel 4 didapat koefisien regresi sehingga persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,655 + 0,460 X$$

Persamaan regresi linear sederhana dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,655 menyatakan jika tidak ada Pelatihan (X) maka nilai konsisten Prestasi Kerja Karyawan (Y) adalah sebesar 1,655
- b. Nilai koefisien regresi X bersifat positif sebesar 0,460, artinya variabel X memiliki hubungan searah dengan Y dan setiap penambahan satu satuan Pelatihan (X) akan meningkatkan Prestasi Kerja Karyawan (Y) sebesar 0,460

**Pengujian Hipotesis (Uji T)**

Pengujian Hipotesis (Uji t) digunakan untuk menguji apakah pelatihan (X) berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan (Y). salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistic t dengan baik kritis menurut tabel.

Hipotesis yang akan diajukan dan dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0: \beta_1 = 0$  atau  $H_a \neq 0$ , yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pelatihan (X) terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Y).
- b.  $H_a: \beta_1 \neq 0$  atau  $H_0 = 0$ , yaitu terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Pelatihan (X) terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Y).

Uji t menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) untuk diuji dua pihak maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan nilai Sig.  $\alpha > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan

- b. Jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$  dan nilai Sig.  $\alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan.

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas yaitu menggunakan uji t student:

$$t - \text{hitung} = \frac{b}{Se(b)} = \frac{0,460}{0,094} = 4,878$$

Dengan ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $dk = (n-k-1)$ , dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah keseluruhan variabel. Sehingga didapat nilai  $57 - 2 - 1 = 54$ . Dengan ketentuan tersebut diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,00488. Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4,878. Karena nilai t hitung (4,878)  $> t_{\text{tabel}}$  (2,00488), maka  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan Pelatihan terhadap Prestasi kerja karyawan pada unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk).

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

Perhitungankoefisiendetrminasudibantudengan SPSS 23 padaTabel 3sebagaiberikut.

**Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 <sup>a</sup>	.302	.289	.41818

a. Predictors: (Constant), Variabel\_X  
 b. Dependent Variable: Variabel\_Y

Sumber: Data Olahan Penulis

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R square sebesar 0,302 dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% = (0,550)^2 \times 100\% = 30,25\%$$

Dari hasil tersebut hubungan antara variabel bebas Pelatihan terhadap variabel terikat Prestasi Kerja Karyawan sebesar 30,25%.

Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh variabel Pelatihan (X) secara simultan terhadap variabel Prestasi Kerja Karyawan (Y) sebesar 30,25%, sedangkan sisanya 69,75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu (Rizal Armawansyah, 2016) menunjukkan bahwa pada variabel Pendidikan (X1) dan Pelatihan (X2) mampu memberikan kontribusi terhadap variabel Prestasi Kerja Karyawan (Y) sebesar 69,7%, sedangkan sisanya sebesar 30,3% disebabkan oleh factor lain dan hasil penelitian dari (Agnes Tri Agata, 2017) bahwa pelatihan berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan. Pelatihan mampu menjelaskan prestasi kerja karyawan sebesar 42,9% dan sisanya 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada karyawan unit (HCBP) *Human Capital Business Partner* PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) tentang pengaruh pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Prestasi kerja karyawan pada Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) masuk dalam kategori baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) memiliki karyawan berkompentensi yang sesuai untuk keberlangsungan perusahaan. Pelatihan yang diberikan pada Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) masuk dalam kategori baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) memiliki karyawan yang dapat menerapkan hasil pelatihan dengan baik. Pelatihan berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi kerja karyawan pada Unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk).

Terbukti dari hasil koefisien determinasi sebesar 30,25%, sedangkan sisanya 69,75% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian pengaruh *pelatihan* terhadap prestasi kerja karyawan pada unit HCBP PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk), maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan solusi pertimbangan selanjutnya, antara lain sebagai berikut:

### **REFERENSI**

- Agata, Agnes Tri. (2017). *Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja karyawan Pada Unit Commercial Passenger Marketing PT. Kereta Api Indonesia (Bandung)*. Diambil dari: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Alwi, Syafaruddin. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: BPFE
- Armawansyah, Rizal. Dkk. (2016). *Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja (Studi pada Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Malang)*. Diambil dari Universitas Brawijaya
- Dessler, Gary. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendi, Syafriana. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prestasi Kerja Studi Kasus pada Karyawan PT Danendra Agung Perkasa Jakarta*. Jakarta
- Ghozali, Imam. (2013) *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20”*, Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hasibuan, M. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hasibuan, M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung. PT RefikaAditama
- Kamil. M. (2012). *Model pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Mangkunegara, A. A. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, A. (2015). *Pengaruh Kesesuaian Penempatan Pegawai Terhadap Prestasi Kerja Pegawai pada Build Better Communication - English Training Specialist*. Jurnal Manajemen, Vol. 2 No. 2 1872. <https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/759>
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi Kesatu. Yogyakarta: ANDI.
- Rivai, V. & Sagala, E. J. (2013). *Manajemen sdm untuk perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saragih, Romat. (2017). *External Environment Impact On Business Performance In Digital Creative Industry*. *International Journal of Advance and Applied Sciences*. <http://www.science-gate.com/IJAAS/V4I9/Saragih.html>
- Sedarmayanti. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Rafika Aditama, Bandung
- Subekhi, Akhmad & Mohammad, Jauhar. (2012). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Prestasi Pustaka Jakarta
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (cet. ke-23). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- Sunjoyo. (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Sutrisno, Edy. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetak Ke Enam. Pranada Media Group, Jakarta.
- Sutrisno, Edy. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (cet. ke-8). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Widodo, S. E. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.
- Wilson, Bangun. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Erlangga.

#### **BIODATA PENULIS**

**Selfira Rizqi Nursyahputri**. Lahir di Purworejo, 27 Juni 1997 dan menyelesaikan pendidikan S1 Administrasi Bisnis konsentrasi Sumber Daya Manusia di Universitas Telkom pada tahun 2019.

## Dampak Kebijakan BI Rate Repo 7 Days terhadap Kinerja Bank Pemerintah

Sofyan Marwansyah<sup>1</sup>, Sri Rusiyati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, sofyan.smw@bsi.ac.id

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri Jakarta, sri.siq@nusamandiri.ac.id

### ABSTRAK

Kebijakan untuk mengatasi jalur inflasi biasanya bank sentral menggunakan kebijakan suku bunga yang disebut BI Rate, tetapi kebijakan BI Rate dianggap tidak efektif bagi bank karena memerlukan waktu yang lama hingga satu tahun, sehingga bank sentral menerbitkan 7- day Repo BI Rate dengan tujuan efektif dalam menjalankan kebijakan sistem keuangan. Tujuan penulisan ini adalah pertama; untuk mengetahui pengaruh kebijakan Repo BI Rate terhadap Rasio Modal dan Rasio Profitabilitas bank Pemerintah, kedua; untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan dalam kinerja modal dan profitabilitas bank pemerintah karena kebijakan repo 7 hari BI Rate. Hasil penelitian diperoleh bahwa BI Rate memiliki hubungan negatif signifikan sedangkan rasio profitabilitas (ROE) memiliki hubungan signifikan positif; BI Rate mempengaruhi Rasio Modal (CAR) 27,6% sedangkan Rasio Profitabilitas 17,2%; Tingkat Rasio Modal (CAR) memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum kebijakan Repo BI Rate dan setelah kebijakan yang meningkat dari 18,65 menjadi 20,42; Rasio profitabilitas (ROE) memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum kebijakan Repo BI Rate dan setelah kebijakan, yang menurun dari 20,24 menjadi 16,59.

**Kata Kunci :** BI Rate, Rasio Permodalan, Rasio Profitabilitas

### ABSTRACT

*The policy to overcome the inflation lane is usually the central bank uses an interest rate policy called the BI Rate, but the BI Rate policy is deemed ineffective for banks because it requires a long time to a year, so the central bank issues a 7-day BI Rate Repo with the aim to effective in carrying out financial system policies. The purpose of this writing is first; to determine the influence of BI Rate Repo policy on Capital Ratios and Profitability ratios of Government banks, second; to see if there are significant differences in capital performance and profitability of government banks due to the 7 Days BI Rate repo policy. The research results obtained that the BI Rate has a negative significant relationship to the capital ratio (CAR) while the profitability ratio (ROE) has a positive significant relationship; The BI Rate affects the Capital Ratio (CAR) of 27.6% while the Profitability Ratio is 17.2%; The Capital Ratio Rate (CAR) has a significant difference between before the BI Rate Repo policy and after the policy which has increased from 18.65 to 20.42; The profitability ratio (ROE) has a significant difference between before the BI Rate Repo policy and after the policy, which decreased from 20.24 to 16.59.*

**Keywords:** BI Rate, Capital Ratio, Profitability Ratio

*Naskah diterima: 23 Agustus 2019, direvisi: 30 Agustus 2019, diterbitkan: 16 September 2019*

### PENDAHULUAN

Suatu Perekonomian negara akan terlihat stabil bila roda pembangunan khususnya dunia perbankan berjalan dengan baik, salah satu tugas Bank Indonesia sebagai bank

central memiliki dua peran yakni sebagai otoritas moneter, dan menjaga stabilitas sistem keuangan dari perbankan. Salah satu peran dalam menjaga stabilitas sistem keuanganan adalah kebijakan mengenai

tingkat suku bunga. Suku bunga yang digunakan oleh Bank Indonesia pada saat ini adalah BI Rate, namun kebijakan BI Rate yang harus menunggu waktu yang lama bagi perbankan untuk mengikuti kebijakan tersebut membuat kebijakan perbankan kurang efektif dalam mengatasi inflasi. Dikarenakan permasalahan yang dihadapi begitu kompleks tersebut maka pada pertengahan april 2016 BI mengeluarkan kebijakan baru mengenai suku bunga yakni BI Rate Repo 7 Days untuk meningkatkan efektifitas kebijakan otoritas moneter.

Pergerakan BI 7-Days Reverse Repo Rate (BI7DRRR) sepanjang tahun 2018 melalui kebijakan BI menunjukkan kecenderungan mengalami kenaikan seperti acuan Bunga pertama kali terjadi kenaikan pada tanggal 18 Mei 2018 sebesar 25 bps (4.5%), namun hal tersebut masih tidak cukup untuk mengembalikan nilai tukar rupiah cenderung yang melemah sehingga pada tanggal 29 Mei 2018 naik 25 bps (4.75%), tanggal 29 Juni 2018 mengalami kenaikan 50 bps (5.25%), 15 Agustus naik 25 bps (5.5%), 27 September 2018 naik 25 bps (5.75%) dan 15 Nopember 2018 naik 25 bps (6.00%) (<http://www.bi.go.id>). Hal tersebut dapat berdampak pada kinerja perbankan pada umumnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas maka penulis ingin meneliti apakah kebijakan dikeluarkannya BI Rate Repo tersebut berdampak signifikan terhadap kinerja bank pemerintah khususnya dalam rasio permodalan dan rasio profitabilitas.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. BI Rate

“BI Rate adalah kebijakan tingkat suku bunga yang menerminkan suatu sikap atau *stance* kebijakan moneter yang penetapannya dilakukan oleh Bank Indonesia dan diumumkan kepada masyarakat umum atau publik” (<http://www.bi.go.id>)

Menurut (Indonesia, n.d.) dalam *inflation targeting framework* menyatakan “BI Rate adalah tingkat suku bunga yang merupakan instrumen sinyaling dari Bank Indonesia ditetapkan melalui RDG (Rapat Dewan Gubernur) setiap triwulanan dan berlaku

selama triwulan berjalan (satu triwulan), kecuali jika RDG bulanan menetapkan berbeda dalam triwulan yang sama” (<http://www.bi.go.id>).

Dampak yang ingin diharapkan dengan diterapkannya BI 7 days menurut (Indonesia, n.d.) Pertama, dapat menguatnya sinyal pada kebijakan moneter dengan tingkat suku bunga (*Reverse Repo Rate* 7 hari sebagai acuan utama di pasar keuangan. Kedua, meningkatnya efektivitas transmisi pada kebijakan moneter melalui pengaruhnya pada pergerakan suku bunga pasar uang dan suku bunga perbankan. Ketiga, akan terbentuk pasar keuangan yang lebih dalam, khususnya transaksi dan pembentukan struktur tingkat suku bunga di Pasar Uang Antar Bank (PUAB) untuk tenor 3-12 bulan (<http://www.bi.go.id>).

