

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)

Chriswardana Bayu Dewa

AMIK BSI Yogyakarta

e-mail : chriswardana.chb@bsi.ac.id

Abstract - *The high public dependence on transportation is the reason to continue to develop the transportation business in accordance with the needs of today's society. The rapid advancement of information technology has an impact on the development of transportation business. Internet-based applications in smartphones become one of the means of the development of online transportation-based business applications such as GrabCar. This study aims to examine the effect of service quality and sales promotion on customer satisfaction. This research was conducted along Malioboro Street Yogyakarta. The data used in this study is the primary data. The method used to obtain primary data by distributing questionnaires, and asking respondents to fill in the questionnaire. The sample selection method that will be used is non-probability sampling consisting of 100 people from all GrabCar users along Malioboro Street Yogyakarta. In this study, validity will be tested by means of factor analysis tools obtained with SPSS 18 program aids. Hypotheses were tested using Structural Equation Model (SEM). This study found that the quality of service and sales promotion have a positive effect on customer satisfaction.*

Keyword : *Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction, GrabCar*

I. PENDAHULUAN

Transportasi sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat saat ini, karena transportasi dapat menyediakan keefektifan dalam pekerjaan dan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terdapat tiga jalur transportasi di Indonesia, yaitu jalur udara, jalur laut dan jalur darat. Jalur darat merupakan jalur terpadat diantara ketiga jalur tersebut, karena masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari memilih untuk menggunakan jalur darat, sehingga harga transportasi darat menjadi transportasi yang paling murah. Masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap transportasi, karena masyarakat menginginkan efisiensi waktu perjalanan.

Ketergantungan masyarakat yang tinggi terhadap transportasi tersebut menjadi alasan untuk terus mengembangkan bisnis transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Kemajuan teknologi informasi yang pesat memberikan pengaruh terhadap perkembangan bisnis transportasi. Kemajuan teknologi memberikan perubahan pada proses bisnis terutama pada proses transaksi. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang memiliki kontribusi besar dalam perubahan tersebut adalah internet. Internet menyediakan kepada perusahaan proses bisnis yang lebih cepat dan mudah dibandingkan dengan cara manual yang mengorbankan waktu dan biaya yang lebih besar.

Perkembangan saat ini, internet tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan saja, tetapi internet juga menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini. Internet menjadi alat komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat, apalagi dengan adanya

smartphone, internet jadi mudah diakses melalui telepon seluler. Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015 sudah mencapai 139 juta pengguna dan rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan waktu tiga jam sehari untuk berselancar di dunia maya. Karena banyaknya pengguna internet di Indonesia, menjadikan bisnis berbasis aplikasi menjadi marak bermunculan di Indonesia. Salah satu bisnis berbasis aplikasi yang berkembang adalah bisnis jasa transportasi berbasis aplikasi *online* seperti Gojek, Grab dan Uber. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien.

Banyaknya jasa transportasi yang bermunculan mengakibatkan persaingan usaha semakin kuat, begitu juga yang dialami oleh perusahaan transportasi konvensional. Hampir disetiap pusat keramaian, seperti mall, bandara, stasiun dan pusat keramaian lainnya banyak ditemukan transportasi konvensional, seperti taksi, ojek, angkutan kota, dan lain-lain. Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan transportasi konvensional terutama taksi yang ada saat ini, khususnya masalah keselamatan, kesopanan dan kewajaran harga layanan. Masalah harga yang sering menjadi ganjalan penumpang. Pengemudi taksi jarang menggunakan argo dan memasang tarif sesuai keinginan mereka sendiri. Tarif taksi untuk jarak dekat tidak menggunakan batas bawah sesuai dengan aturan dari dinas perhubungan yaitu Rp 25.000,-, tetapi mematok harga sendiri sebesar Rp 50.000,-. Sehingga transportasi berbasis aplikasi *online* menjadi salah satu solusi yang digunakan oleh konsumen untuk

mendapatkan jasa transportasi yang mudah, cepat, aman dan harganya wajar. Transportasi berbasis aplikasi *online* dikelola secara profesional dengan pelayanan yang terstandarisasi dalam hal keselamatan, etika kesopanan pengendara dan tarif yang sudah baku.

Salah satu yang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan kendaraan mobil pribadi yang dijadikan transportasi umum serupa taksi salah satunya adalah Grabcar. Menurut Teknoliputan6.com, pada semester pertama 2016, Grabcar mengalami pertumbuhan yang luar biasa di Indonesia. Grabcar bertumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015. Saat ini layanan penyewaan mobil pribadi secara *online* menjadi andalan dari bisnis Grab secara keseluruhan, yang juga meliputi pemesanan taksi dan layanan kurir. Grab memiliki teknologi *machine learning* dan kemampuan analisis data yang menjadi pendorong pertumbuhan Grab secara signifikan dan memberikan efisiensi yang sangat besar dalam jangka panjang. Pada tahun 2016, layanan Grabcar di Indonesia telah tumbuh 300 persen, dan dapat melakukan pengurangan subsidi atas setiap perjalanan yang diselesaikan sebesar 50 persen. Hal ini menunjukkan keterlibatan dan keterlekatan yang tinggi oleh pengguna pada *platform* Grab. 1 dari 4 pengguna di Indonesia, aktif menggunakan lebih dari satu layanan Grab. Berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh *platform*, Indonesia menjadi pasar terbesar Grab. Secara khusus Grab memfokuskan bisnisnya di Jakarta, tapi saat ini Grab sudah melakukan ekspansi ke kota-kota besar di luar Jakarta, seperti Surabaya, Bali, Malang, dan Yogyakarta.

Grabcar di Yogyakarta juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Grabcar Yogyakarta mulai beroperasi pada akhir 2016. Menurut www.naikuber.com, layanan Grab yang tersedia di kota Yogyakarta ini ada tiga layanan, yaitu Grabcar, GrabRent dan GrabTaxi. Kedua layanan ini merupakan layanan utama perusahaan yang berasal dari negara Malaysia ini. Untuk layanan ojek *online* (GrabBike), kurir *online* (GrabExpress) dan layanan antar makanan (GrabFood) masih belum tersedia. Tarif yang disediakan Grab tidak menunjukkan rincian tarif per-km atau per-menit dari layanannya, tarif akan muncul setelah pengguna memasukkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan. Namun berdasarkan percobaan yang telah dilakukan oleh tim www.naikuber.com, jika tarif dihitung tanpa memperhitungkan jalan, maka didapat tarif per-km sebesar kurang lebih Rp 4.000,-.

Selain Grab, terdapat beberapa perusahaan transportasi berbasis aplikasi pemilik layanan yang serupa dengan Grabcar di Yogyakarta, yaitu Go-Car dan Uber. Tingginya persaingan dengan perusahaan lain dengan layanan sama, membuat Grab terus berusaha untuk meningkatkan layanan yang terbaik dan memberikan berbagai promosi untuk membuat

calon pelanggan baru dan pelanggan lama tetap memilih layanannya. Sebagai promosi, Grab memberikan kode promo khusus bagi user yang belum pernah memasang ataupun yang sudah memasang tapi belum pernah menggunakan layanan Grab. Pengguna baru hanya dapat menggunakan salah satu kode promo. Promosi tersebut adalah GrabCar dan GrabTaxi gratis sebulan, *Free First Ride up to 75K*, Jadi Dekat Pakai GrabBike, Isi Ulang GrabPay Credit dapat Ekstra 100%, Diskon Gede 40% dan 60% dengan GrabPay, Gratis 10x dengan GrabPay, Siang Malam GrabBike Diskon 50%, Diskon Lembur GrabCar 2017, Rejeki Naik GrabCar/Taxi, *Free Weekend*, dan lain-lain. Promosi-promosi ini yang membuat Grab ramai digunakan oleh masyarakat, terutama wisatawan di Yogyakarta yang membutuhkan kendaraan untuk berwisata.

Dengan pelayanan dan promosi yang diberikan oleh Grab, pelanggan memperoleh banyak kemudahan dan keuntungan. Kemudahan dan keuntungan yang dialami pelanggan adalah kemudahan menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, tarif yang muncul pada tampilan layar aplikasi sehingga pelanggan dapat mempersiapkan uangnya terlebih dahulu, keselamatan penumpang dijamin oleh Grab karena dipantau melalui GPS, kenyamanan penumpang dengan mobil-mobil yang dibatasi umur 5 tahun, diskon harga pada *weekdays* dan *weekend*, dan lain-lain. Grab telah dipercaya oleh pelanggan dalam membantu aktifitas mereka. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan promosi akan sangat mempengaruhi citra perusahaan, sehingga hal ini menjadi salah satu fokus penting bagi perusahaan yang sedang mengembangkan bisnisnya seperti Grab. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Transportasi *Online* GrabCar Terhadap Wisatawan Malioboro Yogyakarta".

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004). Terdapat dua faktor utama yang berpengaruh kepada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen (*performance*). Kualitas layanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk. Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Tjiptono, 2005). Dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler (2007) adalah *tangibles* meliputi penampilan fisik dan kelengkapan indikator. *Reliability* merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan. *Responsiveness* yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan

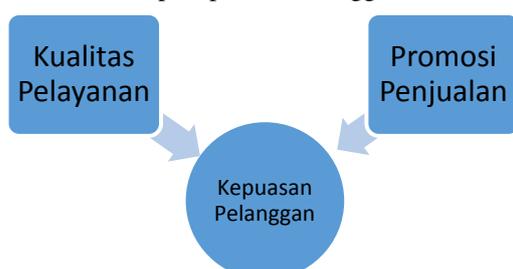
memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Assurance* meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan dalam melayani konsumen. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

Promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan, dan pengimbasan keputusan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2001). Promosi berperan penting dalam bauran pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Promosi penjualan adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Terdapat beberapa jenis promosi penjualan, termasuk di dalamnya yaitu penurunan harga sementara melalui kupon, diskon, kontes, undian, dan lain-lain. Menurut Kotler dan Keller (2008), promosi penjualan menawarkan insentif untuk membeli, sehingga manfaat yang ingin diberikan produsen dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Promosi mendorong konsumen untuk mencoba produk baru, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Promosi penjualan juga bermanfaat untuk mempromosikan kesadaran konsumen yang lebih besar terhadap harga (Kotler dan Keller, 2008).

Kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan (Schiffman dan Kanuk, 2007). Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Irawan, 2009). Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2008). Zeithaml (2006), mengklasifikasikan kepuasan pelanggan dalam lima kategori pokok, yaitu perspektif defisit normatif, ekuitas/keadilan, standar normatif, keadilan prosedural dan atribusional.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
2. H2 : Promosi Penjualan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan



Gambar 1. Model Penelitian.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan disepanjang jalan Malioboro Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode yang dilakukan untuk memperoleh data primer dengan cara membagikan kuesioner, dan meminta responden untuk mengisi kuesioner tersebut. Metode pemilihan sampel yang akan digunakan adalah *non-probability sampling* yang terdiri dari 100 orang dari seluruh pengguna GrabCar disepanjang jalan Malioboro Yogyakarta. Dalam penelitian ini, validitas akan diuji dengan alat ukur analisis faktor yang diperoleh dengan alat bantu program SPSS 18. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *cronbach's alpha* menggunakan SPSS 18 sebagai alat uji. Nilai *cronbach's alpha* dikategorikan sebagai berikut : 1) 0,8-1,0: reliabilitas baik, 2) 0,6-7,9: reliabilitas diterima, 3) <0,6: reliabilitas buruk. Pengujian hipotesis dari H1, H2, dan H3 dilakukan menggunakan SEM dengan bantuan program Amos 16.0.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian validitas ditemukan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan valid, sehingga dapat digunakan pada pengujian hipotesis.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
KP1	Kemampuan dan keramahan supir GrabCar dalam memberikan pelayanan	.714	Valid
KP2	Daya tanggap dan kecekatan supir GrabCar dalam melayani setiap pelanggan	.695	Valid
KP3	Perhatian/atensi GrabCar dalam menanggapi permintaan pelanggan	.614	Valid
KP4	Memberikan jaminan keamanan, dan ganti rugi pada layanan buruk yang diberikan supir GrabCar kepada pelanggan	.737	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
PP1	Iklan melalui brosur, pamflet maupun media sosial mampu menginformasikan produk terbaru kepada masyarakat	.782	Valid
PP2	Iklan melalui media sosial atau media lainnya dapat memberitahukan kepada masyarakat bahwa GrabCar Jogja sedang mengadakan diskon khusus	.689	Valid
PP3	Promosi melalui iklan dapat mengingatkan konsumen terhadap layanan dan menanamkan citra baik terhadap perusahaan	.544	Valid
PP4	Jasa yang diiklankan oleh GrabCar Jogja mampu menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut	.706	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
KEP1	Tidak ada komplain dari pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan oleh GrabCar Jogja	.716	Valid
KEP2	Kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan jasa GrabCar Jogja	.737	Valid
KEP3	Terpenuhinya keinginan dan harapan pelanggan saat menggunakan jasa GrabCar Jogja	.791	Valid

KEP4	Pelanggan loyal dan memberikan referensi yang baik terhadap jasa kepada orang lain	.698	Valid
------	--	------	-------

Setelah melakukan uji validitas, data pada item pertanyaan yang valid diuji reliabilitasnya menggunakan metode *cronbach's alpha*. Berdasarkan pengujian didapat bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan adalah reliabel. Hasil *output* uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan dapat diringkas pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Kategori
Kualitas pelayanan	.825	Reliabilitas baik
Promosi Penjualan	.765	Reliabilitas baik
Kepuasan Pelanggan	.770	Reliabilitas baik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dilakukan pengujian model fit, yang bertujuan untuk menentukan kesesuaian model dengan data. Pada penelitian ini nilai-nilai *absolute fit* menunjukkan bahwa secara umum model mempunyai *goodness of fit* yang cukup baik, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan model yang ada. Berikut hasil dari *model fit* dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Pengujian Model Fit

Goodness of fit index	Cut of Value	Hasil Olah Data	Evaluasi Model
Chi square ; df	Tidak signifikan	108,1 ; 52	Kurang baik
CMIN/DF	1-2 over fit, 2-5 liberal limit	2,320	Cukup
GFI	> 0,90	0,912	Baik
AGFI	> 0,80	0,804	Baik
TLI	> 0,90	0,905	Baik
CFI	> 0,90	0,925	Cukup
RMSEA	< 0,08 upper limit < 0,1	0,085	Cukup

Nilai GFI (*Goodness of Fit*) sebesar 0,912 . Nilai GFI yang baik adalah yang mendekati angka 1, jadi nilai kesesuaian model dengan data dalam penelitian ini dapat dikatakan baik. Nilai RMSEA sebesar 0,085 dapat memenuhi kriteria penerimaan model karena tidak melebihi batas atas 0,1 dan mendekati 0,08.

Nilai CFI (*Comparative Fit Index*) sebesar 0,925 sudah memenuhi batas minimum 0,9. Nilai AGFI (*Adjusted Goodness of Fit*) sebesar 0,804 memenuhi batas atas minimum 0,8. Dapat disimpulkan nilai-nilai *incremental fit* menunjukkan hasil yang secara umum baik.

Nilai CMIN/DF masih diatas standar, tetapi dalam batas yang umum yaitu 2,320 , dengan nilai batas maksimal adalah 5. Hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki unsur penuh.

Pengujian hipotesis dari H1 dan H2 diuji dengan menggunakan SEM (*Standard Equation Model*) untuk melihat *significant path* pada penelitian. Hasil pengujian hipotesis dapat terlihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

No	Isi Hipotesis	Standardize d Regression Weights	P	Keterangan
H1	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	0,618	<0,05	Hipotesis diterima
H2	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	0,624	<0,05	Hipotesis diterima

Pada tabel 6 ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($\beta=0,618$, $P<0,05$). Hasil analisis ini mendukung hipotesis pertama peneliti. Jadi dapat diartikan bahwa, semakin baik kualitas pelayanan, maka berdampak pada kenaikan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2005) Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($\beta=0,624$, $P<0,05$). Hasil analisis ini mendukung hipotesis kedua peneliti. Jadi, semakin banyak promosi penjualan maka membawa dampak semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena promosi penjualan merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan, sehingga banyaknya promosi penjualan yang ditawarkan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi penjualan. GrabCar

Yogyakarta telah memenuhi kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dan memuaskan pelanggannya, terutama untuk wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Para wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi merasa sangat terbantu dengan adanya transportasi *online* di Yogyakarta, karena memudahkan mereka untuk melakukan perjalanan wisata. Dapat disimpulkan bahwa GrabCar Yogyakarta dapat memenuhi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler (2007) yaitu *tangibles* meliputi penampilan fisik dan kelengkapan indikator. Konsumen memiliki penilaian bahwa GrabCar Yogyakarta memiliki mitra dengan penampilan fisik kendaraan yang baik dan memenuhi indikator-indikator kendaraan yang layak jalan. Hal tersebut dikarenakan GrabCar Yogyakarta memiliki standar umur kendaraan minimal 5 tahun, disertai dengan berbagai persyaratan administrasi untuk *driver* salah satunya adalah memiliki SKCK dari kepolisian. *Reliability* merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan. GrabCar Yogyakarta memberikan jaminan pelayanan yang memuaskan dan tepat waktu, dikarenakan perusahaan menyediakan kotak saran dan penilaian kepuasan atas layanan yang diberikan kepada konsumen setelah selesai menggunakan jasa antar jemput pada aplikasi GrabCar. Respon konsumen merupakan kontrol perusahaan terhadap mitra *driver*, sehingga jasa yang diberikan berjalan sesuai dengan standar pelayanan perusahaan. *Responsiveness* yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. GrabCar menyediakan aplikasi yang membantu mitra *driver* untuk mengetahui pesanan konsumen dengan cepat, sehingga dapat segera memberikan respon kepada konsumen. *Assurance* meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan dalam melayani konsumen. Sebelum menjadi mitra GrabCar, para *driver* diberikan pelatihan terlebih dahulu dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, selain itu GrabCar menyediakan *online map*, sehingga *driver* diharapkan dapat menguasai jalan dengan menggunakan *map* tersebut. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Melalui kuesioner yang telah dibagikan konsumen puas dengan pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh *driver*, seperti menaikkan barang penumpang, mengucapkan salam saat bertemu dan menurunkan penumpang, dan lain-lain.

Selain kualitas pelayanan, promosi penjualan yang dilakukan oleh GrabCar Yogyakarta juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin banyaknya promosi penjualan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller (2008), yaitu promosi penjualan menawarkan insentif

untuk membeli, sehingga manfaat yang ingin diberikan produsen dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Promosi mendorong konsumen untuk mencoba produk baru, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Promosi penjualan juga bermanfaat untuk mempromosikan kesadaran konsumen yang lebih besar terhadap harga (Kotler dan Keller, 2008). Dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh GrabCar Yogyakarta, para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta tertarik untuk menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh GrabCar.

Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan promosi penjualan yang dilakukan oleh GrabCar Yogyakarta mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka dari itu perusahaan harus tetap menjaga dan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, serta melakukan inovasi – inovasi pada promosi penjualan agar kepuasan pelanggan tidak menurun. Selain kualitas pelayanan dan promosi penjualan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka dari itu saran untuk peneliti yang akan datang agar dapat menambah variabel – variabel independen lainnya yang menjelaskan tentang kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7, Penerbit Diterjemahkan oleh Zoelkifi Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Tjiptono, Frandy. 2005. *Brand management & strategy*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Muza. 2016. Uber resmi hadir di daerah istimewa yogyakarta, <https://www.naikonline.id/uber-resmi-hadir-diy-jogja-yogyakarta-ubermotor-uberx/> (7 Juni 2017)
- Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner Dwayne D. Gremler. 2006. *Service Marketing-Integrating Customer Focus Across The Firm 4th Edition*. New York: McGraw Hill.

Sistem Informasi Pinjaman Dana PNPM-Mandiri Pada UPK-BKM Gintung Kerta Karawang

Abdussomad

Program Studi Sistem Informasi
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri Jakarta
Jl Kramat Raya No. 25 Jakarta Pusat
e-mail: shomadresas@gmail.com

Abstract – *UPK-BKM Gintung Kerta Karawang desperately need the existence of information systems that support in the process of fund loan services. therefore the author will discuss about the design of information systems loan at UPK-BKM Gintung Kerta Karawang. UPK BKM Gintung Kerta is a financial management unit at the Community Self-Help Agency which directly receives the PNPM-Mandiri Community Direct Fund (BLM) fund from the central level to be managed and distributed to the communities around the UPK area. Where the data processing is still using manual way bookkeeping, so it takes a long time in running the transaction process. The loan information system is the right solution to solve the problems of UPK-BKM Gintung Kerta Karawang, with the existence of the loan information system funds, will greatly assist the UPK in carrying out its duties and facilitate in solving problems that exist at the institution such as samples of data collection of borrowers, as well as with a computerized program can facilitate and accelerate the existing process so as to achieve effective and efficient activities.*

Key Word: *Information Systems, Loan Information Systems, Loan Programs.*

I. PENDAHULUAN

Rendahnya tingkat kesehatan dan pendidikan pada rumah tangga miskin merupakan tantangan utama yang harus dihadapi dalam rangka penanggulangan kemiskinan. Masih tingginya angka mortalitas balita serta rendahnya tingkat penyelesaian pendidikan dasar dan menengah pertama anak-anak dalam rumah tangga miskin, merupakan isu-isu strategis yang sangat berpotensi menghambat upaya penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Berdasarkan permasalahan tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya upaya-upaya strategis dalam mengatasinya, upaya strategis yang dilakukan agar sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat, yaitu menggunakan pendekatan partisipatif dari masyarakat itu sendiri

UPK BKM Gintung Kerta adalah unit pengelola dari BKM Gintung Kerta yang bergerak dalam bidang ekonomi yang menerima secara langsung dana BLM (Bantuan Langsung Masyarakat) PNPM-Mandiri dari tingkat pusat untuk dikelola dan disalurkan pada masyarakat yang ada disekitar daerah UPK itu sendiri. Dalam pengelolaan data tersebut diperlukan sebuah program pengolah data transaksi pinjaman yang berlangsung pada UPK BKM Gintung kerta.