### 2. Rasio Permodalan

Berikut ini adalah salah satu cara untuk mengukur jumlah kapital yang ada pada suatu bank telah memadai atau belum, (KJPP Tri, Santi & Rekan, 2011):

Primary Ratio. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan permodalan bank dalam menyanggah aset akibat berbagai kerugian yang tidak dapat dihindari. semakin besar semakin bagus

$Primary Ratio = Equity / Total Assets$

Capital Ratio. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan permodalan bank dalam menyanggah sejumlah pinjaman pada nasabah. semakin besar semakin bagus

$Capital Ratio = Equity / Total Loans$

Deposit Risk Ratio. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan bank untuk membayar kembali dana yang disimpan para deposannya, yang harus dijamin pembayarannya oleh capital bank. semakin besar semakin bagus

$Deposit Risk Ratio = Equity / Total Deposit$

Capital Adequacy Ratio (CAR). Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kecukupan modal bank guna menutupi kemungkinan kerugian dalam pemberian kredit dan perdagangan surat-surat berharga. semakin besar semakin bagus

$Capital Adequacy Ratio = Equity / Capital / ATMR$  (Aktiva Tertimbang Menurut Risiko)

### 3. Rasio Profitabilitas

“Rasio Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri” hal ini sama seperti dikutip oleh (Barus & Leliani, n.d.) dan (Afriyanti, 2011) Sedangkan menurut (Brigham & Houston, 2013) “profitabilitas juga menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, pengelolaan aktiva, dan pengelolaan hutang terhadap hasil-hasil operasi.”

(Iskandar, 2008) menyatakan bahwa “Profitabilitas yaitu pencapaian hasil akhir yang diperoleh oleh manajemen dari setiap kebijakan dan keputusan, Rasio Profitabilitas akan digunakan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan aktiva atau asset yang dimiliki dan rasio profitabilitas terdiri dari ROA (*Return on Aset*), ROE (*Return On Equity*) dan *Profit Margin*”

#### 1. Profitabilitas Bank

Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan dan investor, keuntungan yang lebih tinggi yang dapat dicapai oleh perusahaan, akan membuat perusahaan lebih menarik di mata investor. Sedangkan untuk investor, terutama pemegang saham, digunakan untuk menilai dalam mengambil keputusan berinvestasi di perusahaan tersebut (Alamzah & Sanusi, 2015).

Menurut (Tailab, 2014) ada beberapa pengukuran performa keuangan seperti *Return on Assets* (ROA) cara perhitungannya dengan membandingkan laba bersih dengan total aset, *Return on Investment* (ROI) dengan cara membandingkan laba bersih dengan modal, *Return on Equity* (ROE), dan *Operati* dengan cara membandingkan laba bersih dengan total ekuitas on *Profit Margin* (OPM) dengan cara membandingkan Laba Bersih Sebelum Pajak dan Bunga / Penjualan Bersih.

Menurut (Missy, Yuanita, Budiyanto, & Riyadi, 2016) profitabilitas diukur dengan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan laba per saham atau *Earning Per Share* (EPS) yang perhitungannya dengan cara mambandingkan laba bersih dengan

jumlah saham. Alasan untuk menggunakan EPS adalah karena dapat menerangkan prospek pendapatan perusahaan di masa depan.

Menurut (Riyadi, 2016), untuk memperoleh hasil perhitungan rasio supaya agar mendekati pada kondisi yang sesungguhnya, maka posisi asset atau modal dilakukan perhitungan secara rata-rata selama periode perhitungan.

#### 2. Tujuan Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2012) menyatakan bahwa: rasio profitabilitas mempunyai tujuan bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu: (1) Untuk menghitung atau mengukur laba yang diperoleh suatu perusahaan dalam satu periode tertentu. (2) Untuk menilai posisi laba suatu perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun berjalan. (3) Untuk menilai perkembangan tingkat laba dari masa ke masa. (4) Untuk menilai besarnya perolehan laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. (5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana suatu perusahaan yang dimanfaatkan baik berasal dari modal pinjaman maupun modal sendiri.

#### 3. Manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2012) “Manfaat rasio profitabilitas adalah: (1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode. (2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang. (3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu. (4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. (5) Mengetahui besarnya produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

#### METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka dan dokumentasi dengan jenis data sekunder yang diambil dari website masing-masing bank dan data BI Rate periode 2015 hingga 2017 yang

diperoleh dari website resmi BI. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana populasinya adalah seluruh bank pemerintah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sampel yang digunakan bank pemerintah dengan laporan keuangan periode 2015 sampai dengan 2017. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana antara variabel BI Rate terhadap Rasio Permodalan (CAR) dan Rasio Profitabilitas (ROE) dan melakukan analisis Perbandingan Rasio Profitabilitas (ROE) dan Rasio Permodalan (CAR) bank BUMN sebelum dan sesudah penerapan BI Rate

Repo. Data menggunakan rasio permodalan (CAR), Rasio Profitabilitas (ROE), per triwulan periode 2015 hingga tahun 2017. Metode dalam penelitian ini menggunakan uji Koefisien korelasi, Uji koefisien determinasi dan uji paired sample T test dengan bantuan software SPSS V.21

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan Hasil pengamatan mengenai Nilai BI Rate periode 2015 hingga 2017 per triwulan melalui web BI dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel III.1  
Data Perkembangan BI Rate periode 2015 s.d 2017

Thn	2015				2016				2017			
BI Rate	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	7.5	7.5	7.5	7.5	7	5.87	5.17	4.75	4.75	4.75	4.5	4.25

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa 2015 dan pada awal tahun 2016 dan tahun besarnya nilai BI rate berkisar 7% di tahun 2017 BI Rate berkisar 4% hingga 5%.

Gambar III.1  
Perkembangan BI Rate



Berdasarkan gambar grafik di atas dapat disimpulkan nilai BI Rate selama tiga tahun mengalami penurunan sejak menggunakan BI Rate Repo 7 days.

Tabel III.2

Data CAR Bank BUMN

CAR							
Jenis Bank	Tahun	2015				2016	
	Kwartal	I	II	III	IV	I	II
BNI		17.83	17.11	17.43	19.49	19.87	19.3
BTN		15.05	14.78	15.78	16.97	16.5	22.07
BRI		20.08	20.41	20.59	20.59	19.49	22.1
MANDIRI		17.87	17.63	17.81	18.6	18.48	21.78
Average		17.71	17.48	17.90	18.91	18.59	21.31

Jenis Bank	Tahun	2016		2017			
	Kwartal	III	IV	I	II	III	IV
BNI		18.39	19.36	19	18.99	19.01	18.53
BTN		20.6	20.34	18.9	18.38	16.97	18.87
BRI		21.88	22.91	20.86	21.67	22.17	22.96
MANDIRI		22.63	21.36	21.11	21.55	21.98	21.64
Average		20.88	20.99	19.97	20.15	20.03	20.50

Berdasarkan data rasio Permodalan (CAR) di atas dapat disimpulkan bahwa; pertama; bank bni pada kwartal I tahun 2015 berkisar 17.83% dan mengalami kenaikan berturut-turut hingga kuwartal III tahun 2017 namun kembali menurun pada kuwartal IV tahun 2017 menjadi 18.53%, kedua; bank BTN mengalami fluktuasi nilai CAR per kwartal terendah berkisar 14.78% pada kuwartal II tahun 2015 dan tertinggi pada kwartal III

tahun 2016 berkisar 20.6%, ketiga; Bank BRI nilai CAR terus mengalami penurunan dari kwartal I tahun 2015 berkisar 20.08% menjadi 19.49% di kwartal I tahun 2016 dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2017, keempat; bank mandiri nilai rasio CAR mengalami fluktuatif dari tahun 2015 hingga 2017 dimana nilainya hanya berkisar 17% hingga 22%.

Tabel III.3  
Data ROE Bank BUMN

ROE							
Jenis Bank	Tahun	2015				2016	
	Kwartal	I	II	III	IV	I	II



BNI	23.08	9.54	16.06	17.21	17.89	12.59	
BTN	15.31	15.62	15.13	16.84	15.89	16.22	
BRI	29.84	29.22	29.6	29.89	26.55	25.24	
MANDIRI	23.84	23.68	22.49	23.03	17.84	13.33	
Average	23.02	19.52	20.82	21.74	19.54	16.85	
Jenis Bank	Tahun	2016		2017			
	Kwartal	III	IV	I	II	III	IV
BNI		14.61	15.54	16.03	15.56	15.94	15.6
BTN		15.76	18.35	14.6	15.64	16.34	18.11
BRI		23.97	23.08	18.77	19.12	19.27	20.03
MANDIRI		13.76	11.12	13.4	14.43	14.68	14.53
Average		17.03	17.02	15.70	16.19	16.56	17.07

Berdasarkan data rasio Profitabilitas (ROE) di atas dapat disimpulkan bahwa; pertama; bank bni memiliki nilai ROE yang stabil antara 14% hingga 23% meski sempat mengalami penurunan drastis yakni berkisar 9.5% di kuartal II tahun 2015, kedua; bank BTN mengalami fluktuasi nilai ROE per kuartal terendah berkisar 14.6% pada kuartal III tahun 2015 dan tertinggi pada kuartal IV tahun 2016 berkisar 18.35%, ketiga; Bank BRI nilai ROE terendah berkisar 18.77 berada di kuartal I tahun 2017 dan tertinggi berkisar 29.89% berada di kuartal IV tahun 2016,

keempat; bank mandiri nilai ROE terendah berkisar 11.12 berada di kuartal IV tahun 2016 dan tertinggi berkisar 23.84% berada di kuartal I tahun 2015.

1. Uji Koefisien Determinasi

a. Pengaruh BI Rate Terhadap Rasio Permodalan (CAR)

H01: Tidak Ada Pengaruh yang signifikan antara BI Rate terhadap Rasio Permodalan (CAR)

Ha1: Ada Pengaruh yang signifikan antara BI Rate Terhadap Rasio Permodalan (CAR)

Tabel III.4  
Model Summary

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.526 <sub>a</sub>	.276	.261	1.79228	.276	17.566	1	46	.000

a. Predictors: (Constant), BI RATE

Berdasarkan hasil di atas diperoleh bahwa nilai Sig. Sebesar 0.000 < 0.05 maka

keputusan terima Ha, kesimpulannya ada pengaruh antara BI Rate terhadap rasio

Permodalan (CAR). Apabila di lihat dari nilai R Square diperoleh 0.276 atau 27.6 %, dimana bahwa rasio permodalan dipengaruhi oleh BI Rate sebesar 27.6%, sisanya 72.4% dipengaruhi faktor lain

b. Pengaruh BI Rate Terhadap Rasio Profitabilitas (ROE)

Hipotesa:

H01: Tidak Ada Pengaruh yang signifikan antara BI Rate terhadap Rasio Profitabilitas (ROE)

Ha1: Ada Pengaruh yang signifikan antara BI Rate Terhadap Rasio Profitabilitas (ROE)

Tabel III.5  
Model Summary

Model Summary				Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square		Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.414 <sup>a</sup>	.172	.154	4.66294	.172	9.539	1	46	.003

a. Predictors: (Constant), BI RATE

Berdasarkan hasil di atas diperoleh bahwa nilai Sig. Sebesar 0.003 < 0.05 maka keputusan terima Ha, kesimpulannya ada pengaruh antara BI Rate terhadap rasio Profitabilitas (ROE). Apabila di lihat dari nilai R Square diperoleh 0.172 atau 17.2 %, dimana bahwa rasio permodalan dipengaruhi oleh BI Rate sebesar 17.2%, sisanya 82.8% dipengaruhi faktor lain

2. Uji Paired Sampel T Test

a. Uji Perbandingan Rasio Permodalan

Ho3: Tidak ada perbedaan antara nilai Rasio Permodalan (CAR) Bank BUMN antara sebelum Kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah

Ha3: ada perbedaan antara nilai Rasio Permodalan (CAR) Bank BUMN antara sebelum Kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah

Tabel III.6  
Paired Sampel Test Rasio CAR

Paired Samples Test		Paired Differences			95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
Pair		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper			
1	CAR SEBELUM - CAR SESUDAH	-1.77000	1.55716	.63571	-3.40414	-.13586	-2.784	5	.039

Berdasarkan hasil di atas diperoleh bahwa nilai Sig. Sebesar 0.039 < 0.05 maka keputusan terima HA, kesimpulannya ada

Perbedaan Nilai Rasio Permodalan (CAR) sebelum dan sesudah adanya kebijakan BI Rate Repo.