Oleh karena itu dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi maka diperlukan pengembangan kreatifitasnya dalam hal penanganan data dalam bentuk pemrograman. Khususnya untuk mengontrol pengolahan data, proses pelaksanaan kegiatan yang baik dan bermutu, sehingga dapat memberikan daya tarik bagi masyarakat

a. Program

Menurut Kadir (2010) menyimpulkan bahwa “Program berarti kumpulan perintah yang ditujukan kepada komputer agar komputer dapat melakukan tindakan sesuai dengan yang dikehendaki oleh pembuat perintah”. Bila komputer berkedudukan sebagai perangkat keras (*Hardware*), maka program berkedudukan sebagai perangkat lunak (*Software*). Tanpa program, komputer tidak berfungsi.

b. Unified Modelling Language (UML)

“UML (*Unified Modeling Language*) adalah bahasa pemodelan dalam sistem atau perangkat lunak yang berparadigma berorientasi objek” (Nugroho, 2010).

c. Use Case Diagram

“Use Case Diagram adalah diagram fungsional dalam arti bahwa mereka menggambarkan fungsi dasar dari suatu sistem, yaitu apa yang dapat dilakukan pengguna dan bagaimana sistem harus menanggapi tindakan pengguna” (Denis, dkk 2009).

Menurut Whitten dalam Widodo (2011) mengartikan bahwa “Use Case sebagai urutan langkah-langkah yang secara tindakan saling terkait (skenario), baik terotomatisasi maupun secara manual, untuk tujuan melengkapi satu tugas bisnis tunggal”.

d. Activity Diagram

“Activity Diagram digunakan untuk model perilaku dalam independen proses bisnis Suatu

objek. Dalam banyak hal, *Activity Diagram* dapat dipandang sebagai diagram aliran data yang canggih yang dapat digunakan dalam hubungannya dengan analisis terstruktur” (Denis, dkk. 2009).

e. **Entity Relation Diagram (ERD)**

“*Entity Relation Diagram* adalah alat pemodelan data utama dan akan membantu mengorganisasi data dalam suatu proyek ke dalam entitas-entitas dan menentukan hubungan antar entitas” (Simarmata dan Paryudi, 2010).

Menurut Fatansyah (2007) mengemukakan bahwa “Model *Entity-Relationship* yang berisi komponen-komponen himpunan entitas dan himpunan relasi yang masing-masing dilengkapi dengan atribut-atribut yang mempresentasikan seluruh fakta dari dunia nyata yang kita tinjau, dapat digambarkan dengan lebih sistematis dengan menggunakan Diagram *Entity-Relationship*”.

ERD merupakan suatu model yang menjelaskan hubungan antar data dalam basis data berdasarkan objek-objek dasar data yang mempunyai hubungan antar relasi. Pada dasarnya ada tiga simbol yang digunakan sebagai berikut:

1. Entitas

Digambarkan dengan kotak persegi panjang dan digunakan untuk menunjukkan sekumpulan orang, tempat, objek atau konsep dan sebagainya yang menunjukkan dimana data dicatat atau disimpan.

2. Hubungan atau Relasi

Digambarkan dengan kotak berbentuk diamond atau belah ketupat dengan garis yang menghubungkan ke entitas yang terkait. Maka *relationship* diberi nama dengan kata kerja. Hubungan atau relasi menunjukkan abstraksi dari sekumpulan hubungan yang mengaitkan antara entitas yang berbeda.

3. Atribut

Digambarkan dengan bentuk elips. Atribut menunjukkan karakteristik dari tiap entitas atau sesuatu yang menjelaskan entitas atau hubungan. Sehingga atribut dikatakan elemen dari entitas dan relasi. Dari setiap atribut entitas terdapat satu atribut yang dijadikan sebagai kunci (*key*). Beberapa jeni kunci tersebut antara lain : *Primary key*, *Candidate key*, *Composite key*, *Secondary key*, *Alternate key* dan *Foreign key*.

4. Tingkat Hubungan (*Cardinality*)

Entity Relation Diagram (ERD) juga menunjukkan tingkat hubungan yang terjadi.

f. **Logical Relationals Structure (LRS)**

Menurut Kusriani (2007), “Model relasional adalah kumpulan tabel-tabel untuk merepresentasikan data dan relasi antar data-data tersebut”.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu: metode observasi, metode wawancara dan metode studi pustaka. Sedangkan Metodologi pengembangan sistem perangkat lunak yang penulis gunakan adalah model Waterfall. “Model Waterfall adalah model yang menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian dan tahap pendukung” (Sukamto & M. Salahudin, 2013). Tahapan – tahapan yang ada pada model waterfall secara global adalah :

a. Analisis Kebutuhan

Dalam tahap ini penulis melakukan analisa kebutuhan sistem, baik sistem yang sedang berjalan pada UPK –BKM Gintung Kerta Karawang sampai dengan kebutuhan sistem yang akan dikembangkan.

b. Desain

dalam tahap ini penulis melakukan perancangan database menggunakan ERD dan LRS, dan membuat rancangan alur program yang akan dibangun.

c. Code Generation

Pembuatan program menggunakan visual basic 6.0

d. Pengujian

“Tahap pengujian (testing) adalah fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji”. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan

e. Pendukung

“Tahap pendukung adalah tahapan yang dapat mengulangi proses pengembangan mulai dari analisis spesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada, tapi tidak untuk membuat perangkat lunak baru”.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang sering muncul di PNPM Mandiri UPK-BKM GINTUNG KERTA Karawang adalah sebagai berikut :

a. UPK-BKM GINTUNG KERTA Karawang belum mempunyai program dalam melakukan transaksi simpan pinjam, khususnya pengolahan data pinjaman yang efektif dan efisien. Dalam artian semua pengolahan dan pengarsipan data masih menggunakan sistem manual.

b. Proses peminjaman dilakukan dengan cara tanggung renteng antar anggota kelompok, maka perlu dilakukan pegolahan transaksi peminjaman dan angsuran yang efisien dan efektif.

c. Minimnya kelengkapan Data persyaratan untuk melakukan peminjaman. hal tersebut dikarenakan masih belum terkomputerisasi.

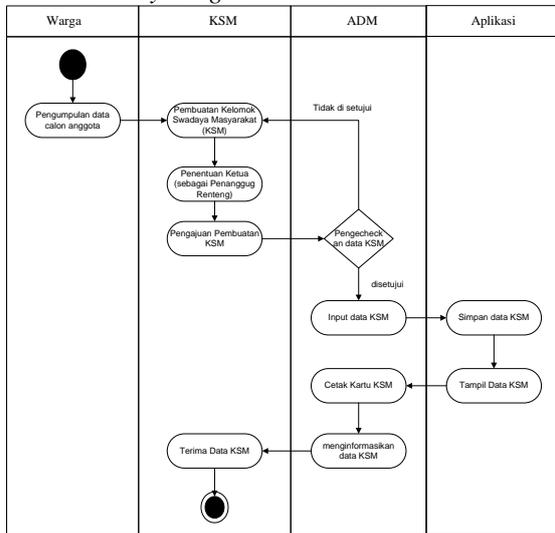
Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada, penulis mencoba membangun sebuah Perancangan

Sistem Informasi Pinjaman Dana PNPM-Mandiri Pada UPK BKM Desa Gintung Kerta Karawang dengan tujuan untuk mengurangi permasalahan yang telah disebutkan. Adapun keuntungan dari sistem yang akan penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah pihak UPK-BKM Gintung Kerta dalam mengolah data pinjaman dana.
2. Mempercepat dalam pencarian data anggota ataupun kelompok.
3. Menghemat waktu dalam mendapatkan informasi data kelompok, anggota, pinjaman & angsuran, karena tidak perlu mencari pada berkas arsip secara manual.
4. Mewujudkan sistem informasi Pinjaman Dana berbasis IT (*information technology*)

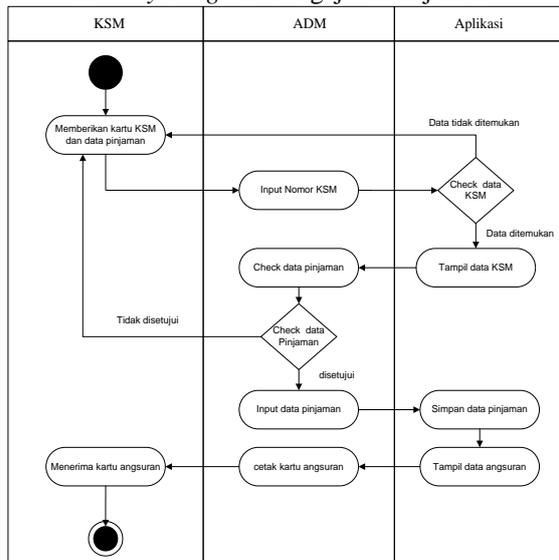
1. Activity Diagram

a. Activity Diagram Pembentukan KSM

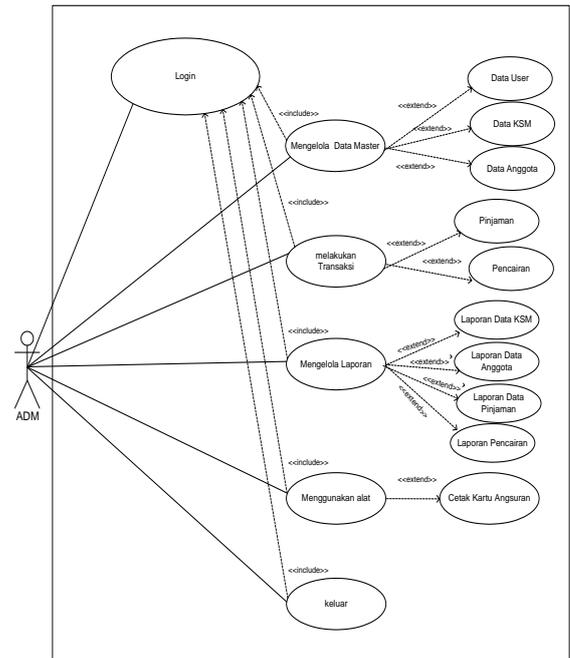


Gambar 1. Activity Diagram Pembentukan KSM

b. Activity Diagram Pengajuan Pinjaman

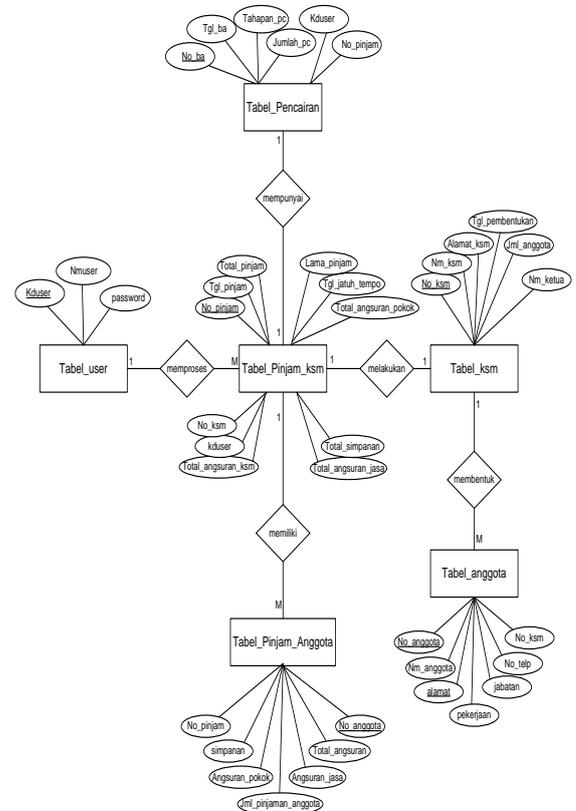


Gambar 2. Activity Diagram Pengajuan Pinjaman



Gambar 3. Usecase Diagram Pinjaman

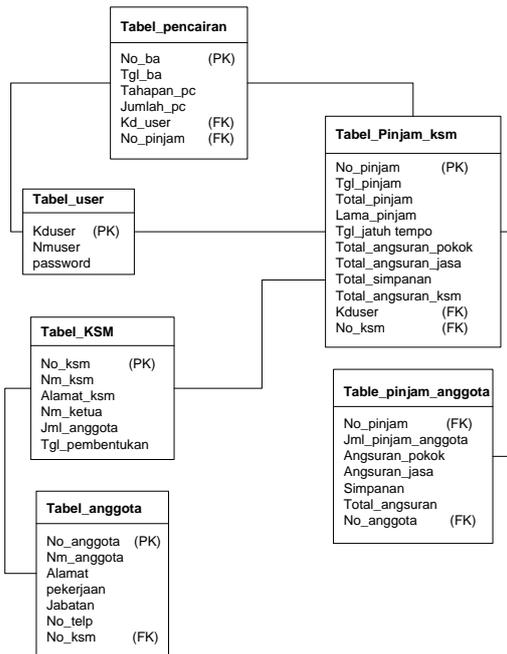
3. Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 4. Entity Relationship Diagram

2. Use case Diagram

4. Logical Record Structure (LRS)



Gambar 5. Logical Record Structure (LRS)

5. Implementasi Tampilan

a. Implementasi Tampilan Login



Gambar 6. Tampilan Login

b. Implementasi Tampilan Data KSM



Gambar 7. Tampilan Data KSM

c. Implementasi Tampilan Data Anggota



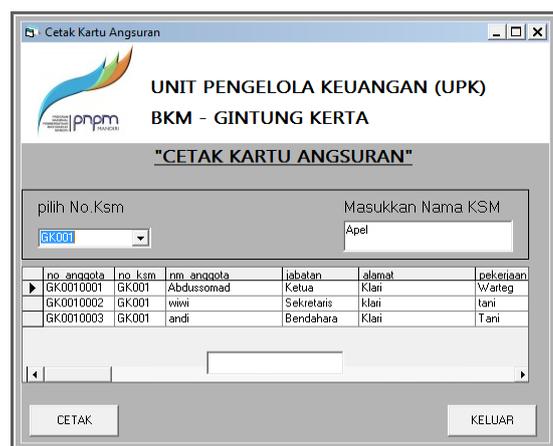
Gambar 8. Tampilan Data Anggota

d. Implementasi Tampilan Pengajuan Pinjaman



Gambar 9. Tampilan Pengajuan Pinjaman

e. Implementasi Tampilan Cetak Angsuran



Gambar 10. Tampilan Cetak Angsuran

IV. KESIMPULAN

Dari pembahasan mengenai Sistem Informasi pinjaman dana PNP-Mandiri pada UPK BKM Gintung Kerta, terlihat jelas bahwa penggunaan komputer akan sangat membantu memudahkan pemasukan dan pengambilan data pada waktu

tertentu secara cepat, tepat dan akurat serta efisien. Penyimpanan data dengan menggunakan media penyimpanan komputer akan menjadi lebih terjamin keamanannya

Dengan adanya sistem informasi pinjaman dana, akan sangat membantu pihak UPK dalam melaksanakan tugasnya serta mempermudah dalam memecahkan permasalahan yang ada pada lembaga tersebut seperti contoh penumpukan berkas-berkas data peminjam

REFERENSI

- Dennis, Alan dkk. 2009. System Analysis Design UML Version 2.0. United State:Willey.
- Fatansyah. 2007. Basis Data. Bandung: Informatika
- Kadir, Abdul. 2010. Mudah Menjadi Programmer C++. Yogyakarta: ANDI.
- Kusrini. 2007. Strategi Perancangan dan Pengelolaan Basis Data. Yogyakarta: C.V. ANDI Offset
- Nugroho, Adi. 2010. Rekayasa Perangkat Lunak Berorientasi Objek dengan Metode USDP. Yogyakarta: ANDI.
- Sukamto dan Shalahuddin, M. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak. Bandung: Informatika.
- Widodo, Prabowo Pudjo dan Herlawati. 2011. Menggunakan UML. Bandung:Informatika.

Multimedia Interaktif Edukasi Limbah Sampah dan Cara Pengelolaannya Menjadi Barang Kerajinan Tangan

Andi Saryoko¹, Susilowati²

^{1,2} Teknik Informatika, STMIK Nusa Mandiri Jakarta
Email: ¹andi.asy@nusamandiri.ac.id, ²chyntaakrey@yahoo.co.id

Abstract - Learning media is a tool used to convey learning materials as well as a tool to stimulate thoughts, feelings, attention and interest to learn. As in the case of waste knowledge, the fact is that some people are still unable to understand the types of waste and how to use them into useful handicrafts. This is because some of the information media is still less clear and detailed in the delivery of information about garbage so that the community is difficult to understand. This is one of the factors that cause the decreasing of public interest in processing waste into handicraft items. Limitations of this means that encourage authors to design interactive educational media-based educational information along with interesting visual illustrations and easy to understand about everything about waste and its management into handicrafts with value for use. The purpose of the interactive animation design created by the author is to help the community to more easily understand about waste, impact and how to make it into handicraft goods through interactive multimedia, attract people to learn more in developing creative ideas making handicrafts made from waste waste and as an alternative to learning the manufacture of handicrafts in addition to using the article media.

Keywords: Interactive Animation, Trash, Crafts

I. PENDAHULUAN

Dalam proses komunikasi dapat terjadi kesalahan dalam penerimaan konsep apabila informasi yang diberikan oleh penyampai pesan ditafsirkan secara berbeda oleh penerima pesan sehingga menyebabkan. Oleh karena itu diperlukan alat bantu yang memperjelas pesan yang disebut dengan media. Media pembelajaran merupakan alat bantu yang digunakan untuk menyampaikan materi pembelajaran sekaligus sebagai alat untuk merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat untuk belajar. Seperti pada kasus pengetahuan mengenai sampah, faktanya sebagian masyarakat masih belum mampu memahami jenis-jenis sampah dan bagaimana cara memanfaatkannya menjadi barang kerajinan yang berguna. Hal ini dikarenakan beberapa media informasi masih kurang jelas dan detail dalam penyampaian informasi mengenai sampah sehingga masyarakat sulit memahami. Ini merupakan salah satu faktor yang menyebabkan berkurangnya minat masyarakat dalam mengolah limbah sampah menjadi barang kerajinan. Keterbatasan sarana inilah yang mendorong penulis untuk merancang media informasi edukasi berbasis animasi interaktif yang disertai dengan ilustrasi visual yang menarik serta mudah dipahami mengenai segala hal tentang sampah dan pengelolaannya menjadi barang kerajinan dengan nilai guna.

Maksud dari perancangan animasi interaktif yang dibuat penulis adalah membantu masyarakat agar lebih mudah mengerti mengenai limbah sampah, dampaknya dan bagaimana cara pembuatannya menjadi barang kerajinan tangan melalui multimedia interaktif, menarik minat masyarakat untuk belajar

lebih jauh dalam mengembangkan ide kreatif pembuatan kerajinan tangan yang berbahan dasar limbah sampah dan sebagai alternatif belajar pembuatan barang kerajinan selain menggunakan media artikel. "Dalam proses pembelajaran guru dapat bervariasi menggunakan animasi interaktif agar siswa lebih aktif dan mudah memahami materi yang di sampaikan oleh guru. Selain itu dengan menggunakan Animasi Interaktif siswa tidak merasa monoton karena pembelajaran hanya menggunakan buku saja. Suasana belajar mengajar pun lebih menyenangkan". (Junaidi, 2017)

Perancangan animasi interaktif ini memiliki ruang lingkup yang mencakup informasi mengenai sampah seperti pengertian sampah, jenis-jenis sampah, dampak dari sampah, pengelolaan sampah dan tutorial tata cara pembuatan beberapa kerajinan tangan dari limbah sampah. Selain *menu* pembelajaran di dalam animasi interaktif ini juga terdapat *menu games* edukatif di dalamnya seperti kuis pilihan ganda untuk meninjau sejauh mana pengetahuan masyarakat mengenai informasi seputar sampah yang telah disampaikan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Guna memperoleh data informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, maka metode penelitian yang digunakan oleh penulis dilakukan dengan beberapa cara diantaranya :

A. Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan dan pencatatan mengenai proses dan tingkah laku masyarakat dalam pengelolaan limbah sampah.

B. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap ide kreatif cara pengelolaan limbah sampah dalam pembuatan barang kerajinan tangan.

C. Studi Pustaka

Pengumpulan data dan informasi dengan cara membaca buku-buku dan penggunaan media internet seperti *browsing* situs-situs terkait, pengunduhan jurnal-jurnal ataupun karya tulis *online* lainnya sebagai referensi yang dapat dijadikan acuan pembahasan dalam masalah ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Kebutuhan

Dalam merancang multimedia interaktif pengguna menganalisa kebutuhan dalam pembuatan multimedia interaktif, analisa kebutuhan tersebut dikategorikan sebagai berikut:

a. Software yang dibutuhkan

Software yang digunakan untuk membangun aplikasi media interaktif ini terdiri dari :

- Macromedia Flash Professional 8
- Adobe Photoshop CS5
- Goldwave digital audio editor

b. Hardware

Hardware yang digunakan dalam merancang media interaktif ini yaitu :

- Sistem Operasi : Windows 8.1 Pro 64-bit
- Processor : Intel® Core™ i3-3110M
- Memory : 2048MB RAM
- Harddisk : 113 GB
- Keyboard, Mouse, Speaker

3.2. Desain

Konsep animasi interaktif yang penulis rancang adalah animasi interaktif edukasi limbah sampah dan cara pengolahannya menjadi kerajinan tangan. Adapula informasi yang dihasilkan dari animasi interaktif ini adalah berupa info mengenai pengertian sampah, jenis-jenis sampah, dampak sampah, cara pengelolaan sampah dan cara pembuatan kerajinan tangan dari limbah sampah. Dalam aplikasi ini *user* dapat berlatih dalam *menu* latihan soal.

3.2.1 Karakteristik Software

Dalam merancang sebuah sistem yang dalam hal ini berupa media interaktif, harus berpedoman kepada karakteristik dan unsur yang terdapat dalam media interaktif tersebut, yaitu:

- Format
- Rules
- Policy
- Scenario
- Events/Challenge
- Roles

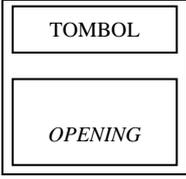
- Decisions
- Levels
- Score model
- Indicators
- Symbols

3.2.2 Perancangan Storyboard

Perancangan *storyboard* berisi tentang pembahasan mengenai alur cerita dari aplikasi yang akan disampaikan dengan menggunakan tulisan dan gambar. Berikut bagian-bagian dari media interaktif yang akan dijelaskan dalam *storyboard*.

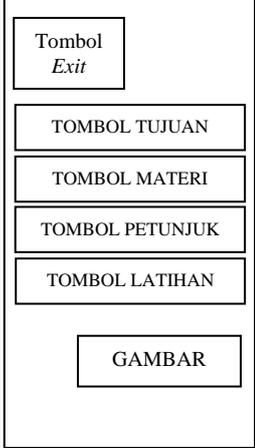
1. Storyboard Menu Opening

Tabel 1 Storyboard Menu Opening

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Pada saat program dijalankan, pertama yang akan terbuka adalah halaman <i>opening</i> . Pada halaman <i>opening</i> terdapat tampilan peri yang sedang memungut sampah.		Dawin - Life Of The Party.wav

2. Storyboard Halaman Menu Utama

Tabel 2 Storyboard Halaman Menu Utama

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Dalam halaman menu utama terdapat empat tombol menu seperti tombol tujuan yang menjelaskan tentang tujuan pembuatan aplikasi ini, tombol petunjuk yang menjelaskan cara menggunakan aplikasi ini, tombol materi yang berisi tentang materi-materi yang akan dibahas dan		5 Second Of Summer - Hey Everybody.wav

tombol latihan yang berisi latihan soal yang berkaitan dengan materi. Juga terdapat tombol keluar untuk mengakhiri program.		
---	--	--

3. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya

Tabel 3. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Jika pengguna memilih tombol Materi Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya, maka akan muncul 2 tombol untuk pilihan Sampah Organik atau Anorganik		

4. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Organik

Tabel 4. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Organik

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Jika pengguna memilih tombol Sampah Organik, maka akan muncul penjelasan mengenai sampah Organik beserta gambarnya sebagai contoh.		

5. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Anorganik

Tabel 5. *Storyboard* Halaman Materi Jenis Sampah Anorganik

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Jika pengguna memilih tombol Sampah Anorganik, maka akan muncul penjelasan mengenai sampah Anorganik beserta gambarnya sebagai contoh.		

6. *Storyboard* Halaman Materi Dampak Sampah

Tabel 6. *Storyboard* Halaman Materi Dampak Sampah

VISUAL	SKETSA	AUDIO
Jika pengguna memilih tombol Materi Dampak Sampah, maka akan muncul 3 tombol untuk pilihan Dampak Terhadap Kesehatan, Dampak Terhadap Lingkungan dan Dampak Terhadap Sosial dan Ekonomi.		

3.2.3. User Interface

Berikut adalah tampilan *user interface* pengguna dari animasi interaktif edukasi mengenai sampah dan pembuatan kerajinan tangan dari limbah sampah:

1. Tampilan Halaman *Opening*



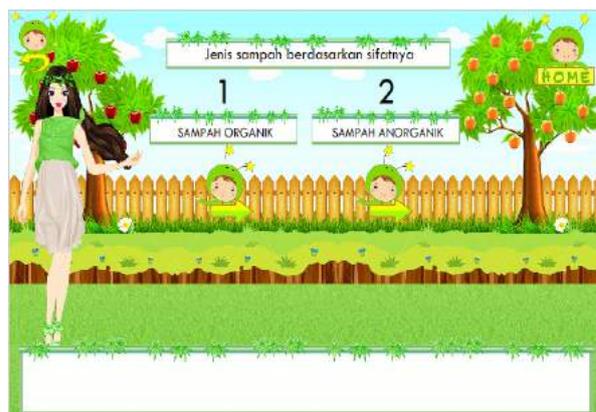
Gambar 1 Tampilan Halaman Opening

2. Tampilan Halaman Menu Utama



Gambar 2 Tampilan Halaman Menu Utama

3. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya



Gambar 3. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya

4. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Organik



Gambar 4. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Organik

5. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Anorganik



Gambar 5. Tampilan Halaman Materi Jenis Sampah Anorganik

6. Tampilan Halaman Kedua Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1



Gambar 6. Tampilan Halaman Kedua Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1

7. Tampilan Halaman Ketiga Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1



Gambar 7. Tampilan Halaman Ketiga Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1

8. Tampilan Halaman Hasil Karya Pembuatan Kerajinan Tangan 1



Gambar 8. Tampilan Halaman Hasil Karya Pembuatan Kerajinan Tangan 1

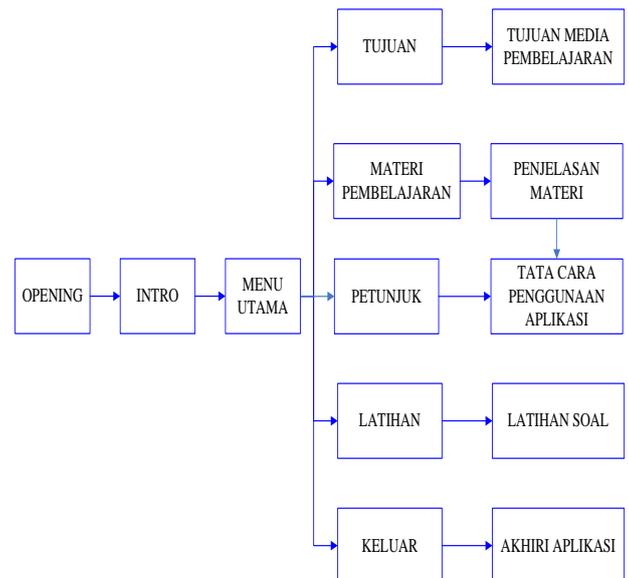
9. Tampilan Halaman Akhir Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1



Gambar 9. Tampilan Halaman Akhir Materi Pembuatan Kerajinan Tangan 1

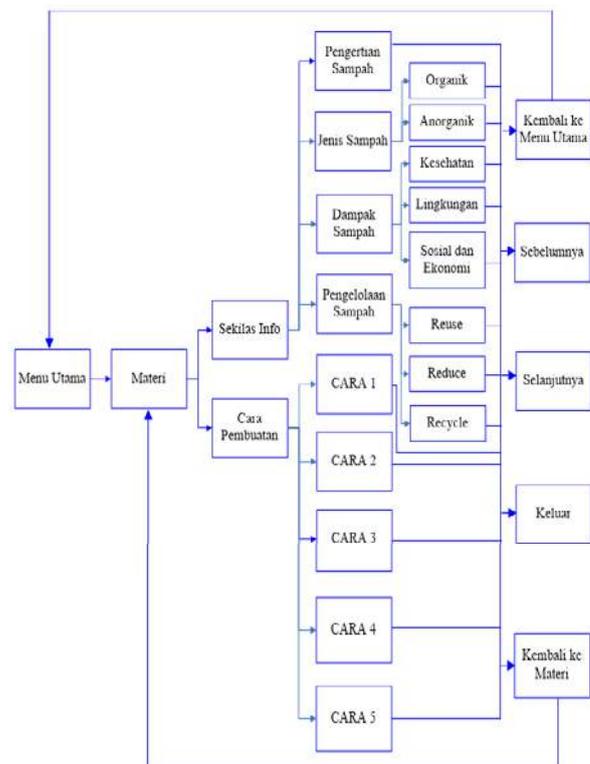
3.2.4. State Transition Diagram

1. Scene Menu



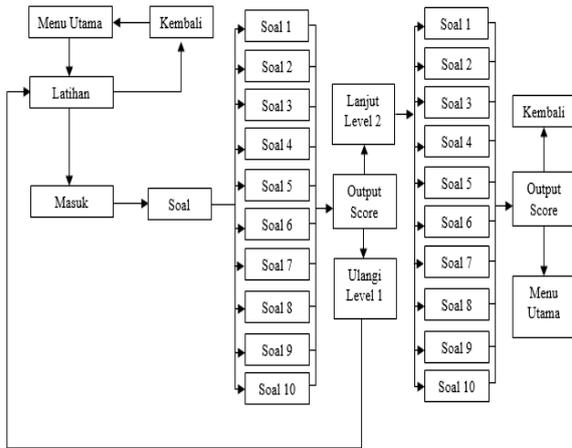
Gambar 10. State Transition Diagram Menu Utama

2. Scene Materi



Gambar 11. State Transition Diagram Materi

3. Scene Latihan



Gambar 12. State Transition Diagram Menu Latihan

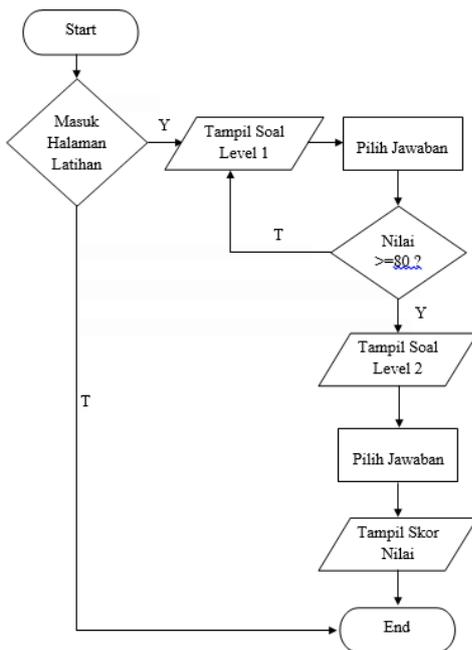
3.3. Kode Generation

A. Pengujian White Box

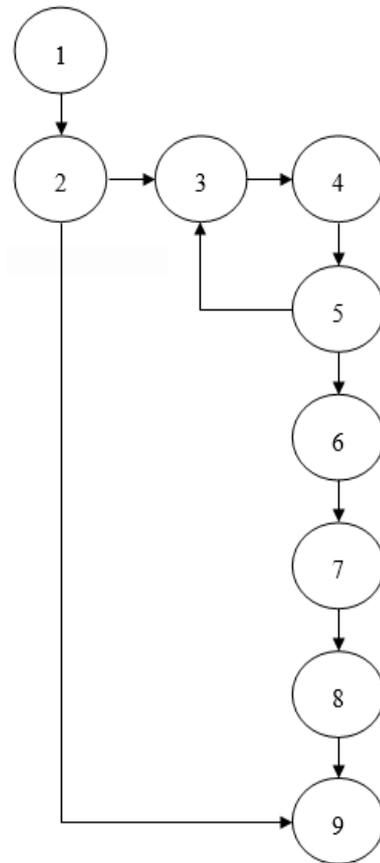
Secara garis besar algoritma dari tipe Soal Level 1 adalah sebagai berikut:

1. Pengguna masuk ke halaman Latihan Soal.
2. Pengguna memilih jawaban yang benar pada setiap soal.
3. Jika jawaban yang dipilih benar maka skor pengguna bertambah 10 setiap soalnya.

Setelah menyelesaikan 10 soal maka akan muncul hasil berupa nilai. Jika nilai yang didapat 80 maka pengguna dapat lanjut ke soal level 2.



Gambar 13. Bagan Alir Halaman Latihan



Gambar 14. Grafik Alir Halaman Latihan

B. Pengujian Black Box

Tabel 7. Pengujian Black Box Halaman Menu Utama

INPUT/EVENT	PROSES	OUTPUT/NEXT STAGE	HASHI. PENGUJIAN
Tombol Tujuan	on (release) { gotoandplay(105); }	Menampilkan Halaman Tujuan	Sesuai
Tombol Petunjuk	on (release) { gotoandplay(115); }	Menampilkan Halaman Petunjuk	Sesuai
Tombol Materi	on (release) { gotoandplay(124); }	Menampilkan Halaman Materi	Sesuai
Tombol Latihan	on (release) { gotoandplay(285); }	Menampilkan Halaman Latihan	Sesuai
Tombol Keluar	on (release) { gotoAndPlay(516); }	Keluar/Menutup Program	Sesuai

Tabel 8. Pengujian Black Box Halaman Menu Materi

INPUT/EVENT	PROSES	OUTPUT/NEXT STAGE	HASIL PENGUJIAN
Tombol Sekilas Info	on(release){ gotoAndPlay(133); }	Menampilkan Halaman Menu Materi Edukasi	Sesuai
Tombol Pengertian Sampah	on(release){ gotoAndPlay(147); }	Menampilkan Halaman Penjelasan Sampah	Sesuai
Tombol Jenis Sampah Berdasarkan Sifat	on(release){ gotoAndPlay(148); }	Menampilkan Halaman Informasi Mengenai Sampah	Sesuai
Tombol Dampak Sampah	on(release){ gotoAndPlay(151); }	Menampilkan Halaman Materi Dampak Sampah	Sesuai
Tombol Pengelolaan Sampah	on(release){ gotoAndPlay(155); }	Menampilkan Halaman Materi Pengelolaan Sampah	Sesuai
Tombol Cara Pembuatan	on(release){ gotoAndPlay(159); }	Menampilkan Halaman Menu Tutorial Kerajinan	Sesuai
Tombol Kerajinan 1	on(release){ gotoAndPlay(160); }	Menampilkan Tutorial Kerajinan yang Pertama	Sesuai
Tombol Kerajinan 2	on(release){ gotoAndPlay(179); }	Menampilkan Tutorial Kerajinan yang Kedua	Sesuai
Tombol Kerajinan 3	on(release){ gotoAndPlay(212); }	Menampilkan Tutorial Kerajinan yang Ketiga	Sesuai
Tombol Kerajinan 4	on(release){ gotoAndPlay(247); }	Menampilkan Tutorial Kerajinan yang Keempat	Sesuai
Tombol Kerajinan 5	on(release){ gotoAndPlay(266); }	Menampilkan Tutorial Kerajinan yang Kelima	Sesuai

Tabel 9. Pengujian Black Box Halaman Latihan

INPUT/EVENT	PROSES	OUTPUT/NEXT STAGE	HASIL PENGUJIAN
Tombol Masuk Soal Latihan Level 1	on (release) { gotoAndPlay(286); }	Menampilkan Halaman Soal Latihan Level 1	Sesuai
Tombol Jawab Soal Nomer 1	stop(); a.on (press){ gotoAndPlay(298); skor++; } b.on (press){ gotoAndPlay(298); } c.on (press){ gotoAndPlay(298); } d.on (press){ gotoAndPlay(298); }	Memberikan Nilai 10 Jika Benar dan Lanjut Ke Soal Selanjutnya	Sesuai
Tombol Masuk Kembali Soal Latihan Level 1	on (press){ gotoAndPlay(285); }	Menampilkan Kembali Halaman Soal Level 1	Sesuai
Tombol Home	on (release) { gotoandplay(104); }	Kembali Ke Halaman Menu Utama	Sesuai

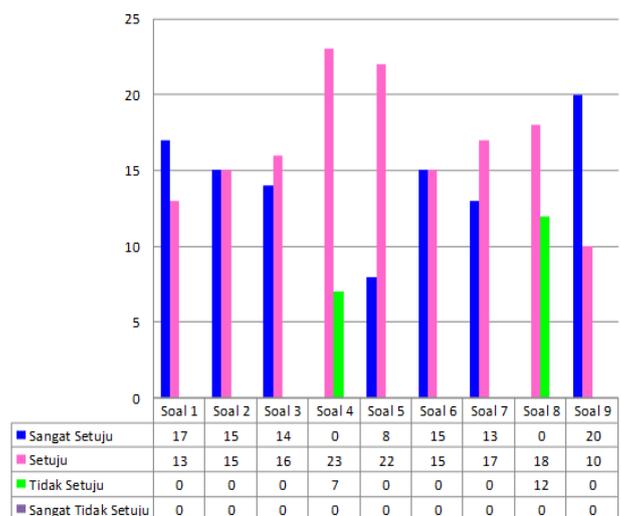
3.4. Hasil Pengolahan Data Kuisioner Animasi Interaktif

Hasil pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data kuisioner, responden dalam pengujian animasi interaktif ini adalah siswa/siswi tingkat SMP kelas VII. Kuisioner diberikan kepada 30 siswa/siswi tentang bagaimana pendapat mereka setelah aplikasi ini dijalankan. Berikut ini adalah hasil akumulatif dari keseluruhan data :

Tabel 10. Akumulatif Data Keseluruhan

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1	Tampilan gambar dan warna yang disajikan bagus	17	13	-	-
2	Animasi interaktif ini tidak membosankan	15	15	-	-
3	Animasi interaktif ini mudah digunakan	14	16	-	-
4	Suara pada animasi ini sudah terdengar dengan jelas	-	23	7	-
5	Materi yang disediakan mudah diingat	8	22	-	-
6	Animasi interaktif ini sangat menyenangkan	15	15	-	-
7	Cara pembelajaran dalam aplikasi ini memberikan kemudahan dalam mengingat kosakata bahasa Jepang	13	17	-	-
8	Soal-soal yang diberikan mudah untuk dijawab	-	18	12	-
9	Materi yang disampaikan jelas	20	10	-	-
TOTAL		102	149	19	-
TINGKAT RESPONDEN		38%	55%	7%	-

Hasil Kuisioner Perancangan Multimedia Interaktif Edukasi Limbah Sampah Dan Cara Pengelolannya Menjadi Barang Kerajinan Tangan



Gambar 15. Tampilan Grafik Kuisioner

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya media edukasi interaktif ini dapat mempermudah masyarakat dalam mempelajari proses pembuatan kerajinan tangan dari barang bekas
2. Dengan dibuatnya aplikasi berbasis animasi ini dengan tampilan yang menarik maka diharapkan masyarakat tidak cepat bosan dan dapat lebih memahami penyampaian tutorial dengan metode ini.
3. Setelah adanya aplikasi animasi pembelajaran ini maka pengguna dapat mengulang materi yang ingin dipelajari kapanpun.