Tabel III. 7  
Paired Sampel Statistik Rasio ROE

Paired Samples Statistics		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	CAR SEBELUM	18.6500	6	1.41151	.57625
	CAR SESUDAH	20.4200	6	.44055	.17985

Berdasarkan hasil Output data di atas diperoleh Nilai rata-rata CAR Bank BUMN Sebelum Kebijakan BI Rate Repo sebesar 19.65 sedangkan sesudah kebijakan BI Rate Repo sebesar 20.42

b. Uji Perbandingan Rasio Profitabilitas

Ho3: Tidak ada perbedaan antara nilai Rasio Profitabilitas (ROE) Bank BUMN antara sebelum Kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah

Ha3: ada perbedaan antara nilai Rasio Profitabilitas (ROE) Bank BUMN antara sebelum Kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah

Tabel III.8  
Paired Sampel Test rasio ROE

Paired Samples Test		Paired Differences			95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper			
Pair 1	ROE SEBELUM - ROE SESUDAH	3.65333	2.36621	.96600	1.17015	6.13652	3.782	5	.013

Berdasarkan hasil di atas diperoleh bahwa nilai Sig. Sebesar  $0.013 < 0.05$  maka keputusan terima  $H_A$ , kesimpulannya ada

Perbedaan Nilai Rasio Profitabilitas (ROE) sebelum dan sesudah adanya kebijakan BI Rate Repo.

Tabel III. 9  
Paired Sampel Statistik Rasio ROE

Paired Samples Statistics		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	ROE SEBELUM	20.2483	6	2.13611	.87206
	ROE SESUDAH	16.5950	6	.55888	.22816

Berdasarkan hasil Output data di atas diperoleh Nilai rata-rata ROE Bank BUMN

Sebelum Kebijakan BI Rate Repo sebesar 20.24 sedangkan sesudah kebijakan BI Rate

Repo sebesar 16.59.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil pembahasan uji koefisien korelasi, uji determinasi dan uji perbandingan yang dilakukan antara tingkat BI Rate dengan Rasio permodalan (CAR) dan Rasio Profitabilitas (ROE) adalah sebagai berikut: pertama; BI Rate memiliki hubungan signifikan yang negatif terhadap rasio permodalan (CAR) sedangkan terhadap rasio profitabilitas (ROE) memiliki hubungan signifikan yang positif, kedua; BI Rate mempengaruhi Rasio Permodalan (CAR) sebesar 27.6% sedangkan terhadap Rasio Profitabilitas sebesar 17.2%, ketiga; Tingkat Rasio Permodalan (CAR) memiliki Perbedaan yang signifikan antara sebelum kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah Kebijakan, keempat; Tingkat Rasio profitabilitas (ROE) memiliki Perbedaan yang signifikan antara sebelum kebijakan BI Rate Repo dengan Sesudah Kebijakan.

#### **REFERENSI**

- Afriyanti, M. (2011). *Analisis Pengaruh Current Ratio, Total Aset Turnover, Debt To Equity Ratio, sales, dan size terhadap ROA*. Semarang.
- Alamzah, N., & Sanusi, A. (2015). *Financial Decision, Innovation, Profitability and Company Value: Study on Manufacturing Company Listed in Indonesian Stock Exchange*. 7(2), 72–78.
- Barus, A. C., & Leliani. (n.d.). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil*, 3(2), 112.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (11 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Indonesia, B. (n.d.). BI 7-day (Reverse) Repo Rate.
- Iskandar, S. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Semesta Asa Bersama.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGravindo Persada.

KJPP Tri, Santi & Rekan. (2011). <http://www.kjpptrisanti.com>

Missy, Yuanita, Budiyanto, & Riyadi, S. (2016). Influence of capital structure, size and growth on profitability and corporate value. *Ijbfmr*, 4, 80–101.

Riyadi, S. (2016). *Banking Asset and Liability Management*. Jakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis.

Tailab, M. M. K. (2014). *The Effect of Capital Structure on Profitability of Energy American Firms*. 3(12), 54–61. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6635-1.ch018>

#### **BIODATA PENULIS**

**Sofyan Marwansyah**, seorang staff akademik di universitas bina sarana informatika, mulai aktif mengajar pada tahun 2006 dan mulai aktif menulis jurnal pada tahun 2010 dengan jurnal pertama berjudul PENENTUAN PORTOFOLIO SAHAM YANG EFISIEN PADA LIMA PERUSAHAAN MINYAK DAN GAS BUMI (MIGAS) di jurnal perspektif.

**Sri Rusiyati**, seorang praktisi di bidang akunting, keuangan dan perpajakan yang mengabdikan diri sebagai dosen di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri Jakarta dan Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta dan mulai aktif menulis jurnal pada tahun 2017 dengan judul pertama yaitu PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA SBI DAN KURS NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP DOLAR AS TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN FARMASI DI BURSA EFEK JAKARTA di jurnal Cakrawala.

## Determinan Kinerja Keuangan Dengan *Size* Sebagai Moderasi

Peni Setiyo Wati<sup>1</sup>, JMV Mulyadi<sup>2</sup>, Widarto Rachbini<sup>3</sup>

Universitas Pancasila,

<sup>1</sup>stypeny@gmail.com

<sup>2</sup>jmv.mulyadi@univpancasila.ac.id

<sup>3</sup>widarto@unipancasila.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan kinerja keuangan dengan *firm size* sebagai moderasi. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari : *total asset turnover*, likuiditas, *net profit margin*, *leverage*, *firm age* dan *firm size*. *Firm size* diproporsikan sebagai variabel pemoderasi pengaruh *total asset turnover*, likuiditas, *net profit margin*, *leverage*, *firm age* terhadap kinerja keuangan. *Proxy* kinerja keuangan dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). Fenomena dari penelitian ini adalah terdapat inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu dan terjadi pergerakan fluktuatif dari kinerja keuangan pada perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014 – 2017. Data penelitian ini diperoleh 208 perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2017. Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah dengan menggunakan program WARP-PLS 6.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *total asset turnover*, likuiditas, *net profit margin*, *leverage*, *firm age*, memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. *Firm size* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. *Firm size* memoderasi pengaruh *net profit margin*, *firm age* terhadap kinerja keuangan. *Firm size* tidak memoderasi pengaruh *leverage* terhadap kinerja keuangan. *Firm size* tidak memoderasi pengaruh *total asset turnover*, likuiditas, *leverage* terhadap kinerja keuangan.  
**Kata Kunci :** Kinerja Keuangan, *Total Asset Turnover*, Likuiditas, *Net Profit Margin* dan *Leverage*.

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to to examine the determinants of financial performance with firm size as moderation. The factors used in this study consist of: total asset turnover, liquidity, net profit margin, leverage, firm age and firm size. Firm size is proportional as the moderating variable of the effect of total asset turnover, liquidity, net profit margin, leverage, firm age on financial performance. Proxy of financial performance using Return On Assets (ROA). The phenomenon of this study is there are inconsistencies from the results of previous researches and there are fluctuating movement of financial performance in manufacturing industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2014 - 2017. The data of this study were obtained 208 manufacturing industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for period 2014-2017. The analysis technique used for hypothesis testing is using the WARP-PLS 6.0 program. The test results show that total asset turnover, liquidity, net profit margin, leverage, firm age, have a significant effect on financial performance. Firm size has no significant effect on financial performance. Firm size moderates the effect of net profit margin, firm age on financial performance. Firm size does not moderate the effect of leverage on financial performance. Firm size does not moderate the effect of total asset turnover, liquidity, leverage on financial performance.*

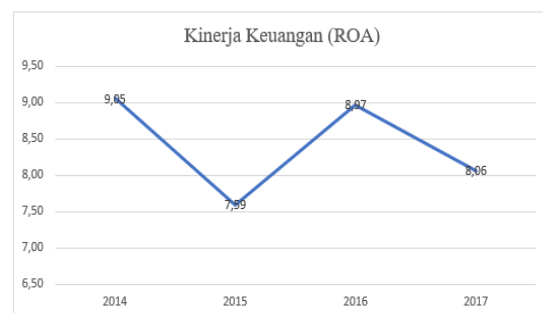
**Keywords:** *Financial Performance, Total Asset Turnover, Liquidity, Net Profit Margin and Leverage*

Naskah diterima: 29 Agustus 2019, direvisi: 01 September 2019, diterbitkan: 16 September 2019

## PENDAHULUAN

Kinerja keuangan perusahaan dapat diartikan sebagai prospek atau masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Informasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi, yang mungkin dikendalikan di masa depan dan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang ada (Sundjaja & Barlian, 2003). Evaluasi kinerja keuangan dapat dilakukan menggunakan analisis laporan keuangan, dimana data pokok sebagai input dalam analisis ini adalah neraca dan laporan laba rugi. Analisis kinerja keuangan pada dasarnya dibuat untuk melihat prospek dan risiko perusahaan. Prospek bisa dilihat dari tingkat keuntungan (profitabilitas) dan risiko bisa dilihat dari kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau mengalami kebangkrutan. Dengan menggunakan rasio ini dapat mengetahui kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*). Tingkat profitabilitas, menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal yang dimilikinya (Maith, 2013). *Total asset turnover* merupakan rasio aktivitas yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya yang berupa asset. Semakin tinggi efisien penggunaan asset dan semakin cepat pengembalian dana dalam bentuk kas (Halim, 2007). Likuiditas menurut (Riyanto, 2001) adalah berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi. *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. “Semakin tinggi *Net Profit Margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan” (Syamsuddin, 2013.) Artinya semakin tinggi persentase laba bersih setelah pajak yang dihasilkan terhadap penjualan, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan kaitannya dengan seberapa besar aktiva yang diperoleh dari

hutang dan modal (Widiyanti, M., & Elfina, 2015). Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. *Firm age* digunakan untuk mengukur pengaruh lamanya perusahaan beroperasi terhadap kinerja keuangan (Chang, S.J. and Hong, 2002). Perusahaan-perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar memiliki dorongan yang kuat untuk menyajikan tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan yang lebih besar diteliti dan dipandang dengan lebih kritis oleh para investor (Munawir, 2007). Penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan industri manufaktur dikarenakan perusahaan sektor ini memberikan kontribusi yang cukup besar bagi negara dan sektor ini sedang mengalami tren penurunan yang telah terjadi dari tahun 2011 meski demikian sumbangan industri manufaktur terhadap penerimaan pajak negara dinilai masih cukup tinggi.



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) , data diolah (2019)

**Grafik 1. Pergerakan Rata-Rata Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017**

Dari grafik 1 terlihat bahwa rata – rata kinerja keuangan yang diproyeksi dengan ROA (*Return On Assets*) selama 4 (empat) tahun mengalami fluktuatif dan menunjukkan terjadinya ketidakkonsistenan pada sektor industri manufaktur. Pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 9,05, tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 7,59, tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 8,97 dan pada tahun 2017 mengalami penurunan

menjadi 8,06. Fluktuasi naik turun dan menjadi tidak konsisten inilah yang merupakan fenomena utama dalam penelitian ini. Semakin besar ROA maka diartikan semakin bagus. Analisa penyebab kenaikan ROA diantaranya laba bersih naik aset total turun, laba bersih naik aset total stagnan, laba bersih dan aset total naik (kenaikan laba lebih besar dibandingkan aset total). ROA naik implikasinya berarti dengan sumber daya yang dimiliki (aset total), perusahaan mampu memaksimalkannya menjadi laba bersih. Sedangkan analisa penyebab ROA turun diantaranya laba bersih turun, aset total naik, laba bersih turun, aset total stagnan dan laba bersih dan aset total turun (penurunan laba bersih dibanding aset total).

## KAJIAN LITERATUR

### Grand Theory

#### 1. *Theori Signaling/ Teori Sinyal*

Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Isyarat merupakan tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dan memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

#### 2. *Teori Akuntansi Positif*

Teori akuntansi positif merupakan varian dari teori ekonomi positif. Teori ini berkembang seiring dengan kebutuhan untuk menjelaskan dan memprediksi realitas praktik-praktik akuntansi yang ada di masyarakat dan untuk menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan —*what it is* (Watts & Zimmerman, 1986).

### Middle Range Theory

#### Teori Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan berorientasi pada pelaporan pihak eksternal (Martani D., 2012). Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*).

### Applied Theory

#### 1. Kinerja Keuangan

Kinerja berasal dari pengertian *performance* (Sugiyono, 2007). Ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan mempunyai beberapa tujuan diantaranya: Untuk mengetahui likuiditas, tingkat solvabilitas, tingkat profitabilitas atau rentabilitas, dan tingkat aktivitas usaha (Munawir, 2004). Kinerja Keuangan dapat dirumuskan sebagai berikut (Utami, Wikan Budi, 2016):

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

#### 2. *Perputaran Total Aset / Total Asset Turnover*

TATO merupakan rasio pengelolaan aktiva terakhir, mengukur perputaran atau pemanfaatan dari semua aktiva perusahaan (J. F. Weston & Brigham, 1989). *Total asset turnover* secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Keown, Martin, Petty, & Scott, 2008), (Sunjoko, Mary Ivana, 2016) :

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

#### 3. *Likuiditas*

Likuiditas menyangkut masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi (Riyanto, 2001). Formulasi dari *current ratio* (CR) adalah sebagai berikut (Sawir, 2001), (Hernawati, 2007):

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

#### 4. *Net Profit Margin (NPM)*

*Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. “Semakin tinggi *Net Profit Margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan” (Syamsuddin, 2013.). formulasi dari *net profit margin* adalah sebagai berikut (Wardani & Dewi, 2015) & (Isbanah, 2015) :

$$NPM = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Penjualan}}$$

#### 5. *Leverage (LEV)*

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan kaitannya dengan seberapa besar aktiva yang diperoleh dari hutang dan modal (Widiyanti, M., & Elfina, 2015).

$$LEV = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$$

**6. Umur Perusahaan / Firm Age**

Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. *Firm age* digunakan untuk mengukur pengaruh lamanya perusahaan beroperasi terhadap kinerja keuangan (Chang, S.J. and Hong, 2002).