REFERENSI

- Arif, Rohman. 2009. Memahami Pendidikan dan Ilmu Pendidikan. Yogyakarta: LaksBang Mediatama.
- Arifin. 2008. Pengaruh Limbah Rumah Sakit Terhadap Kesehatan. Jakarta: Agnes A.R.
- Arsyad, Azhar. 2011. Media Pembelajaran. cetakan ke-15. Jakarta: Rajawali Pers.
- Binanto, Iwan. 2010. Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya. Yogyakarta: Andi.
- Bustaman, Burmansyah. 2001. *Web Design Dengan Macromedia Flash MX* 2004. Yogyakarta: Andi Offset.
- Budiningsih, Asri. 2005. Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahya, Rifky Susseto Vebi. 2016. Pengembangan Multimedia Pembelajaran Interaktif Subtema Usaha Pelestarian Lingkungan Untuk Siswa Kelas V SD Negeri Lempuyangwangi. E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan Vol. V Nomor 8 Tahun 2016. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. Diambil dari: <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fiptp/article/download/5544> (12 Desember 2016)
- Daryanto. 2013. Inovasi Pembelajaran Efektif. Bandung: Yrma Widya.
- Junaidi, Agus. 2017. Animasi Interaktif Mengenal Sistem Peredaran Darah Dalam Tubuh Manusia Berbasis Android. Diakses dari: <http://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/knist/article/view/630/554>
- Madcoms. 2006. PHP dan MySQL. Madiun: Andi.
- Marliani, Novi. 2014. Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga (Sampah Anorganik) Sebagai Bentuk Implementasi dari Pendidikan Lingkungan Hidup. ISSN: 2088-351X. Jakarta: Universitas Indraprasta Jurnal Formatif Volume 4 Nomor 2: 124-132. Diambil dari: https://digilib.mercubuana.ac.id/manager/@file_artikel/IsiAbstraksi_2351449912.pdf (22 Desember 2016)
- Nursruwening, Yohana, Wita Widyandini dan Endang Sri Wahyuningsih. 2015. Pembuatan *Handicraft* Menggunakan Bahan Olahan Sampah Domestik. ISBN 978-602-14355-02. Purwokerto: Prosding SENATEK Universitas Muhammadiyah Purwokerto Purwokerto. Diambil dari: <https://digilib.ump.ac.id/download.php?> (02 Januari 2017)
- Roger S, Pressman. 2002. Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi. Yogyakarta: Andi.
- Simon, Mark. 2007. *Storyboards Motion In Art 3rd Edition*. Oxford: Elsevier.
- Sudita, Ketut. 2014. Pemanfaatan Barang Bekas Sebagai Bahan Pembuatan Barong Mini Dalam Pembelajaran Seni Kerajinan Tangan. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha
- Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Jilid 47 Nomor 2-3 Oktober 2014. Diambil dari: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article==1324&title=PemanfaatanBarangBekas> (02 Januari 2017)
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2002. Psikologi Pendidikan. Jakarta: PT.
- Suseno, Edwin, Kristo Radion Purba dan Rolly Intan. 2014. Media Pembelajaran Interaktif Pengelolaan Sampah Organik, Anorganik dan Bahan Beracun Berbahaya Berbasis *Flash*. Surabaya: Fakultas Teknologi Industri Universitas Kristen Petra. Diambil dari: <http://lib.unnes.ac.id/23422/1/4401411008.pdf> (12 Desember 2016)
- Yuliastuti, Nurwita, Pujayanto dan Elvin Yuslana Ekawati. 2014. Pengembangan Media Pembelajaran Ipa Terpadu Berbasis *E-Learning* dengan *Moodle* Untuk Siswa Sekolah Menengah Pertama Pada Tema Pengelolaan Sampah. ISSN: 2338-0691. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta Jurnal Pendidikan Fisika Volume 2 Nomor 1 Maret 2014. Diambil dari: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=157569> (02 Januari 2017)
- UPN Veteran. 2012. Artikel Tentang Algoritma. http://elearning.upnjatim.ac.id/courses/ALGORITMAPEMROGRAMANAC/Work/505518708d267Artikel_Tentang_BAHASA_PEMROGRAMAN,_ALGORITMA,_FLOWCHART_Dan_RAPT_OR.Docx (20 Januari 2017)
- Vaughan, Tay. 2011. *Multimedia: Making It Work. 8th Edition*. New York: McGraw -Hill.

PROFIL PENULIS

Andi Saryoko, M.Kom. Lahir di kota Klaten, Jawa Tengah pada tanggal 04 Oktober 1981. Tamat program Diploma III (D3) tahun 2005 Program Studi Komputerisasi Akuntansi di AMIK BSI Jakarta, Tamat S1 tahun 2008 Program Studi Sistem Informasi di STMIK Nusa Mandiri Jakarta, Tamat S2 tahun 2011 Program Studi Ilmu Komputer (S2) Konsentrasi Management Information Sistem di Program Pasca Sarjana STMIK Nusamandiri Jakarta. Menjadi Dosen tetap di AMIK BSI Jakarta sejak tahun 2008, dan memiliki Jabatan Fungsional Dosen Asisten Ahli. Kemudian menjadi Dosen Tetap STMIK Nusa mandiri Jakarta sejak tahun 2014. Sudah pernah melakukan penelitian dan artikelnya pernah terbit di beberapa jurnal, antara lain Jurnal Teknologi, Jurnal Cakrawala, Jurnal Perspektif, Jurnal Pilar, Jurnal Industrial Servicess, Jurnal Paradigma, dll.

Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Perencanaan Strategis Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing

Ais Zakiyudin
AMIK BSI Karawang
Email: ais.azd@bsi.ac.id

Abstract - *Planning is a basic process whereby management decides the purpose and how to achieve it. Planning occurs in all types of activities. Planning is one of the four functions of management are important and interlinked with each other. Planning has a very important function. Due to its importance, if planning is not good, then it is not good anyway throughout the implementation of all management functions within the company. The discussion of the plan, of course, we are faced with the question whether a plan going well or not. Given this strategic planning, the conception of the company becomes clear that will make it easier to formulate goals as well as other plans and can drive organizational resources effectively and efficiently. Strategic planning is a process of formal long-term planning to determine and achieve organizational goals. A strategic plan is a plan that is designed to achieve the organization's overall objective, which is to implement the mission of the organization where the mission that is the only reason for the existence of the organization. Strategic planning models applied in the field of business (business) as necessary to plan the company to effectively manage future filled with uncertainty.*

Keywords: *Strategic Planning, Corporate Performance, Competitive Advantage*

I. PENDAHULUAN

Setiap organisasi atau perusahaan selalu memiliki perencanaan strategis, sekalipun terkadang tidak secara jelas dirumuskan oleh pemimpin perusahaan. Rencana strategis sangat diperlukan oleh setiap perusahaan.

Kesalahan perencanaan dapat berada pada awal perencanaan itu sendiri ataupun pada saat proses perencanaan itu berlangsung. Suatu rencana strategis menunjukkan implikasi, beberapa tahun ke depan dari implementasi strategi perusahaan. Perkembangan kemampuan manajer yang akan mempengaruhi kariernya ditentukan salah satunya dari sisi kualitas untuk berpikir secara strategis, yaitu kemampuan untuk melihat ke depan, memahami lingkungan yang dinamis dan posisi organisasi atau unit yang sub unit yang efektif untuk mencapai kesuksesan seiring dengan adanya perubahan waktu. Persaingan usaha yang semakin tinggi, menuntut setiap perusahaan untuk mahir dalam menerapkan keunggulan strateginya guna meng-optimalkan laba usaha.

Dengan adanya perencanaan strategis ini maka konsepsi perusahaan menjadi jelas sehingga akan memudahkan dalam merumuskan berbagai sasaran dan rencana-rencana lain serta dapat mengarahkan sumber-sumber organisasi secara efektif dan efisien. Sehingga dapat dikatakan bahwa, perencanaan strategi dapat menentukan keberhasilan organisasi atau perusahaan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah sebuah proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Metodologi

juga merupakan analisis teoretis mengenai suatu cara atau metode.

Sedangkan penelitian adalah suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan atau dalam rangka untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

Langkah-langkah yang penulis tempu dalam melakukan penelitian adalah:

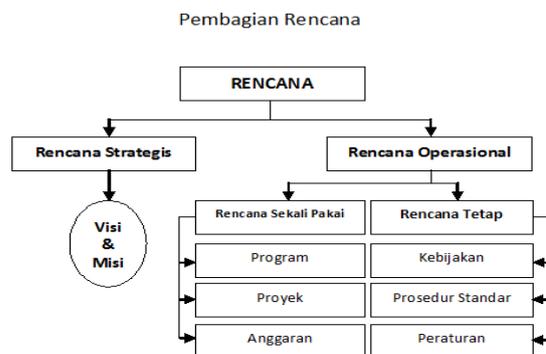
1. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur yang berhubungan dengan manajemen dan perencanaan strategis.
2. Observasi
Observasi dilakukan dalam bentuk observasi non perilaku yaitu dengan mengambil data-data sekunder yang terdapat di buku-buku manajemen dan internet, kemudian menganalisa data tersebut.
3. Pengambilan Kesimpulan
Setelah proses analisa dilakukan, maka dilakukan pengambilan kesimpulan dengan cara menarik kesimpulan dari analisa data yang telah dilakukan sebelumnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan strategis mulai diperbincangkan untuk dipakai pada pemerintahan daerah sejak awal tahun 1980 an. Pada masa tersebut, perencanaan strategis yang di impor dari model dunia bisnis dipakai dalam yurisdiksi beberapa pemerintahan kota (diAS), antara lain: San Fransisco, San Luis Obispo, dan Pasadena (Kalifornia); Philadelphia (Pennsylvania); Albany (New York); dan Memphis, (Tennessee). Perencanaan strategis telah diterapkan tidak hanya

pada bidang pembangunan ekonomi, tapi juga di bidang-bidang publik lainnya, antara lain: transportasi, kesehatan, dan lingkungan. Hal ini berbeda dengan aplikasi perencanaan strategis ke organisasi yang menekankan pada cara pemerintah kota atau kantor dinasnya menjalankan misinya secara lebih efektif. Pada bagian ini dimulai dengan membahas unsur-unsur yang mengindikasikan perencanaan strategis, dan disusul dengan kajian pustaka berkaitan dengan tipe perencanaan tersebut. Bagian berikutnya berkaitan dengan pandangan para perencana praktisi terhadap tipe perencanaan ini.

Perencanaan strategis merupakan sebuah proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini (Ais Zakiyudin, 2016)



dalam proses ini, termasuk analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), PEST (*Political, Economic, Social, Technological*), atau STEER (*Socio-cultural, Technological, Economic, Ecological, Regulatory*).

Manajer yang paling kompeten menghabiskan waktu yang cukup lama untuk memikirkan mengenai masa depan. Hasilnya mungkin berupa pemahaman informal mengenai arah masa depan yang akan diambil oleh entitas tersebut, atau mungkin juga berupa pernyataan formal yang berisi rencana spesifik mengenai bagaimana untuk sampai ke arah sana.

3.1. Formulasi strategi

Dalam proses formulasi strategi, manajemen menentukan cita-cita organisasi dan menciptakan strategi-strategi utama untuk mencapai cita-cita tersebut. Proses perencanaan strategis kemudian mengambil cita-cita dan strategi yang telah ditentukan tersebut dan mengembangkan program-program yang akan melaksanakan strategi dan mencapai cita-cita tersebut secara efisien dan efektif.

3.3. Proses Perencanaan Strategis

Strategi merupakan suatu kegiatan yang menentukan petunjuk dan pengarahan yang kritis terhadap

pengalokasian sumber daya untuk memcapi sasaran jangka panjang organisasi. Dalam prakteknya pilihan strategi merupakan sesuatu yang kompleks dan tugas yang berisiko. Beberapa strategi organisasi diharapkan dapat menghadapi lingkungan yang kompetitif. Disini manajer merencanakan bauran kekuatan dan kelemahan organisasi dengan kesempatan dan ancaman di lingkungannya. Proses perencanaan strategis atau manajemen strategis merupakan proses penganggaran usaha perencanaan strategis dan menjamin strategi tersebut dilaksanakan dengan baik sehingga menjamin kesuksesan organisasi dalam jangka panjang.

Proses perencanaan strategis tersebut melibatkan langkah-langkah berikut ini :

1. Meninjau dan memperbaharui rencana strategis dari tahun lalu. Selama satu tahun, keputusan yang mengubah rencana strategis dibuat; manajemen membuat keputusan kapan pun ada kebutuhan akan hal itu, dan bukan sebagai respons terhadap terhadap jadwal yang telah ditentukan. Secara konseptual, implikasi dari setiap keputusan untuk lima tahun ke depan sebaiknya dimasukkan dalam rencana strategis segera setelah keputusan tersebut dibuat. Jika tidak, rencana formal tersebut tidak lagi mencerminkan jalan yang direncanakan akan diikuti oleh perusahaan. Khususnya, rencana tersebut tidak mencerminkan dasar yang berlaku untuk menguji usulan strategi dan program yang merupakan salah-satu nilai utama rencana itu.
2. Memutuskan asumsi dan pedoman. Rencana strategis yang telah diperbaharui memasukkan asumsi-asumsi luas seperti pertumbuhan dalam Produk Domestik Bruto (PDB), pergerakan musiman, tarif upah, tenaga kerja, harga-harga dari bahan baku penting, tingkat bunga, harga jual, kondisi pasar seperti tindakan pesaing, dan dampak dari undang-undang pemerintah di setiap Negara di mana perusahaan beroperasi. Asumsi-asumsi ini diperiksa kembali dan jika diperlukan diubah untuk memasukkan informasi paling akhir.
3. Iterasi Pertama dari Rencana Strategis. Menggunakan asumsi, tujuan dan pedoman tersebut, unit bisnis dan unit operasi lainnya membuat rancangan pertama dari rencana strategis, yang mungkin memasukkan rencana operasi yang berbeda dari yang dimasukkan dalam rencana sekarang, seperti perubahan dalam taktik pemasaran; dengan didukung alasan. Staf unit bisnis melakukan banyak pekerjaan analitis, tetapi manajer unit bisnis membuat keputusan akhir. Bergantung pada hubungan pribadi, karyawan unit bisnis dapat mencari saran dari staf kantor pusat dalam pengembangan rencana-rencana ini. Anggota dari staf kantor pusat sering kali mengunjungi unit bisnis selama proses ini dengan tujuan

untuk mengklarifikasi pedoman, asumsi, dan instruksi, serta secara umum, untuk membantu dalam proses perencanaan

4. Analisis. Ketika kantor pusat menerima rencana unit bisnis, kantor pusat mengagregasikannya menjadi satu rencana strategis korporat secara keseluruhan, Staf perencanaan dan pemasaran, produksi dan eksekutif fungsional lainnya di kantor pusat menganalisis rencana ini secara mendalam. Unit bisnis X merencanakan taktik pemasaran baru; apakah mungkin bagi bahwa penjualan yang dihasilkan akan sebesar seperti yang diindikasikan pada rencana tersebut?
5. Iterasi Kedua dari Rencana Strategis. Analisis dari penyerahan pertama mungkin memerlukan revisi rencana dari beberapa unit bisnis saja, tetapi dapat juga mengarah pada perubahan dalam asumsi dan pedoman yang mempengaruhi semua unit bisnis. Misalnya, agregasi dari semua rencana mungkin mengindikasikan bahwa penurunan kas akibat peningkatan persediaan dan pengeluaran modal lebih besar daripada yang dapat ditoleransi perusahaan dengan aman; jika demikian, mungkin ada kebutuhan untuk menunda pengeluaran di seluruh organisasi. Keputusan ini mengarah pada revisi dari rencana.
6. Tinjauan dan Persetujuan Akhir. Suatu pertemuan dengan pejabat-pejabat senior korporat umumnya mendiskusikan rencana yang direvisi secara panjang lebar. Rencana tersebut juga mungkin dipresentasikan pada suatu pertemuan dengan dewan direksi. CEO memberikan persetujuan akhir. Persetujuan tersebut sebaiknya dilakukan sebelum awal dari proses pembuatan anggaran, karena rencana strategis merupakan input yang penting bagi proses itu.

3.4. Menganalisis program-program baru yang diusulkan

Ide-ide untuk program baru dapat berasal dari mana pun dalam organisasi: dari CEO, dari staf perencanaan kantor pusat, atau dari berbagai bagian organisasi yang beroperasi. Misalnya, dalam 3M Corporation, ide untuk notes "Post-It" berasal dari bawah organisasi, bukan merupakan inisiatif dari CEO. Organisasi riset dan pengembangan diharapkan menghasilkan ide-ide untuk produk atau proses baru, organisasi pemasaran diharapkan menghasilkan inovasi pemasaran, dan organisasi teknik produksi diharapkan menghasilkan peralatan dan metode produksi yang lebih baik. Usulan-usulan untuk program pada intinya bersifat reaktif atau proaktif, yaitu muncul sebagai reaksi terhadap ancaman yang dirasakan, seperti kabar burung mengenai pengenalan produk baru oleh pesaing, atau sebagai inisiatif untuk mengkapitalisasi suatu kesempatan.

3.5. Analisis Investasi Modal

Hampir semua usulan memerlukan modal baru yang signifikan. Teknik-teknik untuk menganalisis usulan investasi modal berusaha untuk menemukan (a) nilai sekarang bersih dari proyek tersebut, yaitu, kelebihan nilai sekarang dari estimasi arus kas masuk terhadap jumlah investasi yang diperlukan, atau (b) tingkat pengembalian internal yang implisit dalam hubungan antara kas yang masuk dan keluar. Intinya adalah bahwa teknik-teknik ini digunakan hanya pada sekitar separuh situasi di mana secara konseptual, teknik-teknik ini dapat diterapkan. Paling tidak ada empat alasan untuk tidak menggunakan teknik nilai sekarang dalam menganalisis semua usulan.

1. Usulan tersebut mungkin jelas menarik sehingga perhitungan dari nilai sekarang bersihnya tidak diperlukan. Mesin yang baru dikembangkan dan yang mengurangi biaya secara substansial sehingga akan memberikan pengembangan dalam satu tahun adalah salah-satu contohnya.
2. Estimasi yang terlibat dalam usulan begitu tidak pasti sehingga membuat perhitungan nilai sekarang bersih dipercaya tidak sesuai dengan usahanya.
3. Alasan untuk usulan tersebut adalah selain peningkatan dalam profitabilitas. Pendekatan nilai sekarang mengasumsikan bahwa "fungsi tujuan" adalah meningkatkan laba, tetapi banyak usulan investasi yang memperoleh persetujuan berdasarkan alasan bahwa usulan tersebut meningkatkan semangat karyawan, citra perusahaan, atau keselamatan kerja.
4. Tidak ada alternatif yang layak untuk diadopsi. Hukum lingkungan mungkin mengharuskan investasi dalam suatu program baru.

Beberapa pertimbangan yang berguna dalam mengimplementasikan sistem evaluasi pengeluaran modal.

1. **Aturan-aturan.** Perusahaan umumnya mempublikasikan aturan dan prosedur untuk persetujuan usulan pengeluaran modal dengan berbagai besaran. Usulan pengeluaran yang kecil dapat disetujui di tingkat manajer pabrik, bergantung pada total jumlah yang telah ditentukan dalam satu tahun, dan usulan yang lebih besar akan diteruskan ke manajer unit bisnis, lalu ke CEO, dan, dalam kasus usulan yang sangat penting, ke dewan direksi.
2. **Menghindari Manipulasi.** Para pengusul yang mengetahui bahwa proyek mereka dengan nilai sekarang bersih yang negative kemungkinan besar tidak akan disetujui, bisa saja "nekat" bahwa proyek tersebut harus diambil. Dalam beberapa kasus, mereka mungkin membuat usulan tersebut menjadi menarik dengan cara menyesuaikan estimasi awal, sehingga proyek tersebut memenuhi kriteria numerik-mungkin dengan membuat estimasi yang optimistis atas

pendapatan penjualan atau dengan mengurangi penyisihan untuk kontijensi dalam beberapa elemen biaya. Salah-satu tugas yang paling sulit dari analisis proyek adalah untuk mendeteksi manipulasi semacam itu.

3. **Model.** Selain model pembuatan anggaran modal yang mendasar, ada teknik-teknik spesialisasi, seperti analisis risiko, analisis sensitivitas, simulasi, perencanaan scenario, teori permainan, model penetapan harga opsi, analisis klaim kontinjen, dan analisis diagram pohon untuk pengambilan keputusan.

3.6. Menganalisis Program-program yang sedang berjalan

Selain mengembangkan program-program baru, banyak perusahaan memiliki cara yang sistematis untuk menganalisis program-program yang sedang berjalan. Beberapa teknik analitis dapat membantu dalam proses ini. Bagian ini menggambarkan analisis rantai nilai dan pertimbangan biaya berdasarkan aktivitas.

1. Analisis Rantai Nilai. Rantai nilai untuk perusahaan mana pun adalah sekelompok aktivitas yang menciptakan nilai dan saling berhubungan yang menjadi bagiannya, dari memperoleh bahan baku dasar untuk pemasok komponen sampai membuat produk akhir dan mengantarkannya ke pelanggan akhir. Dari perspektif perencanaan strategis, konsep rantai nilai menyoroti tiga bidang yang potensial berguna:

- Hubungan dengan pemasok
- Hubungan dengan pelanggan
- Hubungan proses di dalam rantai nilai dari perusahaan tersebut.
- Hubungan dengan Pemasok

Hubungan dengan pelanggan sebaiknya dikelola sedemikian rupa sehingga baik perusahaan maupun pemasoknya sama-sama memperoleh manfaat. Mengambil keuntungan dari kesempatan semacam itu dapat secara dramatis mengurangi biaya, meningkatkan nilai, atau keduanya.

Hubungan dengan pelanggan juga dapat menjadi sama pentingnya seperti hubungan dengan pemasok. Ada banyak contoh mengenai hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggannya.

- Hubungan Proses dengan Rantai Nilai dari Perusahaan.

Analisis rantai nilai secara eksplisit mengakui fakta bahwa aktivitas nilai individual dalam perusahaan tidaklah independen tetapi saling bergantung. Contoh. Di McDonald's, penentuan waktu dari kampanye promosi secara signifikan mempengaruhi utilisasi kapasitas produksi (aktivitas nilai yang lain). Aktivitas yang berhubungan ini harus dikoordinasikan untuk merealisasikan dampak penuh dari promosi.

Suatu perusahaan mungkin ingin menganalisis hubungan proses di dalam rantai nilai, mencari cara untuk meningkatkan efisiensinya. Tujuan keseluruhan dari analisis ini adalah untuk memindahkan bahan baku pertama dari pemasok, melalui produksi, dan ke pelanggan dengan biaya rendah, waktu terpendek, dan kualitas yang dapat diterima. Efisiensi dari bagian desain rantai nilai dapat ditingkatkan dengan mengurangi jumlah komponen terpisah dan meningkatkan kemudahan untuk memproduksinya.

2. Perhitungan biaya Berdasarkan Aktivitas. Meningkatnya komputerisasi dan otorisasi di pabrik-pabrik telah mengarah pada perubahan-perubahan penting dalam sistem untuk mengumpulkan dan menggunakan informasi biaya. Enam puluh tahun yang lalu, hampir semua perusahaan mengalokasikan biaya overhead ke produk melalui tarif overhead tingkat pabrik yang didasarkan pada jam atau dolar tenaga kerja langsung.

Dalam sistem yang lebih baru ini, kata aktivitas seringkali digunakan dibandingkan dengan kata pusat biaya, dan pemicu biaya lebih sering digunakan dibandingkan dengan kata dasar alokasi; dan sistem biaya ini disebut dengan sistem perhitungan biaya berdasarkan aktivitas (*activity-based cost-ABC*).

Keunggulan perusahaan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila kemudian perusahaan mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing. Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing dipandang sebagai sesuatu yang dapat digunakan dalam atau sebagai strategi perusahaan. Keunggulan bersaing dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak aktivitas yang berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung penjualan. Sehingga keunggulan bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing.

Mengingat perkembangan bisnis yang berubah dengan cepat dan perencanaan strategis perusahaan yang memberikan perhatian besar dalam mengantisipasi berbagai perubahan yang akan terjadi di masa depan maka penerapan sistem perencanaan strategis di lingkungan perusahaan merupakan kebutuhan yang mendesak. Kompetensi dalam perencanaan strategi dapat menentukan derajat dimana perusahaan menjadi terkait dengan perencanaan strategis.

Keunggulan bersaing juga dapat diciptakan dengan cara :

Tahapan Model I/O

1. Pelajari lingkungan eksternal
2. Pilih industri yang menarik
3. Formulasikan strategi
4. Kembangkan dan peroleh aset yang diperlukan
5. Implementasi strategi
6. Gunakan kekuatan perusahaan untuk mengimplementasikan strategi
7. Berusaha mencapai kinerja di atas rata-rata industri

Tahapan Model Resource-Based

1. Mengidentifikasi sumber daya perusahaan
2. Tentukan kapabilitas perusahaan
3. Tentukan bagaimana sumber daya dan kapabilitas perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif
4. Lokasikan suatu industri dengan peluang yang dapat dieksploitasi
5. Pilih strategi terbaik untuk mengeksploitasi sumber daya dan kapabilitas dalam lingkungan industri
6. Mengimplementasikan strategi yang dipilih agar mengungguli pesaing dan memperoleh penghasilan di atas rata-rata industri

Model Gerilya

1. Berbagai macam gangguan yang signifikan dan tidak diperkirakan sebelumnya dapat menghambat perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan
2. Sebuah organisasi yang berhasil harus pandai dalam menyesuaikan dengan setiap perubahan yang terjadi
3. Perencanaan strategic berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing.

Tujuan dari strategi kompetitif adalah pencapaian keunggulan bersaing yang berkelanjutan dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Keunggulan kompetitif dapat dicapai dari mengimplementasikan penciptaan strategi niali tidak secara simultan namun melalui kondisi pesaing yang potensial. Keunggulan yang berkelanjutan dicapai ketika keunggulan tersebut dapat bertahan dari erosi atau perilaku pesaing. Dengan kata lain keterampilan dan sumberdaya yang mendasari dari keunggulan kompetitif bisnis harus mampu bertahan dari duplikasi perusahaan lain.

Berkaitan antara pengaruh kinerja perusahaan terhadap keunggulan bersaing dapat tercapai ketika kemampuan manajemen dan menggunakan kreasi dan mengimplentasikan strategi agar tahan pada keunggulan yang banyak terjadi peniruan, mampu

menciptakan faktor hambatan dalam jangka waktu yang akan datang.

Adanya hubungan antara perencanaan strategis dengan kinerja perusahaan. Pengukuran kinerja merupakan sesuatu yang kompleks dan merupakan tantangan besar bagi pemimpin perusahaan. Hal ini dikarenakan sebuah konstruksi kinerja yang bersifat multidimensional dan oleh karena itu pengukuran kinerja dengan dimensi pengukuran tunggal tidak mampu memberikan pemahaman yang komprehensif. Sehingga pengukuran kinerja hendaknya menggunakan atau mengintegrasikan pengukuran yang beragam. Pengukuran kinerja organisasi berbasis akuntansi dan keuangan memiliki kekurangan selain disebabkan oleh bervariasinya metode akuntansi, juga disebabkan oleh adanya kecenderungan manipulasi angka dari pihak manajemen sehingga pengukuran menjadi tidak valid.

Untuk mengantisipasi tidak tersedianya data-data kinerja obyektif dalam sebuah penelitian, maka dimungkinkan untuk menggunakan ukuran subyektif, yang mendasarkan pada persepsi manajer. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa ukuran kinerja subyektif memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi. Penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya korelasi yang erat antara ukuran kinerja subyektif dan ukuran kinerja obyektif. Berdasar uraian diatas, kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan pengukuran subyektif yang mendasarkan pada persepsi staf dan manajer perusahaan atas berbagai dimensi pengukuran kinerja perusahaan. Dimensi pengukuran kinerja yang lazim digunakan dalam berbagai penelitian adalah pertumbuhan (*growth*), kemampulabaan (*profitability*) dan efisiensi. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi konsensus sebagai ukuran dimensi pertumbuhan terbaik. Lebih lanjut bahwa pertumbuhan, dipicu oleh naiknya atas permintaan produk yang ditawarkan perusahaan yang berarti naiknya penjualan. 29 Indikator pertumbuhan yang dipilih adalah pertumbuhan pangsa pasar (*market share*). Pertumbuhan pangsa pasar bisa digunakan untuk mengukur efektivitas pasar, disamping untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai skala efisiensi dan kekuatan pasar (*market power*). Dimensi kemampulabaan dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan dikelola secara efektif. Indikator kemampulabaan yang digunakan yakni *ROI (Return On Investment)*. ROI dihitung dari keuntungan netto sesudah pajak *EAT (Earning After Tax)* dibagi jumlah aktiva (Total Asset).

Konsep keunggulan bersaing perusahaan banyak dikembangkan dari strategi generic. Hal-hal yang

dapat mengindikasikan variabel keunggulan bersaing adalah imitabilitas, durabilitas, dan kemudahan menyamai. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan perusahaan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila kemudian perusahaan mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing. Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing dipandang sebagai sesuatu yang dapat digunakan dalam atau sebagai strategi perusahaan. Keunggulan bersaing dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak aktivitas yang berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung penjualan. Sehingga keunggulan bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing.

Pendekatan *resources based (RB)* memandang aktivitas ekonomi atau bisnis dari sisi pemanfaatan sumber daya dan kapabilitasnya, bukan menurut pasar yang dilayani. Pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas ini dalam rangka membangun daya saing yang diarahkan kepada usaha-usaha menangkap berbagai peluang mengatasi berbagai ancaman dalam persaingan, sehingga dari kondisi ini dibangun strategi untuk menghambat para pesaing berupa kesulitan untuk ditiru. Persaingan hari ini dan masa mendatang harus dipandang sebagai persaingan dengan dinamika tinggi bukan suatu yang statis sehingga kita perlu melalui hal tersebut dengan beberapa pemikiran strategi. Produktivitas manajerial dalam kinerja bisnis dengan pendekatan seleksi strategis akan menfokuskan perhatian pada variabel organisasi yang penting untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yang sustainable bersumber dari sumber daya yang bernilai, jarang, sulit ditiru dan substitutability. Kemampuan dan sumber daya dikatakan substitutability dalam dua arti, pertama tidak dapat ditiru atau justru dapat menggantikan sumber daya sejenis yang dimiliki pesaing.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan untuk melihat pengaruh variabel perencanaan strategis terhadap kinerja perusahaan menuju keunggulan bersaing, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Perencanaan strategis yang dilakukan secara teratur dan terukur akan menjadikan perusahaan memiliki kinerja yang baik yang pada akhirnya perusahaan akan menghasilkan output berupa produk yang bisa bersaing di tengah kancah persaingan yang semakin sengit.

2. Analisis tentang dinamika lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal, baik yang merupakan ancaman maupun peluang bagi perusahaan perlu ditingkatkan.
3. Efisiensi yang digunakan sebagai ukuran kinerja organisasi perlu dilengkapi dengan adaptabilitas atau lebih terbuka terhadap perubahan lingkungan yang ada untuk dapat meningkatkan kinerja menuju keunggulan bersaing.
4. Kemampuan untuk menciptakan atau menghasilkan produk yang mempunyai ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan produk sejenis dari perusahaan lain.

REFERENSI

- Dewi Aulia, Andri Ikhwana. (2012). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra dengan Pendekatan Metode Balance Scorecard (Studi Kasus di Pabrik Sutra tiga Putra), *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*, 1-12.
- Djamin, Awaloedin, MPA, Prof. Dr. dkk. 2009. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Indonesia Terpadu Cetakan Pertama*. Jakarta
- Nurhapna, Setya Haksama (2014). Pengaruh Perencanaan Strategis Terhadap Kinerja di Rumah Sakit. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 91-100.
- Puspoprano, Sawaldjo. 2006. *Manajemen Bisnis; Konsep, Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Penerbit PPM.
- Rifdah A. (2013). Analisis Pengaruh Perencanaan Strategik Terhadap Kinerja Organisasi dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing Industri Kecil Menengah Tas dan Koper Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. *Prosiding Call for Paper Bidang Manajemen*, 83-95.
- Siswanto, HB, M.Si, Dr. 2010. *Pengantar Manajemen, Cetakan keenam*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Tri Pudjadi, Kristianto, Andre Tomy. (2007). Analisis Untuk Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi pada PT. Ritrans Cargo. *Prosiding SNATI*, 1.7-1.12.
- Zakiyudin, Ais. 2016. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

PROFIL PENULIS

Ais Zakiyudin. Lahir di Tegal. **Sarjana (SE)** di Universitas Yarsi, Jakarta. **Magister Manajemen (MM)** di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA), Jakarta. Memiliki seorang istri dan lima orang anak. **Aktivitas saat ini** adalah Dosen AMIK BSI Karawang

Prosedur Administrasi Penjualan *Bearing* Pada Usaha Jaya Teknika Jakarta Barat

Darma Wijaya¹, Roy Irawan²

¹ABA BSI Jakarta
Email: darma.dwa@bsi.ac.id

²Program Studi komputerisasi Akutansi
AMIK BSI Jakarta
Email: roy.ryi@bsi.ac.id

Abstract- Many factors in addition to promotional efforts, including in terms of service, price matching, also part of the leadership of the company to follow sales orders that are still open. Usaha Jaya Teknika is a company engaged in the sale bearing activities associated with the sale. In bearing sales companies, the administration is required to support continuation of work productivity. One supporting of the labor productivity is sales administration, because sales are very important role among other activities. Customers most influential people in sales, because of the customer and the sales process will occur reciprocal relationship mutual benefit. So the procedure is important in administration. By this author tries to make the final administrative procedures regarding the sale of Usaha Jaya Teknika, West Jakarta. Therefore, the administrative procedures are very important for the customer sales, because sales administrative procedures to facilitate the sales order. With the sales of structured procedure the customers will be fulfilled.

Keywords: Administrative Procedures, Sales

I. PENDAHULUAN

Alasan mengapa perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan yang menjadi objek penelitian karena sejak dahulu hingga saat ini, bidang perdagangan selalu memberikan pengaruh besar dalam dunia bisnis jenis apapun. Pengaruh perdagangan dalam dunia sangat penting pada saat ini. Promosi sangat penting untuk sebuah perusahaan, karena dengan promosi barang –barang perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Perusahaan tidak dapat mempromosikan produk-produknya secara individual. Untuk itu, bisnis bidang perdagangan bearing sangat penting dan dengan manajemen yang baik, bisnis bidang ini dapat berkembang dengan cepat.

Untuk mencapai keberhasilan itu setiap perusahaan mempunyai suatu peraturan yang nantinya akan menjadi pedoman kerja. Salah satu pedoman, yaitu adanya suatu administrasi. Setiap perusahaan mempunyai administrasi masing-masing yang nantinya dapat digunakan untuk produktivitas kerja, dan penyimpanan data. Dimulai dari divisi keuangan, personalia, produksi, sehingga dalam produktivitas kerja lebih efisien, dan efektif.

Ilmu administrasi sangat dibutuhkan, hampir disetiap bidang pekerjaan dan merupakan peran yang sangat penting terutama sebagai penunjang kelancaran kegiatan, baik perusahaan ataupun organisasi. Ilmu administrasi mempunyai konsep pengertian yang lebih luas, tidak sekedar untuk pencatatan dan pembuatan laporan saja.

Administrasi merupakan proses kegiatan yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan, administrasi sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan yang benar-benar dapat memberikan peranan penting.

Kegiatan administrasi bersifat teknis ketatausahaan, sehingga sangat dibutuhkan dalam perusahaan penjualan dan administrasi sangat dibutuhkan untuk menunjang kelangsungan produktivitas kerja.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dengan pelanggan yang telah melakukan pembayaran mengalami kehilangan bukti pembayaran ?
2. Terjadinya keterlambatan proses kerja administrasi penjualan berpengaruh pada pelanggan ?

Manfaat

1. Bagi umum adalah Sebagai bahan bacaan dan informasi.
2. Maupun manfaat bagi perusahaan adalah memberikan masukan bagi manajer pada perusahaan yang diteliti. Dan sebagai bahan pertimbangan untuk keberhasilan perusahaan.

Pengertian Prosedur

(Narko, 2004) “Prosedur adalah urutan pekerjaan klerikal yang melibatkan beberapa orang

yang disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang sama terhadap penanganan transaksi perusahaan yang berulang-ulang”.

Menurut Ardiyos (2004) menyatakan bahwa Prosedur adalah suatu bagian sistem yang merupakan rangkaian tindakan yang menyangkut beberapa orang dalam satu atau beberapa bagian yang ditetapkan untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi dapat terjadi secara berulang kali dan dilaksanakan secara seragam.

Menurut Cole yang diterjemahkan oleh Badriwan (2003) menerangkan bahwa : Prosedur merupakan suatu urutan-urutan pekerjaan-pekerjaan kerani (clerical) biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.

Sedangkan menurut Mulyadi (2008) Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal (tulis menulis, menggandakan, menghitung, membandingkan antara data sumber dengan data pendukung kedua belah pihak). Biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang di buat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan, yang dimaksud dengan prosedur adalah urutan kegiatan atau aktifitas yang melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dilaksanakan secara berulang-ulang dengan cara yang sama.

Pengertian Administrasi

Menurut Sondang (2008) administrasi adalah ” keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya”.

Menurut Soewarno (2004) administrasi adalah “suatu proses penyelenggaraan dan pengurusan segenap tindakan/kegiatan dalam setiap usaha kerja sama sekelompok manusia untuk tujuan”.

Menurut Siagian (2003) mengemukakan bahwa “administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasari rasional tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui serangkaian penataan prosedur serta dokumentasi aspek penjualan”

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan, yang dimaksud dengan administrasi adalah keseluruhan proses penyelenggaraan kerjasama antara dua manusia yang mempunyai tujuan.

Pengertian Penjualan

Menurut Hermawan (2006) bahwa penjualan merupakan “Kegiatan terdepan perusahaan di dalam menghasilkan sesuatu dari suatu proses pertukaran yang terjadi dipasar.

Menurut Sadeli (2005) “Penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan”

Menurut Akbar (2004) Penjualan adalah pendapatan dari penjualan barang dagangan.

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas , dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan transaksi penyerahan barang atau jasa sehingga menimbulkan pendapatan bagi pihak penjual yang dapat dilakukan baik secara tunai maupun secara kredit.

Menurut Swasta (2005) perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu : 1) mencapai volume penjualan tertentu. 2) mendapatkan laba tertentu. 3) menunjang pertumbuhan perusahaan.

Klasifikasi Transaksi Penjualan

Ada beberapa macam transaksi penjualan menurut Midjan (2001) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan Tunai
Adalah penjualan yang bersifat *cash* dan *carry* pada umumnya terjadi secara kontan dan dapat pula terjadi pembayaran selam satu bulan dianggap kontan.
2. Penjualan Kredit
Adalah penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.
3. Penjualan Tender
Adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memegangkan ternder selain harus memenuhi berbagai prosedur.
4. Penjualan Ekspor
Adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang tersebut.
5. Penjualan Konsinyasi
Adalah penjualan yang dilakukan secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual.
6. Penjualan Grosir
Adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang grosir atau eceran.

Dokumen-Dokumen Penjualan

Dokumen-dokumen penjualan menurut Midjan (2006) sebagai berikut:

1. Order Penjualan Barang (*sales order*)
Merupakan penghubungan antara beragam fungsi yang diperlukan untuk memproses langganan dengan menyiapkan peranan penjualan.
2. Nota Penjualan Barang
Merupakan catatan atau bukti atas transaksi penjualan barang yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan dan sebagai dokumen bagi pelanggan.
3. Perintah Penyerahan Barang (*delivery order*)
Merupakan suatu bukti dalam pengiriman barang untuk diserahkan kepada pelanggan setelah adanya pencocokan rangkap slip.
4. Faktur Penjualan (*invoice*)
Adalah dokumen yang menunjukkan jumlah yang berhak ditagih kepada pelanggan yang menunjukkan informasi kuantitas, harga dan jumlah tagihan.
5. Surat Pengiriman Barang (*Shipping Slip*)
Adalah suatu bukti pengiriman barang yang diberikan kepada pelanggan. Surat pengiriman barang (*shipping Slip*) ini biasanya untuk pengiriman via laut.
6. Jurnal Penjualan (*Sales Journal*)
Adalah jurnal yang digunakan khusus untuk mencatat penjualan kredit. Sumber pencatatan jurnal penjualan yaitu faktur penjualan. Posting jurnal penjualan biasanya dilakukan secara periodik, biasanya akhir bulan. mempersiapkan barang dagangan yang akan dikirim kepada pembeli.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metode ini penulis mengamati langsung proses kerja dalam metode dan proses pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Pengamatan (*Observation*)
Dalam metode ini penulis mengamati langsung proses kerja dalam divisi marketing serta pada pihak-pihak yang bersangkutan pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat.
2. Metode Dokumentasi (*Documentation*)
Penulis mengumpulkan data dari bahan-bahan yang berisi informasi secara tertulis maupun gambar yang ada pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat.
3. Metode Wawancara (*Interview*)
Penulis mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada sub bagian penjualan pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengamati langsung kepada pelanggan yang membeli *bearing* tersebut. Dan memberikan pertanyaan kepada pelanggan. Perusahaan usaha dagang pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat mempunyai banyak pelanggan yang

memperkirakan untuk membeli *Bearing* dari perusahaan ini.

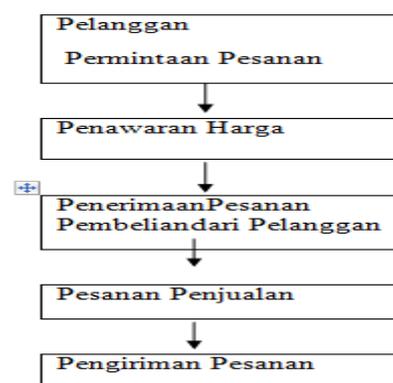
III. HASIL PEMBAHASAN

Penulis mengambil tempat lokasi di Usaha Jaya Teknik Jakarta, yaitu salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan *bearing*, dan mengapa penulis mengadakan penelitian dan pengambilan data sebagai bahan untuk penelitian.

1. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan yang dianggap cukup baik dan memadai untuk diambil data atau diadakan penelitian.
2. Prosedur administrasi penjualan yang baik.
3. Sarana penunjang yang baik dan cukup memadai.
4. Semua *bearing* yang diinginkan pelanggan tersedia.

Prosedur Administrasi Penjualan di Usaha Jaya Teknik Jakarta

Setiap pesanan penjualan yang masuk ke *marketing* akan menjadi suatu penjualan yang menghasilkan laba perusahaan.