AGE = Laporan tahunan keuangan terakhir-Tahun perusahaan pertama *go public*.

**7. Ukuran Perusahaan / Size**

Terdapat tiga teori yang secara *implicit* menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan (Kusuma, 2005).

$$SIZE = \text{Ln}(\text{Total Assets})$$

**Model Penelitian**

*Total Assets Turnover* sendiri merupakan rasio antara penjualan dengan total aktiva yang mengukur efisiensi penggunaan aktiva secara keseluruhan. Perputaran total aset berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (Tjandra, 2015), (Asiah, 2011), (Noor, 2011), (Haryo, Mercky, Amzul Rifin, 2017), (Dwiarti, 2016), (Suyono & Gani, 2018) & (Arisadi & Djazuli, 2013). Perputaran total aset tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (Wardani, A. K., & Dewi, 2016), (Sunjoko, Mary Ivana, 2016) & (Febriano, 2014).

*Current ratio* biasanya digunakan sebagai alat untuk mengukur keadaan likuiditas suatu perusahaan. Likuiditas berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Asiah, 2011), (Hernawati, 2007), (Sunjoko, Mary Ivana, 2016), (Utami, Wikan Budi, 2016), (Febriano, 2014), (Suyono & Gani, 2018) & (Arisadi & Djazuli, 2013). Likuiditas tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Noor, 2011) dan (Dwiarti, 2016).

*Net Profit Margin* atau margin keuntungan adalah untuk menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar angka yang dihasilkan, menunjukkan kinerja yang semakin baik. *Net profit margin* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Tjandra, 2015), (Noor, 2011) sedangkan *net profit margin*

tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Wardani & Dewi, 2015) & (Febriano, 2014).

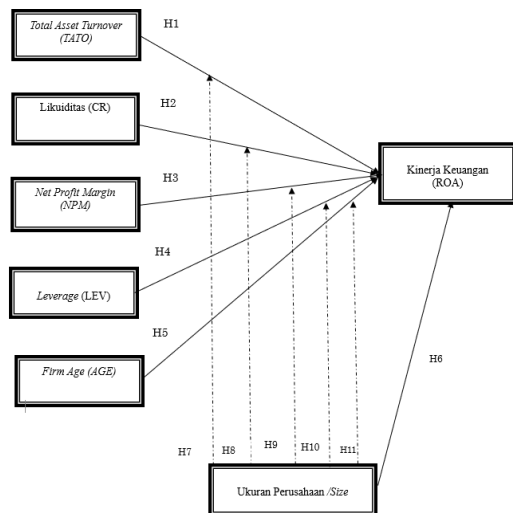
*Leverage* juga dapat didefinisikan sebagai besarnya rasio total aset dalam setiap ekuitasnya. *Leverage* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Indarti & Extaliyus, 2013), (Tjandra, 2015), (Asiah, 2011), (Utami, Wikan Budi, 2016), (Febriano, 2014), (Arisadi & Djazuli, 2013) & (Isbanah, 2015). Sedangkan hasil penelitian yang menunjukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Noor, 2011), (Dwiarti, 2016) & (Suyono & Gani, 2018).

*Firm age* diukur dari lamanya perusahaan tercatat di bursa (dalam satuan tahun). Penelitian yang menyatakan bahwa *firm age* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Manik, 2011) & (Goldwin & Christiawan, 2017). Sedangkan penelitian yang menunjukan bahwa *firm age* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Arisadi & Djazuli, 2013).

Perusahaan besar dan *go public* akan mudah untuk menuju ke pasar modal (J. F. B. Weston, 1994). Hasil penelitian yang menunjukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Ahmadi, 2017), (Isbanah, 2015) & (Arisadi & Djazuli, 2013). Sedangkan penelitian yang menunjukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Kasih, 2014) & (Goldwin & Christiawan, 2017).

Berdasarkan kajian teori di atas dan inkonsistensi penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini dapat digambarkan dengan model penelitian sebagai berikut:





Sumber : Penelitian 2019

Gambar 2 Kerangka Pemikiran Teoritis

**Hipotesis**

- H1 : *Total asset turnover* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H2 : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H3 : *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H4 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H5 : *Firm age* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H6 : *Size* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H7 : *Size* memoderasi pengaruh *total asset turnover* terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H8 : *Size* memoderasi pengaruh likuiditas terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H9 : *Size* memoderasi pengaruh *net profit margin* terhadap kinerja keuangan (ROA).
- H10 : *Size* memoderasi pengaruh *leverage* terhadap kinerja keuangan (ROA).

H11 : *Size* memoderasi pengaruh *firm age* terhadap kinerja keuangan (ROA).

**METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel**

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan keuangan auditan tahunan perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017 dan total sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 52 perusahaan dengan jumlah observasi sebesar 208 perusahaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang disesuaikan dengan kriteria tertentu.

**Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modelling* (SEM) karena model penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh dan variabel independen dan dependen merupakan variabel laten yang terbentuk dari beberapa konstruk. Dalam model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program WarpPLS 6.0 (Kock, n.d.). WarpPLS merupakan *software* pemodelan persamaan struktural yang kuat untuk mengidentifikasi hubungan non linear diantara variabel laten dan mengoreksi kesesuaian nilai koefisien jalur (Latan & Ghozali, 2017:27). Proses tahapan analisis menggunakan PLS-SEM, terdapat enam proses tahapan. Setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya yaitu Konseptualisasi Model, Menentukan Metoda Analisis *Algorithm*, Menentukan Metode Resampling, Menggambarkan Diagram Jalur, Melaporkan Hasil Analisis, Evaluasi Model (Latan & Ghozali, 2017:47).

**PEMBAHASAN**

**Statistik Deskriptif**

Tabel 1  
Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	N	Min	Max	Mean	Std Deviasi
<b>Kinerja Keuangan</b>	ROA	208	0,001	0,527	0,084	0,075
<b>Total Asset Turnover</b>	TATO	208	0,361	3,057	1,110	0,485
<b>Likuiditas</b>	CR	208	0,514	15,164	2,875	2,403
<b>Net Profit Margin</b>	NPM	208	-0,001	0,815	0,087	0,099
<b>Leverage</b>	LEV	208	0,071	5,200	0,929	0,827

<i>Firm Age</i>	AGE	208	0,000	36,000	20,88	8,580
<b>Ukuran Perusahaan</b>	SIZE	208	11,804	19,505	14,96	1,713

Sumber : Data penelitian diolah dengan WarpPls 6.0

Tabel 1 diatas menunjukkan jumlah sampel sebanyak 52 sampel dengan periode 4 tahun maka N = 208. Dari data 208 data ROA, nilai minimum sebesar 0.001 dan nilai maximum 0.527. TATO dengan nilai minimum 0.361 dan nilai maximum 3.057. CR dengan nilai minimum 0.361 dan nilai maximum 15.164. NPM dengan nilai minimum 0.001 dan nilai maximum 0.815. LEV dengan nilai minimum 0.071 dan nilai maximum 5.200. AGE dengan nilai minimum 0.000 dan nilai maximum

36.000. SIZE dengan nilai minimum 11.804 dan nilai maximum 11.804

**Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**

Evaluasi inner model pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Adjusted R-squared*, *Goodness of Fit Model*,  $q^2$  *predictive*, *effect size*, dan *Full Collinearity VIF* serta nilai signifikansi koefisien jalur.

**Tabel 2**  
**Model Fit Indices**

Kriteria	Hasil	P-values	Rule of Thumb	Keterangan
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	0,624	-	≥ 0.70 (kuat), ≥ 0.45 (moderate), ≤ 0.25 (lemah)	Moderate
<b>Average Path Coefficient (APC)</b>	0,173	P=0.003	P < 0,05	Diterima
<b>Average R-Square (ARS)</b>	0,644	P<0.001	P < 0,05	Diterima
<b>Average Adjusted R-Square (AARS)</b>	0,624	P<0.001	P < 0,05	Diterima
<b>Average Block VIF (AVIF)</b>	1,749	-	≤ 3.3, namun nilai ≤ 5, masih dapat diterima	Diterima
<b>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</b>	2,003	-	≤ 3.3, namun nilai ≤ 5, masih dapat diterima	Diterima
<b>Tenenhaus GoF (GoF)</b>	0,803	-	≥ 0,10 (kecil), ≥0,25 (menengah), ≥ 0,36 (besar)	Besar
<b>Statistical Suppression Ratio (SSR)</b>	0,818	-	≥ 0,7	Diterima
<b>R-Squared Contibution Ratio (SRCR)</b>	0,955	-	≥0,9, Ideal =1 masih dapat diterima	Diterima
<b>Nonliner Brivate Casuality Direction Ratio (NLBCDR)</b>	0,909	-	≥ 0,7	Diterima
<b>q2 Predictive Relevance</b>	0,677	-	Q2 > 0 (mempunyai predictive relevance), Q2 < 0 (tidak mempunyai predictive relevance)	Diterima

Sumber : Data penelitian diolah dengan WarpPls 6.0

R-Squared ( $R^2$ ) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar persentase varian konstruk endogen dan dapat dijelaskan oleh variabel prediktor dalam model. Nilai adalah sebesar 62,40% dan termasuk kategori *moderate*, sedangkan sisanya 37,6 % dipengaruhi oleh variabel lain.

APC memiliki indeks 0.173 dengan nilai *p-value* 0.003. Hal ini berarti variabel endogen dan eksogen memiliki hubungan sebab akibat baik secara langsung maupun tidak langsung.

ARS memiliki indeks sebesar 0.644 dengan *p-value* < 0,001. ARS digunakan untuk mengukur akurasi kemampuan *path* model untuk menggambarkan pengaruh antar satu variabel independen dengan *predictive value* (variabel dependen).

Penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas karena nilai AVIF yang harusnya  $\leq 3,3$  sudah terpenuhi karena berdasarkan data tersebut nilai AVIF adalah 1.749. Dengan demikian *inner model* dapat diterima.

*Full collinearity* VIF digunakan untuk pengujian ada tidaknya masalah kolinearitas vertikal dan lateral. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai AFVIF : 2.003 dan kurang dari  $\leq 3,3$ . Nilai ini menunjukkan bahwa model bebas dari masalah kolinearitas vertikal, lateral dan *common method bias*.

Nilai *Average R-Square* (ARS) atau *Q-squared* ( $Q^2$ ) digunakan untuk menilai validitas prediktif atau relevansi dari sekumpulan variabel laten eksogen dan variabel endogen. Output nilai ARS sebesar 0.644.

*Q-squared* ( $q^2$ ) *Predictive Relevance* digunakan untuk menilai validitas prediktif atau relevansi dari sekumpulan variabel laten endogen. Output  $q^2$  model penelitian ini menunjukkan bahwa  $q^2$  bernilai lebih besar dari pada nol yaitu 0,677 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian menunjukkan validitas prediktif yang baik.

**Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai probabilitas (P) < 0,05 atau 5%. Apabila salah satu atau lebih kriteria tersebut tidak terpenuhi maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak.