Sumber : Usaha Jaya Teknik Jakarta

Keterangan

1. Permintaan Pesanan
Permintaan pesanan penjualan dimulai dari permintaan penawaran harga. Permintaan penawaran harga dari pelanggan biasanya dilakukan melalui *fax* dan telpon langsung ke bagian administrasi penjualan. Dalam permintaan penawaran harga akan menjelaskan spesifikasi *bearing*. Adapun spesifikasi permintaan penawaran harga yang diminta, adalah
 - a. Nama *Bearing*
Menjelaskan tentang jenis merk *bearing* yang akan dipesan, seperti NTN, NSK, KOYO, NACHI, IKO, THK, FHY, SKF, TIMKEN, TORRING, ASB, FAG dan NIS.
 - b. Ukuran

- Menjelaskan ukuran bearing yang diinginkan.
- c. Jumlah
Menjelaskan tentang jumlah pesanan yang diinginkan.
 - d. Harga
Menjelaskan harga dari jenis *bearing*.
 - e. Pembayaran
Menjelaskan proses pembayaran.
 - f. Pengiriman
Menjelaskan berapa lama proses pengiriman.
2. Penawaran harga
Pemberian penawaran harga ini biasanya menggunakan *fax* dan menelpon langsung dengan menyesuaikan keinginan *bearing* yang akan di beli.
 3. Penerimaan pesanan pembelian dari pelanggan
Dari proses permintaan penawaran harga, pemberian surat penawaran harga dan setelah terjadi proses negosiasi maka terjadi kesepakatan harga. Pihak pelanggan akan mengeluarkan *Purchase Order (PO)* yang menandakan bahwa mereka melakukan pesanan penjualan dan setuju dengan harga yang tertera dalam surat penawaran harga.
 4. Pesanan Penjualan
Setelah penerimaan pesanan penjualan, bagian administrasi penjualan akan membuat pesanan penjualan. Dalam pembuatan pesanan penjualan akan dijelaskan spesifikasi pesanan penjualan seperti nama *bearing*, ukuran, jumlah serta jadwal pengirimannya karena setiap pesanan penjualan ini akan diberikan ke bagian keuangan.
 5. Pengiriman
Setelah semua proses penawaran harga sudah cocok dengan *bearing* yang diinginkan oleh pelanggan maka bagian pengiriman akan membuat jadwal pengiriman yang sudah ditentukan oleh pelanggan. Bagian pengiriman sudah mempunyai jadwal kirim yang diinformasikan oleh pelanggan dan bagian keuangan. Bagian pengiriman akan mempersiapkan kendaraan untuk mengantarkan *bearing* ke pelanggan.

Tabel. 1. Jumlah Penjualan *Bearing* Periode Januari, Februari dan Maret 2014

Merk	Jumlah			Total
	Jan	Feb	Mar	
NTN	27	40	45	112
NSK	8	12	10	30
KOYO	17	22	13	52
NACHI	3	0	0	3

Merk	Jumlah			Total
	Jan	Feb	Mar	
IKO	0	0	0	0
THK	0	1	0	1
FYH	7	10	7	24
SKF	26	29	32	87
FAG	13	16	20	49
TIMKEN	0	0	1	1
TORRING	0	0	0	0
NIS	5	0	0	5
ASB	12	3	14	29
Total	118	133	142	393

Sumber : Usaha Jaya Teknika Jakarta

Dari Tabel I. Dapat dilihat data penjualan dari bulan Januari, Februari dan Maret 2014 terdapat Merk NTN dan SKF yang memiliki penjualan terbanyak dibandingkan dengan Merk lain. Transaksi penjualan yang terbanyak yaitu dibulan Maret dengan penjualan *bearing* mencapai 142 unit. Total penjualan pada untuk tiga bulan dari Januari, Februari dan Maret mencapai 393 unit.

Analisa Data

Berdasarkan penelitian dan data yang penulis dapat, maka penulis menguraikan analisa prosedur administrasi penjualan pada Usaha Jaya Teknika Jakarta. Prosedur administrasi penjualan adalah akar terciptanya transaksi penjualan, karena administrasi penjualan berhubungan dengan pelanggan yang akan membeli barang/ jasa dari perusahaan tersebut. Pelanggan mengharapkan prosedur administrasi penjualan yang mudah dan rapih sehingga setiap akan melakukan transaksi pembelian *bearing* dengan mudah pelanggan bisa langsung *order*.

Dari Tabel I. dapat disimpulkan bahwa pelanggan nyaman dan percaya dengan Prosedur Administrasi Penjualan yang dilakukan oleh Usaha Jaya Teknika Jakarta terbukti dengan banyak pelanggan yang melakukan transaksi dalam satu hari.

Usaha Jaya Teknika Jakarta adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan *bearing* yang memiliki struktur organisasi dan pembagian tugasnya jelas. Dan suatu hal yang mustahil jika suatu perusahaan tidak pernah mengalami masalah atau kendala pada saat berlangsungnya suatu kegiatan. Tujuan yang tidak tepat dapat menjadi penghalang pelaksanaan kegiatan yang efektif.

Dalam pembahasan ini penulis menganalisis kendala dalam pelaksanaan kegiatan.

Prosedur administrasi penjualan mempunyai peranan penting terhadap kelangsungan perusahaan, karena penjualan yang terjadi akan menimbulkan laba perusahaan, disamping berperan terhadap kelangsungan perusahaan, administrasi penjualan juga sangat berpengaruh terhadap pelanggan.

Analisa penulis bahwa prosedur administrasi penjualan yang ada di Usaha Jaya Teknik sudah cukup baik berdasarkan dari jumlah penjualan yang dilakukan dari bulan Januari, Februari dan Maret. Maka bagian keuangan harus bisa selalu meningkatkan kinerja dan penjualan. Sedangkan pemilik perusahaan juga harus bisa mengontrol dan memberikan semangat bagi karyawannya untuk menjaga perusahaan tetap mempertahankan prosedur administrasi penjualan agar tetap baik.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah penulis uraikan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Usaha Jaya Teknik merupakan kegiatan usaha dibidang penjualan *bearing* yang menyediakan berbagai macam jenis *bearing* untuk kebutuhan mesin-mesin produksi dalam bidang industri, sehingga konsumen akan merasa mudah untuk mendapatkan *bearing* yang diinginkan.
2. Prosedur administrasi penjualan dilakukan dengan teliti karena penjualan erat hubungannya dengan pelanggan yang akan membeli *bearing* tersebut. Karena penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan karena dari penjualan dapat diperoleh laba. Maka kegiatan prosedur administrasi penjualan harus sesuai prosedur dan terstruktur.
3. Prosedur administrasi penjualan yang dibuat oleh perusahaan terkadang tidak berjalan dengan baik karena bagian keuangan tidak mengikuti sesuai aturan prosedur yang telah dibuat.

REFERENSI

- Akbar, Rusdi. 2004. Pengantar Akuntansi. Jogjakarta: UPP MP YKPN.
- Ardiyos. 2004. Kamus Besar Akuntansi. Jakarta : Citra Harta Prima.
- Cole, Baridwan. (penterjemah).2003. Sistem Prosedur Pekerjaan. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, A. (2006). Penelitian Bisnis. Jakarta: Grasindo.
- Midjan. 2001. Sistem informasi Akuntansi Edisi Ke-8. Bandung : Lingga Jaya
- Midjan. 2006. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyadi. 2008. Sistem akuntansi: Jakarta: Salemba Empat
- Narko. (2004). Sistem Akuntansi Dilengkapi Dengan soal Jawaban. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Sadeli. 2005. Pengantar Bisnis: Bumi Aksara: Jakarta.
- Siagian, S. (2003). Filsafat Administrasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara Edisi Revisi. .
- Soewarno, R. 2004. Pengantar Ilmu Administrasi: Tangerang: Universitas Terbuka.
- Sondang, Siagian. 2009. filsafat Administrasi: Jakarta PT. Bumi Aksara Edisi Revisi.
- Swasta. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta.

Analisis Perhitungan Persediaan dengan Metode FIFO dan Average Pada PT. Harapan

Dian Indah Sari
AMIK BSI Bekasi
Jl. Cut Mutiah No.88 Bekasi
Email : dian.dhr@bsi.ac.id

Abstract - This study aims to determine whether there is influence in the calculation of inventory value using FIFO and Average method. The research method used in this research is literature research that is obtaining data through literature sources such as reading literature books and relevant literature related to the problems studied to obtain theoretical basis and field research is to obtain data through research directly to the object of research that is PT. Hope. Data collection techniques used for this study through observation, interviews and documentation. Companies are more appropriate to use the Average method rather than the FIFO method of calculating the value of inventory, since the end inventory value of the Average method is greater than the FIFO method. The Average method will provide a lower cost of goods sold than the FIFO method and the Average Method will provide a larger net profit than the FIFO Method.

Keywords: Inventory, Cost of Goods Sold, FIFO, Average

I. PENDAHULUAN

Persediaan merupakan salah satu perkiraan yang terpenting dalam sebuah perusahaan. Bagi perusahaan, persediaan merupakan *asset* yang cukup besar nilainya. Keberadaan persediaan dalam sebuah perusahaan mengandung implikasi dilihat dari ada atau tidaknya persediaan. Jika persediaan yang tersedia cukup besar maka dampaknya juga biaya yang dibutuhkan untuk menjaga keberadaan persediaan tidak dapat dihindari. Sebaliknya jika persediaan tidak tersedia, maka implikasi ke proses produksi dan penjualan akan menjadi terganggu. Keberadaan persediaan mempengaruhi neraca dan laporan laba rugi.

Persediaan merupakan salah satu aktiva lancar yang harus dikelola dengan baik, terutama untuk perusahaan-perusahaan yang memiliki persediaan barang dagangan. Persediaan yang dimiliki perusahaan akan dapat ditentukan harga perolehan persediaan dan nilai persediaan akan disajikan di neraca. Dalam menghitung nilai persediaan perusahaan dapat menggunakan tiga metode yaitu Metode FIFO, LIFO dan Average. Setiap perusahaan menggunakan metode pencatatan persediaan disesuaikan dengan jenis usaha. PT. Harapan adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan Gas Elpiji 12 kg, perusahaan memiliki kendala dalam menentukan nilai persediaan akhir barang dagangan. Perusahaan tidak memiliki sistem pencatatan dalam pembelian dan penjualan barang dagangan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh dalam perhitungan nilai persediaan dengan menggunakan metode FIFO dan Average.

Pengertian Persediaan

Persediaan adalah aktiva (1) yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal (2) dalam proses produksi atau dalam perjalanan (3) dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa. (Hermawan, 2008)

Menurut PSAK 14 (IAI, revisi 2008) persediaan adalah barang-barang: a. yang dibeli dan dimiliki untuk dijual kembali, b. jadi yang diproduksi atau barang dalam penyelesaian yang sedang diproduksi oleh entitas, atau c. bahan serta perlengkapan yang digunakan dalam proses produksi.

Persediaan juga meliputi barang yang dibeli dan disimpan untuk dijual kembali. Misalnya barang dagang yang dibeli oleh pengecer untuk dijual kembali atau pengadaan tanah dan property lainnya untuk dijual kembali. Menurut (Mulya, 2011) Persediaan juga mencakup barang jadi yang telah diproduksi atau barang dalam penyelesaian yang sedang diproduksi perusahaan termasuk bahan serta perlengkapan yang akan digunakan dalam proses produksi. Bagi perusahaan jasa persediaan meliputi biaya jasa seperti upah dan biaya personalia lainnya yang secara langsung menangani pemberian jasa, termasuk tenaga penyalia dan overhead yang didistribusikan.

Biaya persediaan

Menurut (Mulya, 2010) Biaya yang timbul dari pembentukan persediaan antara lain :

1. Biaya penanganan, meliputi biaya perawatan, penyimpanan, asuransi, pajak property, dan penyusutan.
2. Biaya pemesanan adalah biaya yang berkenaan dengan penempatan dari pemrosesan pesanan kepada pemasok.

3. Biaya *stockout*, meliputi biaya kegagalan memenuhi biaya pelanggan, bagi perusahaan produksi yaitu biaya dari hilangnya penjualan dan laba serta hilangnya *goodwill* pelanggan. Bagi perusahaan manufaktur, biaya *stockout* meliputi biaya penundaan produksi dan biaya penurunan waktu serta biaya yang berkaitan dengan memulai kembali produksi.

Kesalahan dalam Penghitungan Persediaan

Kesalahan dalam mencatat besarnya fisik persediaan akan menyebabkan salah saji dalam saldo persediaan akhir. Karena persediaan akhir merupakan salah satu perkiraan di aktiva lancar, maka besarnya aktiva lancar maupun total aktiva perusahaan secara keseluruhan juga akan menjadi salah saji di neraca. Disamping itu, kesalahan dalam penghitungan atas persediaan ini juga akan mengakibatkan besarnya harga pokok penjualan, laba kotor dan laba bersih yang tersaji dalam laporan laba rugi menjadi keliru. Rumus untuk harga pokok penjualan. (Hery, 2011)

$$\text{Persediaan Awal} + \text{Harga Pokok Pembelian} - \text{Persediaan Akhir} = \text{Harga Pokok Penjualan} \dots\dots\dots (1)$$

Rumus untuk laba kotor sebagai berikut :

$$\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan} = \text{Laba Kotor} \dots\dots\dots (2)$$

Rumus untuk laba bersih sebagai berikut :

$$\text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasional} + / - \text{Pendapatan(Beban)Lain-lain} = \text{Laba Bersih} \dots\dots\dots (3)$$

Laba bersih akan ditutup ke akun modal pada setiap akhir periode akuntansi, sehingga besarnya modal juga akan menjadi salah saji di neraca.

Sistem Pencatatan Persediaan

Menurut(Hermawan, 2008) Sistem Pencatatan Persediaan ada dua yakni sistem pencatatan *perpetual* dan *periodik*.

1. Sistem pencatatan *perpetual*
Mencatat (mendebet) rekening persediaan barang dagangan dan mengkredit kas atau utang dagang, pada saat pembelian barang dagangan. Pada saat penjualan barang dagangan sistem pencatatan *perpetual* menggunakan dua jurnal pencatatan yakni (a) Piutang dagang disebelah debet dan penjualan di sebelah kredit (2) Harga pokok penjualan di sebelah debet dan Penjualan di sebelah kredit.
2. Sistem pencatatan *periodik*
Mendebet rekening pembelian dan mengkredit rekening kas atau utang dagang. Pada saat penjualan barang dagangan sistem pencatatan periodik menggunakan satu jurnal pencatatan yakni piutang dagang di sebelah debet dan penjualan di sebelah kredit.

Sistem Perpetual

Menurut (Hermawan, 2008) Ada tiga asumsi yang digunakan yaitu :

1. First In First Out (FIFO)
Barang yang pertama kali masuk (dibeli) menjadi barang yang pertama kali keluar (dijual). Metode ini menyatakan bahwa persediaan dengan nilai perolehan awal (pertama) masuk akan dijual (digunakan) terlebih dahulu, sehingga persediaan akhir dinilai dengan nilai perolehan persediaan yang terakhir masuk (dibeli). Metode ini cenderung menghasilkan persediaan yang nilainya tinggi dan berdampak pada nilai aktiva perusahaan yang dibeli. Metode FIFO merupakan metode penilaian persediaan yang sangat realistis dan cocok digunakan untuk semua sifat produk. Realistisnya terletak pada barang yang pertama kali dibeli, maka barang itulah yang pertama kali dijual. Jika perusahaan menggunakan metode FIFO dalam menilai persediaan dengan asumsi telah terjadi peningkatan harga barang atau inflasi.

Tabel 1. Data Transaksi

Tanggal	Transaksi	Unit	Biaya / Unit (\$)	Harga Jual / Unit (\$)
	Saldo	800	6	4.800
4	Pembelian	200	7	1.400
10	Pembelian	200	8	1.600
11	Penjualan	800		
12	Pembelian	400	8	3.200
20	Penjualan	500		
25	Pembelian	100	8	800
28	Pembelian	600	9	5.400

Sumber : Carter (2009)

Tabel 2. Metode FIFO

Tgl	Diterima			Dikeluarkan			Saldo		
	Q	P	T	Q	P	T	Q	P	T
Feb 1							800	\$6	4.800
4	200	\$ 7	1.400				800	6	4.800
							200	7	1.400
10	200	8	1.600				800	6	4.800
							200	7	1.400
							200	8	1.600
11				800	6	4.800	200	7	1.400
							200	8	1.600
12	400	8	3.200				200	7	1.400
							600	8	4.800
20				200	7	1.400			
				300	8	2.400	300	8	2.400
25	100	8	800				400	8	3.200
28	600	9	5.400				400	8	3.200
							600	9	5.400

Sumber : Carter (2009)

2. Last In First Out (LIFO)

Barang yang terakhir kali masuk (dibeli) menjadi barang yang pertama kali keluar (dijual). Metode LIFO menyatakan bahwa persediaan dengan nilai perolehan terakhir masuk akan dijual (digunakan) terlebih dahulu, sehingga persediaan akhir dinilai dan dilaporkan berdasarkan nilai perolehan persediaan yang awal (pertama) masuk atau dibeli. Metode ini cenderung menghasilkan nilai persediaan akhir yang rendah dan berdampak pada nilai aktiva perusahaan yang rendah. Metode LIFO bisa saja realistis apabila didukung oleh kondisi fisik produk yang dijual. Produk yang kualitasnya

semakin lama disimpan maka semakin bagus, tentu akan cocok menggunakan metode ini. Namun apabila produknya merupakan barang yang cepat rusak seperti pabrik roti, maka menggunakan metode LIFO bukanlah pilihan yang tepat. Metode LIFO akan menghasilkan nilai persediaan yang lebih besar kalau dihitung dengan metode LIFO. Metode LIFO akan menghasilkan laba tahunan menjadi lebih besar/dan pajak yang semakin besar. Penggunaan metode LIFO akan menghasilkan nilai persediaan akhir yang paling kecil, harga pokok penjualan yang paling besar dan laba kotor serta laba bersih yang paling kecil.

Tabel 3. Data Transaksi

Tanggal	Transaksi	Unit	Biaya / Unit (\$)	Harga Jual / Unit (\$)
	Saldo	800	6	4.800
4	Pembelian	200	7	1.400
10	Pembelian	200	8	1.600
11	Penjualan	800		
12	Pembelian	400	8	3.200
20	Penjualan	500		
25	Pembelian	100	8	800
28	Pembelian	600	9	5.400

Sumber : Carter (2009)

Tabel 4. Metode LIFO

Tgl	Diterima			Dikeluarkan			Saldo		
	Q	P	T	Q	P	T	Q	P	T
Feb 1							800	\$ 6	4.800
4	200	\$ 7	1.400				800	6	4.800
							200	7	1.400
10	200	8	1.600				800	6	4.800
							200	7	1.400
							200	8	1.600
11				200	8	1.600			
				200	7	1.400			
				400	6	2.400	400	6	2.400
12	400	8	3.200				400	6	2.400
							400	8	3.200
20				400	8	3.200			
				100	6	600	300	6	1.800
25	100	6	600				400	6	2.400
28	600	9	5.400				400	6	2.400
							600	9	5.400

Sumber : Carter (2009)

3. Metode Rata-rata

Metode ini tidak memperdulikan waktu barang masuk dan keluar. Penentuan harga diperoleh didasarkan pada rata-rata harga perolehan semua barang. Dengan menggunakan metode ini nilai persediaan akhir akan menghasilkan nilai antara nilai persediaan metode FIFO dan nilai persediaan LIFO. Metode ini juga akan

berdampak pada nilai harga pokok penjualan dan laba kotor.

Hasil perhitungan nilai persediaan dengan menggunakan metode rata-rata selalu berada ditengah-tengah antara perhitungan FIFO dan LIFO. Metode rata-rata termasuk metode yang praktis untuk digunakan.

Tabel 5. Metode AVERAGE

Tgl	Diterima			Dikeluarkan			Saldo		
	Q	P	T	Q	P	T	Q	P	T
Feb 1							800	\$ 6	4.800
4	200	\$ 7	1.400				1.000	6,20	6.200
10	200	8	1.600				1.200	6,50	7.800
11				800	6,50	5.200	400	6,50	2.600
12	400	8	3.200				800	7,25	5.800
20				200	7,25	3.625	300	7,25	2.175
25	100	7,25	735				400	7,25	2.900
28	600	9	5.400				1.000	8,30	8.300

Sumber : Carter (2009)

Perbandingan Metode Penentuan Biaya Persediaan dan Pengaruhnya terhadap Laporan Keuangan.

Setiap metode penilaian persediaan akan menghasilkan jumlah yang berbeda untuk : 1) harga pokok penjualan periode berjalan 2) nilai persediaan akhir dan 3) laba kotor. Berikut ilustrasinya pada laporan laba rugi.

Jika kita perhatikan pada ilustrasi setiap metode mempunyai pengaruh terhadap laporan keuangan yaitu laporan laba rugi dan neraca. Pada laporan laba rugi, harga pokok penjualan dan laba kotor

untuk penerapan setiap metode menghasilkan nilai yang berbeda. Demikian pada nilai persediaan yang ada pada neraca dimana jika menggunakan metode FIFO nilai persediaan sebesar Rp 225.000, jika LIFO sebesar Rp 215.000 dan jika metode rata-rata adalah Rp 219.243.

Perbandingan Metode Perhitungan Persediaan
Menurut (Hermawan, 2008), perhitungan persediaan dengan Metode FIFO, LIFO dan *Average* menggunakan arus biaya yang berbeda-beda

Tabel 6. Laporan Laba Rugi Sebagian

	FIFO (Rp)	LIFO (Rp)	AVERAGE (Rp)
Penjualan	1.270.000	1.270.000	1.270.000
Biaya Penjualan :			
Persediaan Awal	175.000	175.000	175.000
Pembelian	1.165.000	1.165.000	1.165.000
Biaya Barang yang Tersedia Dijual	1.340.000	1.340.000	1.340.000
Persediaan Akhir	225.000	215.000	219.243
Harga Pokok Penjualan	1.127.000	1.141.000	1.132.755
Laba Kotor	143.000	129.000	138.000

Sumber : Muawanah (2008)

Apabila biaya per unit tidak berubah dari waktu ke waktu maka ketiga metode akan menghasilkan jumlah yang sama. Namun karena harga terus berubah maka ketiga metode tersebut akan menghasilkan jumlah yang berbeda untuk : yaitu (1) Harga pokok penjualan (2).Laba kotor (laba bersih) (3) Persediaan akhir.