**Tabel 3**  
Hasil Output Koefisien Jalur & Nilai Signifikansi

Variabel		Kriteria	
		P- <i>coefficients</i>	P- <i>values</i>
TATO	X1	0,32	< 0,001
CR	X2	-0,161	0,009
NPM	X3	0,675	< 0,001
LEV	X4	-0,116	0,045
AGE	X5	0,153	0,012
SIZE	M	-0,038	0,291
SIZE*TAT	M*X5	0,069	0,158
SIZE*CR	M*X4	-0,035	0,306
SIZE*NPM	M*X3	-0,137	0,022
SIZE*LEV	M*X1	-0,047	0,249
SIZE*AGE	M*X2	-0,149	0,014

Sumber : Data penelitian diolah dengan WarpPls 6.0

**Tabel 4**  
Hasil Uji Moderasi

Path	Moderating Effect		Hasil	Kesimpulan
	$\beta$	P- <i>value</i>		
SIZE*T ATO	0,0 69	0,158	Tidak Signifikan	Homologi ser Moderasi
SIZE*C R	- 0,0 35	0,306	Tidak Signifikan	Homologi ser Moderasi
SIZE*N PM	- 0,1 37	0,022	Signifikan	Pure Moderasi
SIZE*L EV	- 0,0 47	0,249	Tidak Signifikan	Homologi ser Moderasi
SIZE*A GE	- 0,1 49	0,014	Signifikan	Pure Moderasi

Sumber : Data penelitian diolah dengan WarpPls 6.0

Model regresi untuk penelitian ini adalah  
**ROA :  $\alpha + ,090$  TATO + 0,28 CR + 0,446 NPM+ 0,029 LEV + 0,032AGE+ 0,001 SIZE+ 0,014TATO \* SIZE + 0,003 CR \* SIZE+ 0,041NPM \* SIZE + 0,000LEV\* SIZE + 0,023AGE \* SIZE +  $\epsilon$ .**

**Pengaruh Total Asset Turnover terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = < 0,001 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,090 (\geq 0,02)$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. Semakin tinggi efisien penggunaan asset dan semakin cepat pengembalian dana dalam bentuk kas (Halim, 2007). Jadi dapat disimpulkan jika semakin efektif perusahaan menggunakan aktivitya menghasilkan penjualan bersihnya menunjukkan semaik baik kinerja yang dicapai oleh perusahaan.

Hasil hipotesis ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian dari (Tjandra, 2015), (Asiah, 2011), (Noor, 2011), (Haryo, Mercky, Amzul Rifin, 2017), (Dwiarti, 2016), (Goldwin & Christiawan, 2017) & (Suyono & Gani, 2018) menunjukkan bahwa perputaran total aset berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

#### **Pengaruh Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,009 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan, dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,028 (\geq 0,02)$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. Likuiditas perusahaan berbanding terbalik dengan profitabilitas (Van & Wachowicz, 2009). Maksudnya, semakin tinggi likuiditas perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin rendah. Semakin tinggi likuiditas semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek.

Hipotesis ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian dari (Asiah, 2011), (Hernawati, 2007), (Sunjoko, Mary Ivana, 2016), (Utami, Wikan Budi, 2016), (Febriano, 2014), (Suyono & Gani, 2018) & (Arisadi & Djazuli, 2013) menunjukan hasil bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

#### **Pengaruh Net Profit Margin terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = < 0,001 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di

*effect size*, dimana nilainya  $0,446 (\geq 0,02)$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk katerogi besar pengaruhnya. *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. “Semakin tinggi *Net Profit Margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan” (Syamsuddin, 2013.) Artinya semakin tinggi persentase laba bersih setelah pajak yang dihasilkan terhadap penjualan, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Hipotesis ini mendukung hasil penelitian dari (Tjandra, 2015), (Noor, 2011) menunjukan hasil bahwa *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

#### **Pengaruh Leverage terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,045 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,029 (\geq 0,02)$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki resiko rugi yang lebih kecil jika kondisi ekonomi sedang menurun, tetapi juga memiliki hasil pengembalian yang lebih rendah jika kondisi ekonomi membaik. Sebaliknya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengemban resiko rugi yang besar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memperoleh laba yang tinggi.

Hipotesis ini mendukung hasil penelitian dari (Indarti & Extaliyus, 2013), (Tjandra, 2015), (Asiah, 2011), (Utami, Wikan Budi, 2016), (Febriano, 2014), (Isbanah, 2015) & (Arisadi & Djazuli, 2013) menunjukan hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

#### **Pengaruh Firm Age terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,012 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,032 (\geq 0,02)$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. Perusahaan yang telah lama berdiri pada umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang

masih baru berdiri dengan umur yang singkat. Perusahaan yang memiliki umur yang lebih lama akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola perusahaannya. Hipotesis ini mendukung hasil penelitian dari (Manik, 2011) & (Goldwin & Christiawan, 2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

#### **Pengaruh *Size* terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,291 \geq 0,05$  yang artinya tidak memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,001 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori sangat kecil pengaruhnya. Menurut (Munawir, 2007) menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar memiliki dorongan yang kuat untuk menyajikan tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan yang lebih besar diteliti dan dipandang dengan lebih kritis oleh para investor.

Hipotesis ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian dari (Kasih, 2014) & (Goldwin & Christiawan, 2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

#### ***Size* Tidak Memoderasi Pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,158 \geq 0,05$  yang artinya tidak memiliki pengaruh signifikan dan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,014 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori sangat kecil pengaruhnya. Hal ini berarti semakin tinggi efisien penggunaan asset dan semakin cepat pengembalian dana dalam bentuk kas tidak tergantung kepada ukuran perusahaan. Dengan demikian teori signal tidak memberikan sinyal yang baik terhadap pengaruh *total asset turnover* terhadap kinerja keuangan.

#### ***Size* Tidak Memoderasi Pengaruh Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,306 \geq 0,05$  yang artinya tidak memiliki pengaruh signifikan dan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,003 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori sangat kecil pengaruhnya. Pada industri manufaktur, dari tahun ke tahun sejak 2011 mengalami penurunan dan tidak mencapai batas nilai likuiditas. Penurunan likuiditas diakibatkan oleh nilai hutang lancar yang terus meningkat tanpa diseimbangi dengan peningkatan aktiva lancar dan menurunkan kepercayaan investor. Kesimpulan dari hipotesis ini adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimilikinya tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

#### ***Size* Memoderasi Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,022 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,041 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. Semakin tinggi persentase laba bersih setelah pajak yang dihasilkan terhadap penjualan / *net profit margin*, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan semakin luas atau besar suatu ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi jumlah produktifitas, produk dan penjualan yang dihasilkan.

#### ***Size* Tidak Memoderasi Pengaruh *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,249 \geq 0,05$  yang artinya tidak memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,000 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori sangat kecil pengaruhnya. Pada industri manufaktur contohnya perusahaan mobil, dengan ukuran perusahaan yang besar maka memerlukan banyak peralatan, oleh karenanya mengakibatkan tingkat leverage tinggi, biaya

*cost* naik, biaya *overhead* naik . Kenaikan biaya tersebut terjadi disaat kondisi ekonomi sedang melemah sejak tahun 2011, maka akan menurunkan penjualan sehingga mengakibatkan profitabilitas turun dan investor kurang tertarik untuk menanamkan saham di perusahaan tersebut. Kesimpulan dari hipotesis ini adalah perusahaan yang penggunaan hutang yang kecil tidak berpengaruh terhadap seberapa besar ukuran dari suatu perusahaan.

#### **Size Memoderasi Pengaruh Firm Age terhadap Kinerja Keuangan (ROA).**

Hasil uji menunjukkan nilai  $P\text{-value} = 0,014 \leq 0,05$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $R^2$  dapat dilihat di *effect size*, dimana nilainya  $0,023 (\geq 0,02$  (kecil),  $\geq 0,015$  (menengah),  $\geq 0,35$  (besar) yang termasuk kategori kecil pengaruhnya. perusahaan yang telah lama berdiri dan memiliki ukuran yang besar pada umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru berdiri dengan umur yang singkat.

#### **PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana determinasi kinerja keuangan dengan *size* sebagai moderasi pada perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017 dengan variabel independen sebagai berikut *total asset turnover* , likuiditas, *net profit margin*, *leverage* dan *firm age*. Penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modelling* (SEM) WarpPLS 6.0. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut : *Total asset turnover* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017.

*Leverage* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Firm age* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* tidak memoderasi pengaruh *total asset turnover* terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* tidak memoderasi pengaruh likuiditas terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* memoderasi pengaruh *net profit margin* terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* tidak memoderasi pengaruh *leverage* terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017. *Size* memoderasi pengaruh *firm age* terhadap kinerja keuangan yang diproxykan dengan ROA pada perusahaan industri manufaktur pada periode 2014-2017.

#### **REFERENSI**

- Ahmadi, M. (2017). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Ukuran Perusahaan (Size) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Perbankan. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Asiah, A. N. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Industri Tekstil yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. *Socioscientia Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2).
- Chang, S.J. and Hong, J. (2002). How Much does the Business Group Matter in Korea? *Strategic Management Journal*, 23 (3), 265-274.
- Dwiarti, R. (2016). Evaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal SosioHumaniora*, 4(5).

- Febriano, V. H. (2014). Pengukuran Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode Return On Asset (ROA) dan Economic Value Added (EVA) Pada PT.XL Axiata Tbk.
- Goldwin, J., & Christiawan, Y. J. (2017). Pengaruh penerapan corporate governance terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan ukuran perusahaan dan umur perusahaan sebagai variabel kontrol. *Business Accounting Review*, 5(2), 217–228.
- Halim, A. (2007). Manajemen Keuangan Bisnis. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Haryo, Mercky, Amzul Rifin, and B. S. (2017). Factors Affecting Profitability on Animal Feed Companies in Indonesia." *Agro Ekonomi* 28.2: 289-308.
- Hernawati, I. (2007). Analisis Pengaruh Efisiensi Modal, Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Jakarta). Universitas Negeri Semarang.
- Indarti, M. G. K., & Extaliyus, L. (2013). Pengaruh Corporate Governance Preception Index (CGPI), Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 20(2).
- Isbanah, Y. (2015). Pengaruh Esop, Leverage, And Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(1), 28–41.
- Kasih, A. P. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Keown, A. J., Martin, J. D., Petty, J. W., & Scott, D. F. (2008). JR. 2005. *Financial Management*.
- Kock, N. (2009). (n.d.). Warp PLS 1.0 User Manual. ScriptWarp Systems, Laredo Texas. Retrieved from <http://www.scriptwarp.com/warppls/UserManual.pdf>.
- Kusuma, H. (2005). Size Perusahaan dan Profitabilitas: Kajian Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Economic Journal of Emerging Markets*, 10(1).
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0* (Edisi Keti). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maith, H. A. (2013). Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Manik, T. (2011). Analisis pengaruh kepemilikan manajemen, komisaris independen, komite audit, umur perusahaan terhadap kinerja keuangan. *JEMI*, 2(2), 25–36.
- Martani D. (2012). Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawir. (2004). Analisis Laporan Keuangan Edisi Keempat Cetakan Kelima. Yogyakarta: Liberty Jogya.
- Munawir. (2007). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty. Pachta W.
- Noor, J. (2011). Metodologi Penelitian, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Riyanto, B. (2001). Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan Edisi 4. *Yogyakarta: BPFE*.
- Sawir, A. (2001). Analisis Laporan Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. *Jakarta. Gramedia Pustaka Utama*.
- Sugiyono, E. W. (2007). Statistika Penelitian, Edisi I, Bandung : Alfabeta.
- Sundjaja, R., & Barlian, I. (2003). Manajemen Keuangan 2 Edisi Keempat. *Bandung: Literata Lintas Media*.
- Sunjoko, Mary Ivana, and E. J. A. (2016). Effects of inventory turnover, total asset turnover, fixed asset turnover, current ratio and average collection period on profitability." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 18.1 (2016): 79-83.
- Suyono, S., & Gani, E. A. (2018). Analisa Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Modal Kerja dan Rasio Solvabilitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di BEI (Periode 2011-2016). *PROCURATIO (Jurnal Ilmiah*

- Manajemen*), 6(1), 111–121.
- Syamsuddin, L. 2013. (n.d.). *Manajemen Keuangan Perusahaan Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjandra, E. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Leverage Dan Profitabilitas Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Indonesia.
- Utami, Wikan Budi, and S. L. P. (2016). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Manajemen Aset Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Go Publik Yang Terdaftar Dalam Kompas 100 di Indonesia." *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 17.01 (2016).
- Van, H. J. C., & Wachowicz, J. M. (2009). Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan. alih bahasa Dewi Fitriyani dan Deny A. *Kwary. Jakarta: Salemba*.
- Wardani, A. K., & Dewi, F. R. (2016). Analisis Struktur Modal terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Utama yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(2), 134-148.
- Wardani, A. K., & Dewi, F. R. (2015). Analisis Struktur Modal terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Utama yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(2), 134-148.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*.
- Weston, J. F. B. (1994). *Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga. *Dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Erlangga*.
- Weston, J. F., & Brigham, E. F. (1989). *Package Preview: Essentials of Managerial Finance*. Dryden Press.
- Widiyanti, M., & Elfina, F. D. (2015). Pengaruh Financial Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol.13 No.1.Ali, Mohammad. 2014. Relationship between Financial Leverage an.

#### BIODATA PENULIS

**Peni Setiyo Wati**, Pendidikan S1 di Institut STIAM I Jakarta - lulus tahun 2015, jurusan Administrasi Publik, konsentrasi Perpajakan dan Pendidikan S2 di Universitas Pancasila jurusan Magister Akuntansi – lulus tahun 2019. Menjadi *Manager Accounting & Tax* di perusahaan swasta PMA sejak tahun 2016.

**JMV Mulyadi**, Dosen di Universitas Pancasila. Pendidikan S1 di Universitas Trisakti – lulus tahun 1986. Pendidikan S2 di Sekolah Tinggi Manajemen Ppm tahun 1996. Pendidikan S3 di Universitas Persada Indonesia (YAI) tahun 2006. Menjadi Ketua Program Magister Akuntansi di Universitas Pancasila dan Dosen S2 di IBS.

**Widarto Rachbini**, Dosen di Universitas Pancasila. Pendidikan S1 di Institut Pertanian Bogor – lulus tahun 1986. Pendidikan S2 di Universitas Indonesia tahun 1997. Pendidikan S3 di Institut Pertanian Bogor tahun 2005. Aktif mengajar sejak tahun 2015. Menjadi sekretaris dan dosen program doktoral di Universitas Pancasil



# **Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kinerja Pegawai**

**Chandra Lukita**

STMIK Catur Insan Cendekia Cirebon  
chandralukita9@gmail.com

## **ABSTRAK**

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Pegawai serta Dampaknya pada Kinerja Pegawai (Studi pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris se Wilayah Ciayumajakuning, Penelitian ini bertujuan mengetahui, menganalisis dan mengkaji kepemimpinan transformasional, motivasi kerja dan budaya organisasi dan mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan kerja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu mencoba menghubungkan dan menguji variabel-variabel yang diteliti. Populasi yang digunakan sebesar 357 sampel orang pegawai. Data dianalisa dengan menggunakan uji hipotesis dan kelayakan model, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif terhadap variabel kepemimpinan Transformasional, variabel motivasi kerja, variabel budaya organisasi, variabel kepuasan kerja, variabel kinerja pegawai dan analisis verifikatif. Hasil Analisis data penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pada analisis deskriptif bahwa deskriptif bahwa 1) kepemimpinan transformasional menunjukkan hasil yang baik dengan nilai rata-rata 4,144 dan standar deviasi 0,503. Sehingga masuk kedalam kategori baik sampai dengan sangat baik., 2) motivasi kerja menunjukkan hasil yang baik dengan nilai rata-rata 3,862 dan standar deviasi 0,646 yang masuk kedalam kategori baik sampai dengan sangat baik. 3) penilaian terhadap budaya organisasi menunjukkan hasil yang baik dengan rata-rata 3,816 dan standar deviasi sebesar 0,643, masuk kedalam kategori kurang baik sampai dengan sangat baik. 4) Kepuasan kerja diukur dengan nilai rata-rata sebesar 3,890 dan standar deviasinya sebesar 0,675, yang termasuk dalam katagori baik. 5) Kinerja Pegawai nilai rata-rata sebesar 3,791 dan standar deviasinya sebesar 0,542 yang masuk kedalam kategori kurang baik sampai dengan baik. Berdasarkan analisis verifikatif Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, dari kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, budaya organisasi, terhadap kepuasan kerja dengan besaran pengaruhnya sebesar 82,50 persen.

**Kata Kunci:** kepemimpinan, transformasional, kinerja, pegawai.

## **ABSTRACT**

*The Effect of Transformational Leadership, Work Motivation and Organizational Culture on Employee Job Satisfaction and Its Impact on Employee Performance (Study at English Language Institutions in Ciayumajakuning Region, This study aims to find out, analyze and study transformational leadership, work motivation and organizational culture and find out its effects on satisfaction work. The method used in this study uses a survey method, which is trying to connect and test the variables studied. The population used was 357 samples of employees. The data were analyzed using hypothesis testing and the feasibility of the model, while the analysis used was descriptive analysis of Transformational leadership variables, work motivation variables, organizational culture variables, job satisfaction variables, employee performance variables and verification analysis. Results Analysis of research data shows that based on descriptive analysis that deskriptif that 1) transformational leadership shows good results with an average value of 4.144 and a standard deviation of 0.503. So that it falls into the good to very good category., 2) work motivation shows good results with an average value of 3.862 and a standard deviation of 0,646 who fall into the category of good to very good. 3) assessment of*

*organizational culture shows good results with an average of 3,816 and a standard deviation of 0.643, into the category of not good to very good. 4) Job satisfaction is measured by an average value of 3.890 and a standard deviation of 0.675, which is included in the good category. 5) Employee Performance an average value of 3.791 and a standard deviation of 0.542 that falls into the category of not good to good. Based on verification analysis There is a significant influence simultaneously, from transformational leadership, work motivation, organizational culture, to job satisfaction with a magnitude of influence of 82.50 percent.*

**Keywords:** *Leadship, Transformational, performance, employee*

*Naskah diterima: 30 September 2019, direvisi: 25 Oktober 2019, diterbitkan: 28 Oktober 2019*

### **PENDAHULUAN**

Lembaga Kursus Bahasa Inggris merupakan lembaga yang menyediakan dan mengadakan pelatihan kemampuan dalam berbahasa asing. Setiap pemerintah daerah kota/kabupaten dalam penyelenggaraan pendidikan nonformal harus mengacu pada Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria di bidang Pendidikan Non Formal sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia nomor 20 tahun 2010 tentang Norma, Standar, Prosedur dan Kriteria di bidang Pendidikan. Dan dalam perencanaan kebutuhan pendidik dan tenaga kependidikan pendidikan non formal, Pengelola/penyelenggara pendidikan non formal haruslah memiliki kompetensi sebagai seorang pemimpin yang mampu membawa lembaga pendidikan kursus sebagai lembaga pendidikan non formal yang memiliki kualitas penyelenggaraan pelatihan yang baik dengan dukungan pengelolaan atas seluruh tenaga kependidikan di lembaga yang dipimpinnya dengan baik juga.

Berdasarkan Data lembaga kursus di wilayah Ciayumajakuning tahun 2011, Perkembangan lembaga kursus bahasa Inggris mengalami pertumbuhan yang pesat, hal ini di indikasikan karena kebutuhan akan kemampuan bahasa Inggris merupakan keharusan dan kebutuhan masyarakat di Indonesia lebih khususnya di Wilayah Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka dan Kabupaten Kuningan (Ciayumajakuning).

Kepemimpinan adalah salah satu kemampuan seseorang yang sangat menarik untuk diperbincangkan yang sering kali menampilkan opini dan pembicaraan yang membahas seputar kepemimpinan. Peran kepemimpinan yang sangat strategi dan penting bagi pencapaian misi, visi dan tujuan suatu organisasi merupakan salah satu motif yang mendorong manusia untuk selalu menyelidiki seluk-beluk yang berkaitan dengan kepemimpinan. Kepemimpinan mempunyai hubungan yang sanagat erat dengan motivasi, karena keberhasilan seorang pimpinan dalam menggerakkan orang lain dalam mencapai tujuan yang telag ditetapkan sangat tergantung kepada kewibawaan, dan juga pemimpin itu di dalam menciptakan motivasi didalam diri setiap orang bawahan, kolega maupun atasan pemimpin itu sendiri. Menurut Hasibuan (2010: 25), aspek penting dalam mempengaruhi kinerja lain yang nampaknya perlu ditelaah adalah tentang kepuasan kerja pegawai. Kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya baik bagi kepentingan individu, industri, dan masyarakat. Oleh karena itu, survei kepuasan kerja diperlukan sebagai suatu prosedur di mana pegawai mengemukakan perasaannya mengenai jabatan atau pekerjaannya melalui laporan kerja. Kepuasan kerja merupakan perbedaan antara apa yang diharapkan dan apa yang diterima sehubungan dengan alternatif yang tersedia dalam situasi yang sudah ditentukan.

Menurut House dan Gary Yukl, (2010:4) Kepemimpinan adalah kemampuan individu untuk mempengaruhi, memotivasi dan membuat orang lain mampu memberikan

kontribusinya demi efektifitas dan keberhasilan organisasi.

Menurut Mangkunegara (2008:126) mengemukakan bahwa budaya perusahaan sebagai suatu konsep dapat menjadi suatu sarana untuk mengukur kesesuaian dari tujuan organisasi, strategi dan organisasi, tugas, serta dampak yang dihasilkan. Sedangkan Mangkunegara (2005:113) menyimpulkan pengertian budaya perusahaan adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal

Berdasarkan pada uraian tersebut di atas, maka penelitian ini menarik untuk dilakukan pengujian berkaitan dengan kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, budaya organisasi terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja pegawai pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris se wilayah Ciayumajakuning

## KAJIAN LITERATUR

### 1. Teori Manajemen

Menurut Sutarto dikutip oleh Silalahi (2011:137) manajemen yaitu sebagai rangkaian kegiatan penataan yang berupa penggerakan orang orang dan pengarahan fasilitas kerja agar tujuan kerja sama benar-benar tercapai.

Manajemen menurut tata bahasa kata ini berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Dalam keseharian kita, sebenarnya “manajemen” sudah ada sejak manusia ada, hal ini dibuktikan dengan keberhasilan arsitek Mesir Kuno mewujudkan karyanya berupa piramid *Cheops*. Pembangunan piramid yang melibatkan ratusan ribu tenaga kerja tidak akan terwujud tanpa adanya manajemen yang baik. Hanya saja istilah manajemen baru muncul pada tahun 1886. Di Indonesia sendiri, manajemen sudah di terapkan pada masa pra sejarah, yaitu adanya Candi Borobudur pada abad ke-8 dan Candi Prambanan pada abad ke-9 yang merupakan

bukti bahwa manajemen sudah lama dipraktikkan di Indonesia sejak lama.

### 2. Teori Organisasi

Pengertian organisasi menurut Hasibuan (2013:24) adalah “suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari kelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu”.

Menurut Waldo dalam bukunya Silalahi (2011:124), menyebutkan: “Organisasi adalah struktur hubungan-hubungan diantara orang-orang berdasarkan wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi”.

### 3. Konsep Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain, melalui komunikasi baik langsung maupun tidak langsung dengan maksud menggerakkan orang-orang agar dengan penuh pengertian, kesadaran dan senang hati bersedia mengikuti kehendak pimpinan itu.(Camps, 2011)

### 4. Teori Kepemimpinan Transformasional

Organisasi harus memberikan pemikiran yang efektif dan perubahan pemikiran tentang sifat kepemimpinan.

Hariyanti (2011:45) dalam Tatilu, Lengkong dan Sendow mengemukakan kepemimpinan transformasional adalah suatu kepemimpinan di mana pemimpin memotivasi bawahannya untuk mengerjakan lebih dari yang diharapkan semula dengan meningkatkan rasa pentingnya bawahan dan nilai pentingnya pekerjaan.

Menurut Kartono, Kartini (2010) kepemimpinan itu adalah usaha mempengaruhi banyak orang melalui komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Indikator dari kepemimpinan transformasional yaitu: 1) pengaruh ideal, 2) motivasi yang inspirasi, 3) simulasi intelektual, 4) perhatian yang bersifat individual.

### 5. Teori Motivasi Kerja

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti ”bergerak” atau “pendorong/daya penggerak”. Dalam konteks saat ini, motivasi mewakili proses psikologi yang

menggerakkan, mengarahkan dan meneguhkan tindakan sukarela yang berorientasi untuk mencapai tujuan. Hal ini berarti motivasi adalah proses psikologi yang menggerakkan, mengarahkan, meneguhkan dan menghasilkan suatu intensitas, arah, dan ketekunan individu yang berorientasi untuk mencapai tujuan.

#### 6. Teori Budaya Organisasi

Budaya merupakan proses pembelajaran dan tidak dapat diwariskan begitu saja atau genitas, yang diturunkan dari suatu lingkungan sosial. Robbins (2015) menyatakan bahwa budaya organisasi melakukan sejumlah fungsi dalam suatu organisasi yaitu :

- a) Mempunyai peran atau fungsi menetapkan tapal batas yang menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.
- b) Budaya organisasi membawa suatu rasa identitas bagi para anggota organisasi atau jati dirinya
- c) Budaya organisasi mempermudah komitmen bagi kepentingan yang lebih dibandingkan kepentingan individu
- d) Budaya organisasi meningkatkan kemantapan system social atau sebagai perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi dengan memberikan standar standar yang tepat untuk cara berkomunikasi dan berkeaktivitas bagi para pegawainya

#### 7. Teori Kepuasan Kerja

Sunyoto (2011, 211), Seorang yang memiliki kepuasan kerja tinggi akan memperlihatkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja harus diciptakan sebaik mungkin supaya moral kerja, dedikasi, kecintaan, dan disiplin karyawan dapat ditingkatkan. Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini tercermin oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. dimensi dari kepuasan kerja terdiri dari : (1) *The Work Itself*, (2) *Pay*, (3) *Promotion*,

*Opportunities*, (4) *Supervision*, (5) *Co-worker*.