1. Penggunaan metode FIFO

Menurut (Hermawan, 2008), Metode FIFO menghasilkan persediaan akhir yang paling tinggi dan menghasilkan HPP yang paling rendah. Hal tersebut terjadi selama masa inflasi atau saat harga-harga meningkat. Namun tingginya laba kotor hanya bersifat sementara karena persediaan harus diganti dengan harga yang terus meningkat.

2. Penggunaan Metode LIFO

Menurut (Hermawan, 2008), Metode LIFO menghasilkan jumlah HPP yang paling tinggi. Demikian juga dengan jumlah laba kotor dan persediaan akhir yang paling rendah. Hal tersebut terjadi karena biaya yang digunakan untuk membeli paling akhir kurang lebih sama dengan biaya pengantiannya. Penggunaan metode LIFO pada masa inflasi akan menghasilkan penghematan pajak penghasilan.

3. Penggunaan Metode Rata-rata (*Average*)

Menurut (Hermawan, 2008), penggunaan Metode Rata-rata pada masa inflasi akan menghasilkan jumlah diantara metode FIFO dan LIFO. Jumlah HPP metode rata-rata berada diantara metode FIFO dan metode LIFO, demikian juga dengan jumlah persediaan akhir dan laba kotor.

Metode Perhitungan Persediaan dengan Metode Lain

Menurut (Hermawan, 2008), selain metode FIFO, LIFO dan Average, metode yang lain yang dapat digunakan untuk menilai persediaan antara lain :

1. *Lower of Cost or Market Methode* (LCM)

Yaitu metode mana yang lebih rendah antara harga pokok dan harga pasar digunakan apabila terjadi perubahan nilai persediaan yang lebih rendah daripada biaya pembelian awal. Hal ini terjadi pada bisnis-bisnis yang berbasis teknologi atau yang terkait dengan mode atau tren. Menurut metode ini, persediaan dicatat atas dasar harga perolehan atau harga pasar, tergantung mana yang lebih rendah. Harga pasar yang dimaksud diukur dengan harga pengganti barang yaitu harga untuk mengganti persediaan yang bersangkutan dengan membeli atau memproduksi kembali.

2. Nilai Realisasi Bersih

Menurut metode ini, penilaian harga barang ditentukan dengan nilai realisasi bersih. Nilai realisasi barang dapat turun nilainya karena barang telah rusak, ketinggalan jaman atau usang, sehingga dijual dibawah harga pokok barang. Bila terjadi demikian maka barang tersebut harus dinilai sesuai dengan nilai realisasi bersih, yakni nilai yang terealisasi dikurangi dengan biaya-biaya yang dikenakan.

Pengestimasi Persediaan

Pada keadaan tertentu, perusahaan perlu melakukan pengestimasi persediaan apabila tidak memungkinkan untuk melakukan pencatatan persediaan secara perpetual atau melakukan perhitungan secara fisik. Misalnya perusahaan tidak berkenan untuk melakukan perhitungan fisik tetapi ingin menyusun laporan keuangan bulanan atau terjadinya bencana alam (kebakaran) yang menghancurkan persediaan dan harus diestimasi kerugian yang ditanggung. Menurut (Hermawan, 2008) pada kondisi ini perusahaan dapat menggunakan metode estimasi persediaan yakni :

1. Metode Laba Kotor (*Gross Profit Method*)

Penerapan metode ini dilakukan dengan menggunakan prosentase laba kotor terhadap penjualan untuk mengestimasi persediaan akhir. Hal ini dilakukan guna proses penyusunan laporan keuangan bulanan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah : 1) Menghitung harga pokok penjualan dengan rumus penjualan bersih dikurangi estimasi laba kotor. 2) Menghitung harga pokok persediaan akhir dengan rumus barang siap untuk dijual dikurangi harga pokok penjualan.

2. Metode Harga Eceran (*Retail Method*)
Metode ini diterapkan pada perusahaan retail seperti AlfaMart, Hypermarket, Matahari atau retail lainnya yang memiliki ribuan jumlah barang. Untuk dapat menggunakan metode ini perusahaan harus mengetahui catatan yang menunjukkan harga perolehan barang yang tersedia untuk dijual dan harga ecerannya (harga jual).

Rumus untuk menggunakan metode ini antara lain

- 1) Menghitung rasio harga perolehan terhadap harga eceran.

Dengan rumus

Jumlah barang tersedia untuk dijual berdasar harga perolehan - jumlah barang tersedia untuk dijual berdasar harga eceran (1)

- 2) Menentukan persediaan akhir berdasar harga eceran.

Dengan rumus

Jumlah barang tersedia untuk dijual berdasar harga eceran - penjualan bersih..... (2)

- 3) Menentukan estimasi harga perolehan persediaan akhir.

Dengan rumus

Persediaan akhir berdasarkan harga eceran - rasio harga perolehan terhadap harga eceran..... (3)

II. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan datayang digunakan untuk penelitian ini antara lain:

1. Observasi (*Observation*)
Memperoleh data penelitian dengan cara melihat secara langsung ke objek yang diteliti yaitu PT. Harapan di Bandar Lampung.
2. Wawancara (*Interview*)
Memperoleh data melalui wawancara dan melakukan tanya jawab secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan data tentang persediaan.
3. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)
Memperoleh data melalui sumber literatur seperti membaca buku literatur serta tulisan yang relevan yang berhubungan dengan teori Persediaan dan teori yang mendukung isi penulisan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kualitatif

PT. Harapan adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan Gas Elpiji 12 Kg yang berlokasi di Bandar Lampung. Apabila perusahaan menggunakan analisa kualitatif maka perusahaan dapat melakukan analisis melalui data penelitian yang diperoleh melalui dokumen kuesioner, dokumen wawancara, data dari buku atau data dari web. Selama tahun 2015, persediaan awal barang dagangan Rp 459.600.000, pembelian Rp 7.946.645.000, Penjualan Rp 8,004,245,000, persediaan akhir barang dagangan Rp 402.000.000.

Analisis Kuantitatif

Apabila perusahaan menggunakan metode analisis kuantitatif maka perusahaan dapat melakukan analisis setelah semua data-data terkumpul. Selama tahun 2015, persediaan akhir barang dagangan sebanyak 14.600 tabung elpiji. Sedangkan nilai persediaan akhir barang dagangan Rp 402.000.000.PT. Harapan menggunakan Metode FIFO untuk menghitung persediaan akhir barang dagangan.

Tabel 7. Jumlah Pembelian dan Penjualan Pada PT. Harapan Tahun 2015

No	Bulan	Harga (Rp)	Pembelian (Unit)	Penjualan (Unit)
1	Desember 2014	114,900	4,000	
2	Jan – Febr 2015	131,850	8,500	10,000
3	Mar-Apr 2015	134,500	9,500	9,000
4	Mei-Juni 2015	152,500	11,500	10,700
5	Juli-Agust 2015	141,000	9,100	10,100
6	Sept-Okt 2015	134,600	9,200	9,900
7	Nov-Des 2015	134,000	9,500	8,600

Sumber : Data PT. Harapan (2015)

Tabel 8. Perhitungan Persediaan Metode FIFOPT. HARAPAN

Tgl	Pembelian			Penjualan			Saldo		
	Unit	HP	Total	Unit	HP	Total	Unit	HP	Saldo
Des 2014							4.000	114.900	459.600.000
	8.500	131.850	1.120.725.000				4.000	114.900	459.600.000
Jan-Feb 2015				4.000	114.900	459.600.000	8.500	131.850	1.120.725.000
				6.000	131.850	791.100.000	2.500	131.850	329.625.000
Mar-Apr 15	9.500	134.500	1.277.750.000				2.500	131.850	329.625.000
							9.500	134.500	1.277.750.000
				2.500	131.850	329.625.000			
				6.500	134.500	874.250.000	3.000	134.500	403.500.000
Mei-Jun 15	11.500	152.500	1.753.750.000				3.000	134.500	403.500.000
							11.500	152.500	1.753.750.000
				3.000	134.500	403.500			
				7.700	152.500	1.174.250.000	3.800	152.500	579.500.000
Juli-Agust 15	9.100	141.000	1.283.100.000				3.800	152.500	579.500.000
							9.100	141.000	1.283.100.000
				3.800	152.500	579.500.000			
				6.300	141.000	888.300.000	2.800	141.000	394.800.000
Sept-Okt 15	9.200	134.600	1.238.320.000				2.800	141.000	394.800.000
							9.200	134.600	1.238.320.000
				2.800	141.000	394.800.000			
				7.100	134.600	955.660.000	2.100	134.600	282.660.000
Nov-Des 15	9.500	134.000	1.273.000.000				2.100	134.600	282.660.000
							9.500	134.000	1.273.000.000
				2.100	134.600	282.660.000			
				6.500	134.000	871.000.000	3.000	134.000	402.000.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penulis

Tabel 9. Perhitungan Persediaan Metode Average PT.HARAPAN

Tgl	Pembelian			Penjualan			Saldo		
	Unit	HP	Total	Unit	HP	Total	Unit	HP	Saldo
Des 2014							4.000	114.900	459.600.000
Jan –Feb 15	8.500	131.850	1,120,725,000				12.500	126.426	1,580,325,000
				10.000	126.426	1,264,260,000	2.500	126.426	316.065.000
Mar-Apr 15	9.500	134.500	1.277.750.000				12.000	132.818	1,593,815,000
				9.000	132.818	1,195,362,000	3.000	132.818	398,454,000
Mei-Jun 15	11.500	152.500	1,753,750,000				14.500	148.428	2,152,204,000
				10.700	148.428	1,588,179,600	3.800	148.428	564,026,400
Jul-Agust 15	9.100	141.000	1.283.100.000				12.900	143.188	1.847.126.400
				1.100	143.188	1.446.198.800	2.800	143.188	400.926.400
Sept-Okt 15	9.200	134.600	1.238.320.000				12.000	136.604	1.639.246.400
				9.900	136.604	1.352.379.600	2.100	136.604	286.868.400
Nov-Des 15	9.500	134.000	1.273.000.000				11.600	134.471	1.559.868.400
				8.600	134.471	1.559.868.400	3.000	134.471	403.413.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penulis

Pengaruh Metode Penilaian Persediaan Terhadap Penentuan Harga Pokok Penjualan

Apabila perusahaan menggunakan Metode FIFO maka nilai persediaan akhir Rp 402.000.000. Sedangkan jika perusahaan menggunakan metode Average maka nilai persediaan akhir Rp 403.413.000. Selisih antara metode FIFO dan metode Average sebesar Rp 1.413.000.

Adapun perhitungan harga pokok penjualan apabila Perusahaan menggunakan Metode FIFO sebagai berikut :

Persediaan awal	Rp 459.600.000
Pembelian	<u>Rp 7.946.645.000 +</u>
Tersedia untuk dijual	Rp 8.406.245.000
Persediaan akhir	<u>Rp 402.000.000 (-)</u>
Harga pokok penjualan	Rp 8.004.245.000

Adapun perhitungan harga pokok penjualan apabila Perusahaan menggunakan Metode AVERAGE sebagai berikut:

Persediaan awal	Rp 459.600.000
Pembelian	<u>Rp 7.946.645.000 +</u>
Tersedia untuk dijual	Rp 8.406.245.000
Persediaan akhir	<u>Rp 403.413.000 (-)</u>
Harga pokok penjualan	Rp 8.002.832.000

IV. KESIMPULAN

1. Perusahaan lebih tepat jika menggunakan Metode Average daripada metode FIFO dalam menghitung nilai persediaan, karena nilai persediaan akhir metode Average lebih besar daripada metode FIFO. Metode Average akan memberikan harga pokok penjualan yang lebih rendah daripada metode FIFO dan Metode Average akan memberikan laba bersih yang lebih besar jika dibandingkan Metode FIFO.

2. Apabila Perusahaan menggunakan Metode FIFO maka nilai persediaan akhir barang dagangan lebih kecil daripada metode Average. Metode FIFO akan memberikan harga pokok penjualan yang lebih tinggi daripada metode Average dan Metode FIFO akan memberikan laba bersih yang lebih kecil jika dibandingkan Metode Average .
3. Metode FIFO sangat cocok digunakan untuk perusahaan-perusahaan yang menjual barang yang sejenis, cepat kadaluarsa dan model yang cepat berubah.

REFERENSI

- Carter, William K. 2009. Akuntansi Biaya. Buku 1 Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. 2011. Akuntansi Perusahaan Jasa dan Dagang. Bandung: Alfabeta.
- Hermawan, Sigit. 2008. Akuntansi Perusahaan Manufaktur. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2008. Standar Akuntansi Indonesia (SAK). Jakarta.
- Mulya, Hadri. 2010. Memahami Akuntansi Dasar. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Muawanah, Umi dan Pernawati. 2008. Konsep Dasar Akuntansi dan Pelaporan Keuangan. Bandung : Direktorat Pembinaan SMK
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

PROFIL PENULIS

Dian Indah Sari, SE.AK, MM, S1 lulusan dari Universitas Sriwijaya (UNSRI) Palembang, Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi, (Lulus 2000). S2 lulusan dari Universitas BSI Bandung, Program Magister Manajemen (Lulus 2014). Dosen AMIK BSI Bekasi.

Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan

Harun Al Rasyid¹, Agus Tri Indah²

¹AMIK BSI Jakarta
harun.har@bsi.ac.id

²ASM BSI Jakarta
agus.ati@bsi.ac.id

Abstract - This study aimed to analyze the impact of innovation and price on purchase decisions. The research was carried out at different places to get a full range of respondents. The sample was the owner of the vehicle Yamaha motorcycle in Tangerang Selatan totaling 150 respondents. Regression analysis techniques were used to analyze the impact of innovation and price of the purchasing decision is by using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The analysis showed that the product innovation and significant positive effect on purchasing decisions, each increase of one unit in the variable product innovation will be followed by an increase of 0.401 unit purchasing decisions. The analysis also showed that prices positive and significant influence on purchasing decisions, any adjustment of the unit either affordability of the price, the suitability of the price of the product quality, price competitiveness, and suitability prices with benefits will influence the purchase decision of Yamaha motorcycles for 0538 unit. This shows that the innovation products made by Yamaha and Prices set affects 46.6% of the consumer decision in purchasing undergo a Yamaha motorcycle in Tangerang Selatan.

Keywords : Innovation , Price, Purchase Decision, Motorcycles, Yamaha.

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran. Penerapan strategi pemasaran yang tepat diharapkan akan meningkatkan volume penjualan sehingga dapat memenangkan persaingan. Kegiatan pemasaran yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain (Kotler, 2000).

Kebutuhan alat transportasi sepeda motor di Indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat. Hal ini merupakan peluang besar bagi perusahaan industri otomotif roda dua atau sepeda motor untuk menawarkan produknya guna meningkatkan angka penjualan dengan berbagai cara. Dalam pemasaran produknya, banyak industri yang menerapkan strategi. Di antaranya yaitu strategi kualitas, inovasi produk dan harga.

Pentingnya memahami keinginan konsumen dalam produk yang dibutuhkannya telah menjadi perhatian pada berbagai industri, termasuk pada industri

otomotif. Saat ini perkembangan teknologi dunia otomotif sangat cepat, khususnya sepeda motor. Produksi sepeda motor kini bukan lagi hanya di tujukan untuk memenuhi kebutuhan utama bagi masyarakat guna kepentingan mobilisasi, namun juga berkembang kearah gaya hidup. Berbagai jenis bentuk (design), aksesoris dan kapasitas mesin sepeda motor dikembangkan guna menarik minat konsumen.

Banyak bermunculannya industri otomotif baru sepeda motor, memaksa perusahaan lama seperti Yamaha, untuk dapat terus melakukan inovasi guna mempertahankan eksistensinya di tengah iklim persaingan global. Banjirnya produk otomotif roda dua asal negeri Cina dan India menambah ketatnya persaingan guna memenangkan hati konsumen. Meningkatkan serta mempertahankan kualitas produk masih dianggap cara jitu bagi perusahaan untuk dapat menaikkan nilai produk di mata konsumen, dimana hal tersebut akan sangat berdampak pada keputusan pembelian. Selain itu ada hal lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu inovasi terhadap produk dan kebijakan harga. Inovasi terhadap produk dianggap dapat menghilangkan rasa jenuh atau kebosanan konsumen terhadap pilihan produk yang cenderung kurang beragam serta tidak memiliki keunikan. Sedangkan kebijakan harga atau penentuan harga yang tepat pada setiap produk sangat berpengaruh terhadap proses pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Kajian Literatur Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2004). Sedangkan keputusan pembelian menurut Sutisna (2002), adalah pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang oleh Assael disebut *need arousal*.

Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler, 2009), sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012), keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan.

Pada saat konsumen membeli sebuah produk, umumnya konsumen mengikuti suatu proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan. Menurut Kotler (2008), terdapat 5 tahapan proses pembelian, yakni :

- a. Pengenalan kebutuhan
adalah tahapan pertama proses keputusan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
- b. Pencarian informasi
adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.
- c. Evaluasi alternatif
adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.
- d. Keputusan pembelian
keputusan pembeli tentang merek mana yang di beli.
- e. Perilaku pasca pembelian
Tahap proses keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan mereka atau ketidakpuasan mereka.

Inovasi Produk

Tjiptono *dkk*, (2008) menjelaskan inovasi produk bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru. Inovasi bisa bersumber dari individu, perusahaan, riset di universitas, laboratorium. Selain itu inovasi

(*Innovation*) dapat diartikan sebagai pengembangan dan perbaikan praktis dari suatu penemuan (*invention*) awal menjadi teknik yang dapat dipakai (inovasi proses) atau produk (inovasi produk) (Pass dan Bryan, 1994).

Selanjutnya menurut Kotler (2007) inovasi produk merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Sedangkan pengertian inovasi produk menurut Uliana (2012) menyatakan produk baru atau inovasi dalam konteks pemasaran adalah barang, jasa maupun ide yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda dari barang, jasa maupun ide yang telah ada sebelumnya.

Rogers (2003) menyatakan bahwa inovasi terdiri atas lima dimensi, antara lain sebagai berikut:

- a. Keunggulan relatif (*relative advantage*),
Adalah tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya atau dari hal-hal yang biasa dilakukan. Biasanya diukur dari segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan oleh adopter, maka semakin cepat inovasi tersebut diadopsi.
- b. Kesesuaian / keserasian (*compatibility*)
Adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai (*values*), pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada.
- c. Kerumitan (*complexity*)
Adalah tingkat kerumitan dari suatu inovasi untuk diadopsi, seberapa sulit memahami dan menggunakan inovasi. Semakin mudah suatu inovasi dimengerti dan dipahami oleh adopter, maka semakin cepat inovasi diadopsi. Sebaliknya Semakin komplek produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
- d. Ketercobaan (*trialability*)
Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.
- e. Keterlihatan (*observability*)
Tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.

Harga

Pengertian harga menurut Peter dan Olson (2000) adalah kondisi dimana konsumen harus menyerahkan sesuatu untuk membeli produk atau jasa. Sedangkan menurut Lamarto (2006) harga adalah jumlah nilai (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Selanjutnya pengertian harga menurut Kotler dalam Simamora (2003) harga adalah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsiannya, penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa. Sedangkan harga menurut Swastha (1984) adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanan.

Ada 4 hal yang mencirikan harga menurut pendapat Stanton (1998) yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
Artinya konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik
- c. Daya saing harga
Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu produk.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi pula nilai tukar barang atau jasa tersebut, semakin besar pula alat penukar yang tersedia yang dikorbankan konsumen.

Penelitian Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan antara lain :

- a. Rinda Romdonah (2015), Melakukan penelitian tentang “Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor Honda Beat dealer Honda Pratama. Jumlah sample penelitian 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *simple*

random sampling. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji t serta uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1. Ada pengaruh positif dari variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian Sepeda motor Honda Beat, 2. Ada pengaruh positif dari variabel harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat, 3. Ada pengaruh positif dari variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat, 4. Ada pengaruh positif dari variabel inovasi produk, harga dan *brand image* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sepeda motor Honda Beat.