1. Pekerjaan (*The work it self*), yang menyediakan pekerjaan yang luas bagi individu, dengan tugas – tugas yang menarik, kesempatan untuk belajar, berkembang, dan kesempatan untuk menerima tanggungjawab.
2. Gaji (*pay*), merupakan jumlah dari uang yang diterima sesuai dengan hasil kerjanya, dan setara dengan penawaran lain di organisasi yang berbeda.
3. Kesempatan memperoleh promosi (*promotion opprtunities*), meliputi kesempatan untuk memajukan karir di dalam organisasi.
4. Supervisi (*quality of supervision*), meliputi kemampuan supervisor untuk mengembangkan kemampuan tehnikal dan memberikan dukungan serta dorongan bagi bawahannya.
5. Rekan kerja (*co-worker*), meliputi tingkat dukungan dari rekan kerja secara sosial maupun tehnikal.

#### 8. Teori Kinerja Karyawan

Kinerja pada dasarnya merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Mangkunegara (2007:9) Kinerja juga merupakan penilaian hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok dalam suatu organisasi dalam kurun waktu tertentu, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai moral maupun etika.

Suryo, B.H (2010). Kinerja instruktur pada lembaga pelatihan bahasa Inggris mengindikasikan sebagai aspek yang paling berpengaruh pada kepuasan peserta kursus bahasa Inggris. Ukuran-ukuran dari kinerja pegawai merupakan indikator pengukuran kinerja pegawai dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. *Quantity of work (Jumlah kerja)* : jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode yang ditentukan.
2. *Quality of work (kualitas kerja)* : kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.
3. *Job Knowledge (Pengetahuan mengenai pekerjaan)* : luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.
4. *Creativeness (Kreatifitas)* : keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.
5. *Cooperation (Kerjasama)* : kesediaan bekerjasama dengan orang lain atau sesama anggota organisasi.
6. *Dependability (Kemampuan untuk bisa dipercaya/diandalkan)* : kesadaran untuk dapat dipercaya dalam hal kehadiran dan penyelesaian kerja.
7. *Initiative (Inisitif)* : semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung jawabnya.
8. *Personal Qualities (Kualitas kepribadian)* : menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramahmatan dan integritas pribadi.”

Menurut Sugiono ( 2016, 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Data diperoleh dari penelitian, dapat digunakan kembali memahami dan memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

#### **METODE PENELITIAN**

Metodologi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden dan wawancara. Berdasarkan pada tujuannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja pegawai pada lembaga kursus bahasa Inggris se-wilayah Ciayumajakuning, serta menguji

hipotesis perihal pengaruh kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja pegawai.

#### **1. Desain Penelitian**

Bidang penelitian ini adalah manajemen sumber daya manusia, khususnya sumber daya manusia dalam konteks kependidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survey penjelasan (*explanatory survey method*), yaitu survey yang mencoba menghubungkan variabel dan menguji variabel-variabel yang diteliti agar mendapatkan kondisi kedalaman penelitian yang akan dilakukan.

#### **2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, variabel penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Kepemimpinan Transformasional ( $X_1$ ) sebagai variabel independen 1 yaitu kepemimpinan yang mengarahkan dan memotivasi bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi dan peran yang jelas
- b. Motivasi ( $X_2$ ) sebagai variabel independen 2 adalah kondisi (energi) yang menggerakkan dalam diri individu yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi
- c. Budaya organisasi ( $X_3$ ) sebagai variabel independen 3 yaitu mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggotanya dan membedakan antara satu organisasi dengan lainnya
- d. Kepuasan kerja ( $Y$ ) sebagai variabel intervening penelitian adalah merupakan perasaan yang dimiliki oleh karyawan tentang kondisi tempat kerja mereka saat ini
- e. Kinerja Pegawai ( $Z$ ) sebagai variabel dependen adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang karyawan atau organisasi dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai tanggung jawab dan wewenang yang diberikan kepadanya

### 3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperlukan terdapat dua sumber data yaitu data primer berupa himpunan data survei dengan metode wawancara dan data sekunder diperoleh melalui beberapa catatan seperti jumlah data karyawan, laporan kinerja dan dokumenlainnya.

Teknik penumpulan data didapat dari populasi seluruh pegawai lembaga kursus bahasa inggris sewilayah Ciayumajukung berjumlah 357 orang.

**Tabel 1.**

**Distribusi Sampel Berdasarkan Wilayah**

No	Keterangan	Jumlah Populasi	Jumlah Responden
1	Kota Cirebon	90	33
2	Kabupaten Cirebon	89	32
3	Kabupaten Indramayu	16	6
4	Kabupaten Majalengka	52	19
5	Kabupaten Kuningan	110	40
	Jumlah	357	130

Sumber : Berbagai Lembaga Kursus Bahasa Inggris, diolah 2011

### 4. Uji Hipotesis

Model persamaan struktural dapat digunakan pada model hubungan sebab akibat (kausal) dua arah (resiprokal) dan rekrusip. Pendugaan parameter dilakukan sekaligus untuk membuat model strukturalnya. Data yang telah diolah tidak perlu dilakukan standarisasi normal baku, sehingga dilakukan langsung dianalisis dari data mentah. Output model persamaan stuktural dalam bentuk faktor determinan sehingga dapat digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh.

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah uji *regression weight/loading factor*. Uji ini dilakukan sama dengan uji terhadap *regression weight/loading factor*/koefisien ( $\lambda$ ). Uji ini untuk menolak hipotesis nol yakni

koefisien ( $\lambda$ ) = 0 (yakni : bobot regresi variabel laten dengan variabel dependent tidak diterima)

$$H_0 : \lambda_i \leq 0 \text{ (tidak diterima)}$$

$$H_1 : \lambda_i \geq 0 \text{ (signifikan)}$$

## PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat dijelaskan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Dari analisis tentang karakteristik responden, peneliti dapat menjelaskan profil responden sebagai berikut.

**Tabel 2.**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki – Laki	51	39,23
Perempuan	79	60,77
<b>Total</b>	130	100,00

Berdasarkan pada jenis kelamin dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 79 atau sekitar 60,77% sedangkan 51 responden atau 39,23% berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 3.**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20 - 30 tahun	87	66,92
31 - 40 tahun	26	20,00
41 - 50 tahun	17	13,08
51 - 60 tahun	0	0,00
> 60 tahun	0	0,00
<b>Total</b>	130	100,00

Adapun hasil pengujian tingkat validitas dari setiap butir pernyataan yang dihitung dengan

menggunakan SPSS (*Statistical Packed For Social Science*), disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keterangan
Kepemimpinan	0,813	0,700	Reliabel
Motivasi	0,909	0,700	Reliabel
Budaya	0,897	0,700	Reliabel
Kepuasan	0,921	0,700	Reliabel
Kinerja	0,789	0,700	Reliabel

## 2. Pengujian Instrumen

Pengujian *content validity* atau *face validity* terhadap lima konstruk utama penelitian yang meliputi kepemimpinan, motivasi kerja, budaya organisasi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai. Pengujian *content validity* juga dilakukan peneliti dengan meminta pendapat para ahli dan konfirmatori teori. Karena indikator multidimensi, maka uji validitas dari setiap *latent variabel/construct* akan diuji dengan melihat loading faktor dari hubungan antara setiap *observevd variable* dan *latent variable* (Sugiono, 2014).

## 3. Uji Realibiitas

Uji reliabilitas diterapkan menurut Sugiono (2016:3) untuk mengetahui apakah instrumen ukur yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Uji keandalan dilakukan terhadap pernyataan yang sudah valid untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran, tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Analisis dilakukan dengan teknik Alpha, alasan menggunakan teknik ini

adalah karena rentang skor pada masing-masing butir pernyataan rata-rata antara 1 sampai dengan 5.

## 4. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Sugiono (2014:5) ialah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan.

## 5. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran/ deskripsi mengenai tanggapan dari responden dalam hal ini pimpinan dan pegawai mengenai kepemimpinan transformasional, motivasi kerja dan budaya organisasi sebagai variabel independen, dan kepuasan kerja sebagai variabel intervening serta kinerja pegawai sebagai variabel dependen. Dari rumus di atas, diperoleh nilai interval kelas yaitu 0,8, sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 6.**

**Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden ( sumber : data 2012)**

Nilai Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
1,81 – 2,60	Tidak baik
2,61 – 3,40	Kurang baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 6. tersebut di atas, nilai rata-rata untuk tiap variabel pada seluruh jawaban responden yang dinyatakan oleh nilai rata-rata (*mean*) berada dalam interval 3,41 – 4,20 dan standar deviasi lebih kecil dari satu, maka seluruh jawaban responden dapat dikategorikan dalam kategori baik.

## 1. Variabel Kepemimpinan Transformasional ( X1)

Kepemimpinan Transformasional diukur oleh 11 item pernyataan dengan 4 dimensi,

yaitu *Idealized Influence* (Charisma), *Inspirational Motivation*, *Intellectual Stimulation*, *Individualize Consideration*. Berikut ini adalah hasil penelitian dari 11 item pernyataan yang diajukan untuk mengukur variabel kepemimpinan transformasional.

### 2. Variabel Motivasi Kerja ( $X_2$ )

Motivasi kerja diukur oleh 14 item pernyataan dengan 3 dimensi, yaitu *Need for Achievement*, *Need for affiliation*, *Need for power*. Berikut ini adalah hasil penelitian dari 14 item pernyataan yang diajukan untuk mengukur variabel motivasi kerja.

### 3. Variabel Budaya organisasi ( $X_3$ )

Budaya organisasi diukur oleh 14 item pernyataan dengan 4 dimensi, yaitu Orientasi hasil, Orientasi pekerjaan, Orientasi pengembangan dan Orientasi tim kerja. Berikut ini adalah hasil penelitian dari 14 item pernyataan yang diajukan untuk mengukur variabel budaya organisasi.

### 4. Variabel Kepuasan Kerja (Y)

Kepuasan kerja diukur oleh 13 item pernyataan dengan 5 dimensi, yaitu Pekerjaan itu sendiri, Kesesuaian antara pekerjaan dengan kepribadian, Rekan kerja, Penyelia dan atasan, serta Lingkungan kerja. Berikut ini adalah hasil penelitian dari 13 item pernyataan yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan kerja.

### 5. Variabel Kinerja Pegawai (Z)

Kinerja Pegawai diukur oleh 13 item pernyataan dengan 5 dimensi, yaitu Kuantitas, Kualitas, Waktu, Inisiatif Kerja, dan Tanggung jawab. Berikut ini adalah hasil penelitian dari 13 item pernyataan yang diajukan untuk mengukur variabel kinerja pegawai.

## Analisis Verifikatif

### 1. Analisis Konstruksi Variabel

Menurut Sugiyono (2012: 11) Setelah dilakukan analisis terhadap instrumen penelitian dan analisis penskalaan, maka data yang sudah dikumpulkan selanjutnya digunakan untuk menganalisis dan menguji rumusan pengujian hipotesis.

### Pengaruh Kepemimpinan transformasional, Motivasi Kerja, dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan pada persamaan struktur 1 diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien jalur variabel independent terhadap dependen sebagai berikut :

- (1). Untuk koefisien jalur  $X_1$  terhadap Y sebesar 0,135 artinya jika kepemimpinan transformasional mengalami peningkatan maka kepuasan kerja akan meningkat sebesar 0,135 atau kepemimpinan transformasional akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan kerja sebesar 0,135.
- (2). Untuk koefisien jalur  $X_2$  terhadap Y sebesar 0,498, artinya jika motivasi kerja meningkat maka kepuasan kerja akan meningkat sebesar 0,498, atau motivasi kerja akan memberikan kontribusi terhadap kepuasan kerja sebesar 0,498.
- (3). Untuk koefisien jalur  $X_3$  terhadap Y sebesar 0,364, artinya jika budaya organisasi meningkat maka kepuasan kerja akan meningkat sebesar 0,364, atau budaya kerja akan memberikan kontribusi terhadap kepuasan kerja sebesar 0,364.

### Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan pada persamaan struktur 2 di atas dapat dijelaskan bahwa koefisien jalur variabel kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan yaitu : untuk koefisien jalur Y terhadap Z sebesar 0,926 artinya jika kepuasan kerja pegawai mengalami peningkatan maka kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0,926 atau kepuasan kerja



akan memberikan kontribusi terhadap kinerja pegawai sebesar 0,926.

### Pengujian Hipotesis

Penelitian ini mempunyai dua hipotesis yaitu (1)  $X_1$  (kepemimpinan transformasional),  $X_2$  (motivasi kerja) dan  $X_3$  (budaya organisasi) terhadap  $Y$  (kepuasan kerja) baik secara parsial maupun simultan, (2)  $Y$  (kepuasan kerja) terhadap  $Z$  (kinerja pegawai).

#### 1. Hasil Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 akan diuji sesuai dengan paradigma yang mencerminkan hipotesis tersebut yaitu pengaruh  $X_1$  (kepemimpinan transformasional),  $X_2$  (motivasi kerja) dan  $X_3$  (budaya organisasi) terhadap  $Y$  (kepuasan kerja) baik secara simultan maupun parsial.

#### 2. Pengujian Koefisien Jalur Substruktur 2

Berdasarkan pengolahan data substruktur 2 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

##### a). Uji Simultan (Keseluruhan)

Menurut Sugiyono (2012:19), Untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang kuat secara simultan/keseluruhan antara kepuasan kerja ( $Y$ ) terhadap kinerja pegawai ( $Z$ ), maka dapat dilihat dari hasil uji  $F$  sebagai berikut :

$$F = \frac{(n - k - 1)R_{yxx}^2}{k(1 - R_{yxx}^2)}$$
$$F = \frac{(130 - 1 - 1)0.858}{1(1 - 0.858)}$$
$$= 773,46$$

##### b). Uji Parsial (Terpisah)

Menurut Sugiono (2012:19), Uji secara parsial untuk mengetahui variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yang di uji dengan uji  $t$ , hasilnya adalah sebagai berikut :

Kriteria penolakan  $H_0$ , jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau  $t_0 > t_{tabel}$ , dengan derajat kebebasan =  $130 - 1 - 1$ .

### Pembahasan Analisis Deskriptif

Berdasarkan pada hasil observasi dengan menggunakan kuesioner, wawancara dengan berbagai pihak yang terkait serta penganalisaan secara mendalam terhadap jawaban responden serta keterkaitannya dengan teori-teori yang berlaku dan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan maka perlu adanya pembahasan analisis deskriptif.

#### 1. Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan transformasional adalah pimpinan yang bisa menciptakan kesan diantara bawahannya bahwa pimpinan memiliki kompetensi dan visi untuk mencapai keberhasilan sesuai dengan hirarki kebutuhan yaitu tingkat kebutuhan rendah menuju kebutuhan yang lebih tinggi. Pimpinan juga mentransformasi harapan pengikut untuk mendapatkan keberhasilan dalam menjalankan pekerjaan serta mampu mengembangkan budaya organisasi dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan pimpinan. Berdasarkan pada analisis deskriptif bahwa kepemimpinan transformasional menunjukkan hasil yang baik dengan nilai rata-rata 4,144 dan standar deviasi 0,503. Sehingga masuk kedalam kategori baik sampai dengan sangat baik. Hal ini mengisyaratkan bahwa sebagian besar atau mayoritas responden sudah dapat memahami keinginan pimpinan karena pimpinan telah menyediakan sarana prasarana dalam menunjang pekerjaan yang harus diselesaikan

#### 2. Motivasi Kerja

Motivasi merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena kebutuhan dan keinginan setiap anggota organisasi berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini berbeda karena setiap anggota suatu organisasi adalah

unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang berbeda pula. Oleh karena itu motivasi merupakan salah satu unsure dalam perilaku individu. Namun demikian motivasi bukan satu-satunya unsure yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam suatu organisasi. Berdasarkan pada analisis deskriptif bahwa motivasi kerja menunjukkan hasil yang baik dengan nilai rata-rata 3,862 dan standar deviasi 0,646, yang masuk kedalam kategori baik sampai dengan sangat baik. Hal ini mengisyaratkan bahwa sebagian besar atau mayoritas responden sudah memiliki motivasi kerja yang baik meskipun belum maksimal

### 3. Budaya organisasi

Teori-teori manajemen menekankan pentingnya perilaku manajerial dalam melaksanakan tugasnya. Perilaku tersebut sebagian besar dipengaruhi oleh budaya organisasi. Baik atau buruknya layanan manajerial ditentukan oleh perilaku pelaku manajerial. Puas atau tidaknya konsumen, pelanggan, nasabah tergantung pada perilaku pemberi layanan. Inilah sebabnya bahwa budaya organisasi merupakan bagian bidang manajemen yang mendapat perhatian khusus dari para peneliti dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Berdasarkan hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa penilaian terhadap budaya organisasi menunjukkan hasil yang baik dengan rata-rata 3,816 dan standar deviasi sebesar 0,643, yang masuk kedalam kategori kurang baik sampai dengan sangat baik. Organisasi memberi penekanan pentingnya kemampuan bekerja dalam tim merupakan hal yang diutamakan oleh organisasi dan telah direspon baik oleh responden

### 4. Kepuasan Kerja

Menurut Robbins (2010) kepuasan kerja dapat menjadi masukan, dengan asumsi bahwa kepuasan kerja merupakan kondisi kerja yang akan menampakkan kinerja seseorang.

Kepuasan kerja dapat memberikan sesuatu karakteristik tertentu pada kinerja individu yang pada akhirnya akan nampak pada peningkatan kinerja. Kepuasan karyawan dapat membantu dan memaksimalkan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang melalui empat cara (1), karyawan yang puas cenderung bekerja dengan kualitas yang lebih tinggi, (2), karyawan yang puas cenderung bekerja dengan produktif, (3), karyawan yang puas bertahan lebih lama dalam perusahaan dan (4), karyawan yang puas cenderung dapat menciptakan pelanggan yang puas. mempunyai kinerja yang baik. Berdasarkan analisis deskriptif bahwa penilaian terhadap kepuasan kerja menunjukkan hasil yang baik. Kepuasan kerja diukur dengan 5 dimensi, yaitu Pekerjaan itu sendiri, Kesesuaian antara pekerjaan dengan kepribadian, Rekan kerja, Penyelia dan atasan, serta Lingkungan kerja, dengan nilai rata-rata sebesar 3,890 dan standar deviasinya sebesar 0,675, yang termasuk dalam katagori baik. Nilai rata-rata terbesar berada pada indikator keamanan kerja. Hal ini mengindikasikan bahwa para pegawai telah puas dengan keamanan kerja karena mereka beranggapan bahwa selama bekerja tidak pernah mengalami sesuatu apapun misalkan kehilangan dll.

### Pembahasan Analisis verifikatif

#### 1. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi Kerja, Budaya organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Secara Simultan

Pengujian atas hipotesis pengaruh kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, budaya organisasi terhadap kepuasan kerja diperoleh kesimpulan statistik bahwa kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai uji F sebesar 198,0 maka kepuasan kerja dapat diterangkan oleh

variabel kepemimpinan transformasional, motivasi kerja dan budaya organisasi.

## **2. Pengaruh kepemimpinan Transformasional terhadap Kepuasan kerja**

Pengujian atas hipotesis pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja diperoleh kesimpulan statistik bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai jalur sebesar 0,135, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kepemimpinan transformasional maka akan semakin tinggi kepuasan kerja pegawai. Pengaruh langsung sebesar 1,9%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui motivasi sebesar 3,00%, dan melalui budaya sebesar 2,10%. Dengan demikian pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 7,0%.

## **3. Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kepuasan kerja**

Pengaruh langsung sebesar 24,8%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepemimpinan transformasional sebesar 3,00%, dan melalui budaya organisasi sebesar 16,20%. Dengan demikian pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 44,00%. Besaran pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja merupakan pengaruh terbesar, hal ini karena bawahan yang merasa termotivasi untuk melakukan pekerjaannya akan merasa puas ketika pekerjaannya dapat diselesaikan dengan baik.

## **4. Pengaruh Budaya terhadap Kepuasan**

Pengujian atas hipotesis pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja diperoleh kesimpulan statistik bahwa budaya organisasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai jalur sebesar 0,364, maka dapat diartikan bahwa semakin baik budaya organisasi maka akan semakin tinggi kepuasan kerja pegawai. Pengaruh langsung sebesar 13,2%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepemimpinan transformasional sebesar 2,10%, dan melalui motivasi kerja sebesar 16,20%. Dengan demikian pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 31,5%. Besaran pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja merupakan pengaruh terkecil yang kedua setelah kepemimpinan terhadap kepuasan kerja, hal ini disebabkan karena budaya organisasi yang dimiliki oleh bawahan memberikan kontribusi terhadap kepuasan kerja yang jika dibandingkan dengan motivasi akan lebih kecil. Hasil ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sudarto (2004) meneliti tentang Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Individu, Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja” yang menemukan bahwa budaya organisasi yang dibentuk oleh kedisiplinan, kemitraan dan layanan prima serta keterbukaan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya kepemimpinan dan prestasi kerja.

## **5. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai**

Pengujian atas hipotesis pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan diperoleh kesimpulan statistik bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dengan nilai jalur sebesar 0,926, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kepuasan kerja maka akan semakin tinggi kinerja pegawai, dengan pengaruh sebesar 85,8%, dan sisanya dipengaruhi variabel diluar model penelitian sebesar 24,2%.

## PENUTUP

Dari hasil analisis berdasarkan observasi, wawancara, dan pengolahan data kuesioner dari 130 responden, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut : Kepemimpinan transformasional pada lembaga kursus di wilayah Ciayumajakuning secara umum berada pada kategori baik sampai dengan sangat baik. Motivasi kerja pegawai di lingkungan lembaga kursus secara umum berada pada kategori cukup menuju tinggi, kepuasan kerja pada lembaga kursus di wilayah Ciayumajakuning secara umum berada dalam kategori baik hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan kerja Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan tentang kondisi kepemimpinan transformasional, motivasi kerja dan budaya organisasi yang dijelaskan di bawah ini : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, dari kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, budaya organisasi, terhadap kepuasan kerja dengan besaran pengaruhnya sebesar 82,50 persen. Terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan dari kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja dengan total besaran pengaruh sebesar 7,00 persen.

## REFERENSI

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara, 2005 perilaku dan budaya organisasi, Bandung : Refika Aditama, 2005
- Allan Layton, Tim Robinson and Irvin B. Tucker, 2005, *Economics for today, 2nd edition*, Thomson, Melbourne, Australia.
- Avolio, B.J., Bass, B.M., and Jung, D.L., 1996, *Construct Validation of the Multifactor Leadership Questionnaire MLQ-Form5X*. CLS report 96-1. Center for Leadership Studies Bringhamton University, State University of New York, NY.
- Bass, B.M. & B.J. Avolio, 1994, *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership*, Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Camps, Joaquin and Hannia Rodriquez., 2011. *Transformasional leadership, learning and employability Emerald insight*
- Clegg, B. 2000. *Instant Motivation: 79 Cara Instan Menumbuhkan Motivasi*. Terjemahan Zulkifli Harahap. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*, Penerbit : PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Hariyanti, 2011, *Kepemimpinan Transformasional : Pola Kekuasaan dan Perilaku*. STIE – AUB Surakarta. [Http://download.portalgaruda.org](http://download.portalgaruda.org). Diakses pada tanggal Januari 2018
- Kotter, J. P. & Heskett, J. L., 2006, *Budaya korporat dan Kinerja*. Terjemahan oleh Susi Diah Hardaniati & Uyung Sulaksana: *Corporate Culture and Performance*. 1992. New York: 1992.
- Kartono, Kartini, 2010. *Pemimpin dan Kepemimpinan abnormal itu?.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muafi, 2005. *Riset Analisis keperibadian, politik organisasi dan kinerja, Struktur*

*Equation Modeling dengan pendekatan Two step*, Hasil Riset Universitas Brawija Malang

Mangkunegara Anwar Prabu, 2005, Manajemen Sumber Daya Masyarakat Perusahaan, Cetakan keenam, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Mangkunegara Anwar Prabu, 2008, Perilaku dan Budaya Organisasi, Cetakan Pertama PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Nasution: 2000 *Method Research (Penelitian Ilmiah)*, Bumi Aksara, Jakarta

Robbins, S.P dan Timothy A. Judge (2015). Perilaku Organisasi, Edisi 16. Jakarta, Salemba Empat.

Rivai, V., Bahtiar & Amar, B. R. (2014). Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Silalahi, Ulber. 2011 Asas-asas Manajemen. Bandung: Refika Aditama

Sugiyono.(2012) Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta

Suryo, B.H (2010). Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional, Budaya organisasi dan Inovasi terhadap kinerja ( Studi pada Panti Asuhan dikota Tomohon dan kabupaten Minahasa). Jurnal Aplikasi Manajemen . Vol 8. No. 2 hal 396

Yukl,Gary, 2010 Kepemimpinan dalam Organisasi, Edisi Kelima. Jakarta, PT.Indeks.

## BIODATA PENULIS

Chandra Lukita adalah seorang dosen dari STMIK CIC Cirebon dengan jabatan Lektor, beliau menempuh pendidikan S1 Manajemen Surapati Jakarta, S2 Manajemen Surapati Jakarta di Universitas S3 Manajemen di Universitas Pasundan.