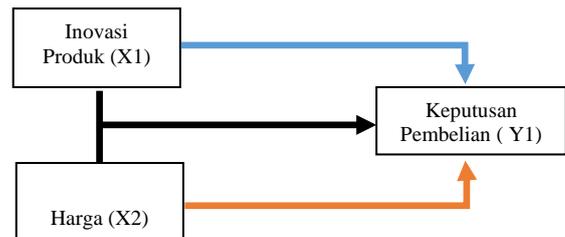
- b. Mohamad Yusuf Farhan (2015), melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain, Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian dari sepatu olahraga merek Nike dan mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga merek Nike (Studi kasus pada konsumen Nike di Kota Semarang). Jumlah sample penelitian 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *Accidental Sampling*. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Adapun tahapan-tahapan sebelum dilakukan analisis regresi dilakukan adalah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik. Setelah analisis regresi dilakukan uji *goodness of fit*, yaitu pengujian signifikansi parameter individual (uji statistik t), uji signifikansi simultan (uji statistik f), dan uji koefisien determinasi (R²). Hasil analisis regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, desain produk, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, disusul dengan variabel citra merek dan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil adalah desain produk. Hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa citra merek, desain produk, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara individual terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan bahwa 46,4% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh citra merek, desain produk, dan kualitas produk dan 53,6% dari keputusan pembelian dijelaskan oleh faktor lainnya.
- c. Munifah (2014), melakukan penelitian tentang “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Blackberry di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Blackberry di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilik *smartphone* Blackberry di Universitas Muhammadiyah Purworejo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diujicobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :
1. Inovasi produk secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.
 2. Harga produk secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.
- d. Agus Susanto (2014), melakukan penelitian tentang “Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, inovasi terhadap keputusan pembelian Batik Tulis Karangmlati Demak. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Batik Tulis Karangmlati Demak. Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*, dengan responden sebanyak 113 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner (angket). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* 17.0. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh promosi, harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak. Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa promosi, harga dan inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak.
- e. Dheany Arumsari (2012), melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan promosi pada keputusan pembelian dari minuman dalam kemasan (AMDK) merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*, dengan

responden sebanyak 100 orang pelanggan toko Bhakti Mart, Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah harga memiliki pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan promosi dalam keputusan pembelian.

Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori diatas dan penelitian yang relevan, penulis merumuskan kerangka berfikir sebagai berikut :



Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujiannya, hipotesis ini dimaksud untuk memberikan arah bagi analisis penelitian. adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. H_1 : Terdapat pengaruh variabel inovasi produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).
- b. H_2 : Terdapat pengaruh variabel harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
- c. H_3 : Terdapat pengaruh variabel inovasi produk (X_1) dan harga (X_2) secara serempak terhadap keputusan pembelian (Y).

Kisi Kisi Penelitian

Kisi-kisi penelitian berguna sebagai panduan dalam membuat kuesioner, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Kisi-kisi Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	Inovasi Produk	a. Keunggulan Relatif (relative advantage)	1, 2
		b. Kesesuaian (compatibility)	3, 4
		c. Kerumitan (complexity)	5, 6
		d. Ketercobaan (trialability)	7, 8
		e. Keterlihatan (observability)	9, 10
Sumber : Rogers (2003)			
2.	Harga	a. Keterjangkauan harga	11, 12
		b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	13, 14
		c. Daya saing harga	15, 16
		d. Kesesuaian harga dengan manfaat	17, 18

Sumber : Stanton (1998)			
3. Keputusan pembelian	a.	Pengenalan kebutuhan	19, 20, 21
	b.	Pencarian Informasi	22, 23, 24
	c.	Evaluasi alternatif	25, 26,
	d.	Keputusan pembelian	27, 28,
	e.	Perilaku setelah pembelian	39, 30.

Sumber : Kotler dan Keller (2012)			
-----------------------------------	--	--	--

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di beberapa dealer yang juga sekaligus bengkel motor Yamaha yang berada di wilayah kawasan Tangerang Selatan. Sedangkan obyek penelitiannya adalah para pemilik sepeda motor Yamaha yang berdomisili di wilayah Kota Tangerang Selatan.

Menurut Sugiyono (2001) populasi adalah seluruh individu yang menjadi objek penelitian, sedangkan sampel adalah sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini populasinya adalah para pemilik sepeda motor Yamaha yang berdomisili di wilayah Tangerang Selatan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode teknik pengambilan sampel *Random Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara acak dan semua sampel memperoleh peluang yang sama. Jumlah sampel ditetapkan sebesar 150 orang dengan pertimbangan bahwa jumlah populasi memiliki jumlah yang sangat besar, pengambilan sampel sesuai dengan pendapat Hair, et al (1998) bahwa untuk mendapatkan analisis statistik yang baik, jumlah sampel harus memenuhi sebanyak 4 sampai dengan 10 kali jumlah indikator kuesioner yang ditetapkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner di lokasi penelitian. Peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden secara langsung kepada pemilik atau pengguna sepeda motor Yamaha yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Untuk penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda dengan alat bantu software SPSS 20.00. Adapun persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- \hat{Y} = Estimasi rata-rata Kep Pembelian
- a = Konstanta dari persamaan regresi.
- b_1 = Intercep variabel X_1 (Inovasi Produk)
- X_1 = Skor variabel X_1
- b_2 = Intercep variabel X_2 (Harga)
- X_2 = Skor variabel X_2

e = Error atau sisa (residual).

Pengujian signifikansi regresi bivariat (regresi sederhana) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dapat di uji melalui nilai t_{hitung} , sedangkan pengujian signifikansi regresi berganda dengan menggunakan nilai F_{hitung} .

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan menyebar kuesioner kepada 150 responden di beberapa dealer yang juga sekaligus bengkel motor Yamaha yang berada di wilayah kawasan Tangerang Selatan, berdasarkan pendapat Frankel dan Wallen (1993) besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100 sampel, sedangkan penelitian ini menggunakan 150 sampel sehingga penelitian sudah melebihi syarat yang ditentukan.

Responden dalam penelitian lebih didominasi oleh pria yakni sebesar 74,67 persen, sedangkan responden dengan jenis kelamin wanita hanya sebesar 25,33 persen. Usia responden dominan berusia diantara 46-50 tahun yakni sebesar 19,30 persen, kemudian 41-45 tahun yakni sebesar 18,70 persen, dan diantara 31-35 tahun sebesar 18 persen. Pekerjaan sebagian besar berstatus sebagai karyawan swasta yakni sebesar 31,33 persen, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebesar 28 persen, responden yang berprofesi buruh sebesar 14,67 persen.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun untuk indikator-indikator setiap variabel untuk uji validitas dan realibilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Dimensi, Indikator dan Nomor Butir Kuesioner Inovasi Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor butir
Inovasi Produk	Keunggulan Relatif (relative advantage)	Desain produk	1
		Kinerja mesin	2
	Kesesuaian (compatibility)	Kapasitas mesin	3
		Selera konsumen	4
	Kerumitan (complexity)	Perawatan	5
		Ketersediaan suku cadang	6
		Kesempatan mencoba	7
		Rasa saat mencoba	8
	Keterlihatan (observability)	Mudah dipahami	9
		Dapat dirasakan.	10

Sumber: Rogers (2003:223)

Tabel 3. Dimensi, Indikator dan Nomor Butir Kuesioner Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor butir
Harga	Keterjangkauan harga	Harga terjangkau	11
		Variasi harga sesuai jenis	12
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai kualitas	13
		Harga sesuai kemampuan	14
	Daya saing harga	Harga bersaing dengan merk lain	15
		Harga ekonomis	16
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai manfaat yang dirasakan	17
		Harga sesuai dibanding merk lainnya	18

Sumber : Stanton (1998:308)

Tabel 4. Dimensi, Indikator dan Nomor Butir Kuesioner Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor butir
Keputusan Pembelian	Pengenalan kebutuhan	Pemenuhan Kebutuhan mobilitas	19
		Sesuai dengan kebutuhan	20, 21
	Pencarian Informasi	Informasi dari pengguna	22
		Informasi dari iklan/promosi	23, 24
	Evaluasi alternatif	Evaluasi merk lain	25
		Alternatif pilihan	26
	Keputusan pembelian	Keputusan setelah evaluasi	27
		Yakin dengan keputusan	30
	Perilaku setelah pembelian	Puas setelah melakukan pembelian	29
		Akan membeli kembali	30

Sumber: Kotler dan Keller (2012:170)

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada item kuesioner penelitian yang diuji pada 30 responden awal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Inovasi Produk	Inovasi Produk 1	0,652**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 2	0,770**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 3	0,693**	0,361	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Harga	Inovasi Produk 4	0,809**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 5	0,766**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 6	0,819**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 7	0,860**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 8	0,895**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 9	0,825**	0,361	Valid
	Inovasi Produk 10	0,626**	0,361	Valid
	Harga 1	0,733**	0,361	Valid
	Harga 2	0,652**	0,361	Valid
	Harga 3	0,764**	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	Harga 4	0,837**	0,361	Valid
	Harga 5	0,820**	0,361	Valid
	Harga 6	0,568**	0,361	Valid
	Harga 7	0,606**	0,361	Valid
	Harga 8	0,611**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 1	0,636**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 2	0,636**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0,771**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 4	0,806**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 5	0,710**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 6	0,692**	0,361	Valid
	Keputusan Pembelian 7	0,821**	0,361	Valid
Keputusan Pembelian 8	0,800**	0,361	Valid	
Keputusan Pembelian 9	0,565**	0,361	Valid	
Keputusan Pembelian 10	0,600**	0,361	Valid	
Keputusan Pembelian 11	0,755**	0,361	Valid	
Keputusan Pembelian 12	0,796**	0,361	Valid	

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, item pertanyaan pada setiap variabel semuanya valid, sebab nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (r hitung > r tabel).

Tabel 6. Uji Reliabilitas

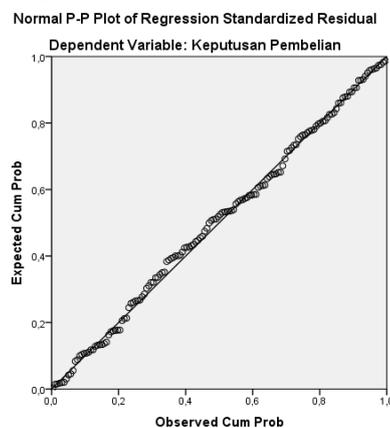
No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Ket
1	Inovasi Produk	0,922	0,600	Reliabel
2	Harga	0,852	0,600	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,907	0,600	Reliabel

Berdasarkan hasil pengolahan data, semua variabel dalam penelitian ini valid, hal itu dapat dilihat dari nilai cronbach alpha pada semua variabel lebih besar dari nilai standar.

Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk menentukan data Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah distribusi mendekati normal. Uji ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* dengan menggunakan metode *normal probability plot (NPP)*.

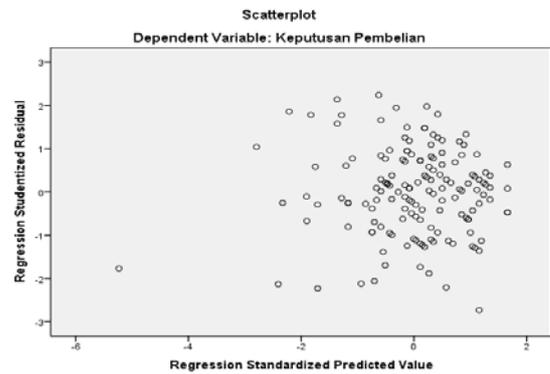


Gambar 1. Grafik Uji Normalitas

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa adanya titik-titik yang menyebar dan disekitar garis diagonal serta penyebarannya pun mengikuti arah garis diagonal. Hal tersebut membuktikan bahwa model regresinya telah memenuhi asumsi normalitas.

2). Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2011) uji homogenitas varian bertujuan untuk menentukan apakah varian kedua kelompok homogen atau tidak. Menurut Duwi Priyanto (2010) uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Dalam analisis regresi berganda untuk mendapatkan hasil yang baik varians dalam komponen pengganggu harus sama (*homokedastisitas*). Jika asumsi ini tidak bisa dipenuhi maka data adalah *homogen*.



Gambar 2. Grafik Uji Homogenitas

Dari Gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas, seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Selain itu titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data adalah *homogen*.

3). Uji Multikolinieritas

Tujuan uji asumsi multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala *multikolinieritas* maka dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor (VIF)*, bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
X ₁	1,465	Non Multikolinieritas
X ₂	1,465	Non Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa diantara variabel-variabel bebas yang digunakan mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi linier tersebut bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara satu dengan yang lain.

4). Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel pengganggu dalam masing-masing variabel bebas. Dalam penelitian ini uji autokorelasi menggunakan tes Durbin Watso dengan ketentuan sebagai berikut:

$dW < dL$, berarti ada autokorelasi positif (+) $dL < dW < dU$, tidak dapat disimpulkan

$dU < dW < 4-dU$, berarti tidak terjadi autokorelasi.

$4-dU < dW < 4-dL$, tidak dapat disimpulkan

$dW > 4-dL$, berarti ada autokorelasi negatif (-).

Dengan jumlah sampel $n = 150$, $\alpha = 0,05$ dan banyaknya variabel independent $k = 2$, maka di dapat nilai kritis $dL = 1,51970$ dan $dU = 1,54652$.

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat pada tabel berikut:

Tabel 8 . Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 ^a	,473	,466	3,67423	2,408

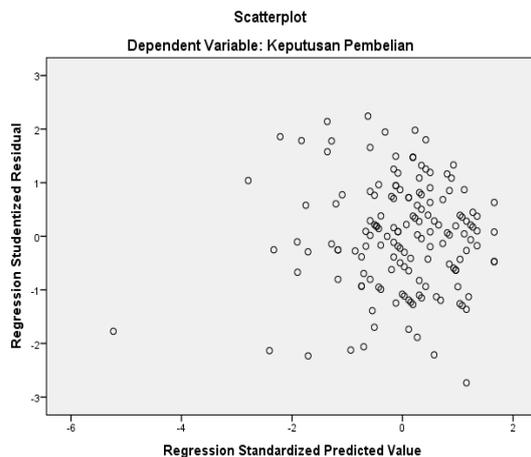
a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai Durbin watson sebesar 2,408, sehingga nilai DW berada diantara $dU (1,5465) < DW (2,408) < 4 - dU (4 - 1,54652 = 2,45348)$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Artinya bahwa variabel independent dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruhi oleh variabel pengganggu.

5). Uji Heterokedastisitas

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan ZRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Oleh karena itu berdasarkan Gambar berikut:



Gambar 3. Grafik Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan ZRESID (nilai residualnya). Model yang didapatkan tidak terdapat pola tertentu pada grafik, sehingga model terbebas dari masalah heterokedastisitas.

Pengujian Hipotesis

1). Analisis Regresi Berganda

Perhitungan regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi besarnya hubungan antara variabel

terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y), dengan variabel bebas (independen) yaitu Inovasi Produk (X_1), dan Harga (X_2),. Hasil regresi linier berganda dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,161	3,129		5,165	,000
1 Inovasi Produk	,401	,078	,373	5,144	,000
Harga	,538	,096	,405	5,598	,000

Pengujian hipotesis melalui analisis regresi Berdasarkan tabel 9, diketahui bahwa nilai konstanta a yang diperoleh sebesar 16,161, koefisien arah regresi b_1 sebesar 0,401, dan koefisien arah regresi b_2 sebesar 0,538, dan dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien regresi dari tabel diatas sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 16,161 + 0,401 (X_1) + 0,538 (X_2)$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diketahui bahwa :

- Nilai konstanta 16,161, artinya jika Inovasi Produk (X_1), dan Harga (X_2) bernilai nol, maka nilai keputusan Pembelian (Y) 16,161.
- Koefisien regresi variabel Inovasi Produk (X_1) menunjukkan nilai positif yaitu 0,401. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk (X_1) berpengaruh positif terhadap peningkatan Keputusan Pembelian (Y), artinya semakin tinggi tingkat Inovasi Produk (X_1) akan menyebabkan semakin meningkatnya pula Keputusan Pembelian (Y). Jika Inovasi Produk (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,401 satuan, dengan asumsi faktor lain tetap.
- Koefisien regresi variabel Harga (X_2) menunjukkan nilai positif yaitu 0,538. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) berpengaruh positif terhadap peningkatan Keputusan Pembelian (Y), artinya semakin tinggi tingkat Harga (X_2) akan menyebabkan semakin tinggi pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jika Harga (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,538 satuan, dengan asumsi faktor lain tetap.

2). Pengujian Hipotesis t (Uji t)

Pengujian hipotesis ini untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh sendiri-sendiri terhadap variabel terikat dan variabel independen (bebas) manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil Uji t dari tabel 9 menunjukkan bahwa terdapat 2 variabel independen (X) mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Inovasi Produk (X_1)

Untuk variabel Inovasi Produk (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai Sig $t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian pengujian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa Inovasi Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 0,401.

b. Harga (X_2)

Untuk variabel Harga (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,000. Nilai Sig $t < 5\%$ ($0,00 < 0,05$). Dengan demikian pengujian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 0,538.

Jadi, kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pengujian hipotesis diatas adalah variabel Inovasi Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. dan yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah Harga.

3). Pengujian Hipotesis F (Uji F)

Pengujian hipotesis ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara seluruh variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Dalam hipotesis penelitian ini, diduga bahwa seluruh variabel Inovasi Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) secara serempak mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F (Anova)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1784,336	2	892,168	66,087	,000 ^b
Residual	1984,497	147	13,500		
Total	3768,833	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk

Berdasarkan hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 10, menunjukkan Signifikansi $F = 0,000$. Jadi Sig $F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa secara serempak variabel X_1 , X_2 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Jadi terbukti bahwa variabel Inovasi Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

4). Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y),

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 ^a	,473	,466	3,67423	2,408

a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,473 atau 47,3%. Artinya variabel Y dijelaskan sebesar 47,3% oleh variabel Inovasi Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) sedangkan sisanya sebesar 52,7 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, layanan purna jual, citra merk, kualitas produk, dan promosi produk.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan pengujian-pengujian yang dilakukan, dapat di simpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di Tangerang Selatan. Hal ini menandakan bahwa kebanyakan pembeli dan pengguna sepeda motor Yamaha, mengambil keputusan pembelian karena Inovasi Produk Motor Yamaha sudah cukup baik. Selanjutnya untuk Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di Tangerang Selatan, artinya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat sangat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Hasil penelitian juga menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas Inovasi Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Inovasi Produk yang dilakukan oleh Yamaha dan Harga yang ditetapkan mempengaruhi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha di Tangerang Selatan. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan keputusan pembelian yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan sepeda motor Yamaha, manajemen Yamaha Motor perlu meningkatkan inovasi produk yang lebih baik dan menetapkan harga sesuai dengan daya beli masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan keputusan pembelian konsumen sebesar 47,3 persen, yang berarti terdapat 52,7 persen variabel yang tidak diteliti, untuk penelitian mendatang disarankan agar mengikutsertakan variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, seperti kualitas pelayanan dan

layanan purna jual. Penelitian mendatang diharapkan dilakukan di daerah selain Tangerang Selatan dengan menggunakan sampel dari berbagai latar belakang dan tingkat usia serta area yang lebih luas untuk memverifikasi hasil penelitian ini.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah Inovasi produk yang dilakukan oleh produsen Yamaha sudah cukup baik, namun untuk memenangi persaingan dengan merk motor lainnya, manajemen Yamaha perlu meningkatkan inovasi produk secara terus menerus dan selalu melakukan riset agar inovasi produk yang dilakukan sesuai dengan keinginan pasar konsumen Indonesia. Manajemen Yamaha harus lebih berfokus dan memberikan perhatian yang lebih besar terhadap inovasi produk, sebab inovasi yang tiada henti akan membuat sepeda motor Yamaha semakin diminati. Konsumen di Indonesia selalu menantikan inovasi sepeda motor yang irit bensin, memiliki model yang elegan sesuai jaman, akselerasi yang tinggi, memiliki daya tahan yang tinggi dan stabil di segala medan, tahan lama dan layanan service dan spare part yang ada dimanamana serta nilai jual kembali yang tinggi. Manajemen Yamaha juga perlu mencari cara dalam mempertahankan dan meraih penjualan yang tinggi, dengan merealisasikan program-program promosi yang membuat harga yang ditetapkan menjadi layak untuk dipertimbangkan calon konsumen sepeda motor dalam rangka memilih dan memutuskan pembelian jenis sepeda motor ditengah persaingan dengan merk lain yang semakin sengit. Dalam menentukan harga jual, manajemen Yamaha di Indonesia harus memperhatikan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat serta harga pesaing pada jenis motor yang sama.

REFERENSI

- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fraenkel, Jack R. and Norman E. Wallen. (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.
- Hasan, Iqbal. (2008) *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Juliansyah Noor. (2010). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid Kesatu. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Terjemahan Benyamin Molan. PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan) Jilid 9. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 14, Jakarta, Erlangga.
- Lamarto, Y. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ketujuh. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Pass, Christopher. And Lowes, Bryan. (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J Paul., and Olson., Jerry C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Jilid 1. Edisi 4, Erlangga.
- Priyanto, Duwi, (2010). *SPSS : Paham Analisa Sytatistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta.
- Riduwan. (2009). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rogers, M.Everett. (2003). *Diffusion of Innovation 5th Edition*. Free Press, New York.

- Santoso. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sanusi, Anwar (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall
- Simamora, Bilson. (2003). Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Stanton, Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1* . Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2006), Statistika Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, (2002). Perilaku Konsumen, Bandung. Rosda Karya.
- Sutojo, Siswanto. (2001). Menyusun Strategi Harga. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Swastha, Basu. (1984). Azas-azas Marketing, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2008). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi kedua. Yogyakarta : CV Andi.
- Uliana, Dina. (2012). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Starbucks Via). Skripsi. FISIP UI.
- Umar, Husein. (2000). Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

PROFIL PENULIS

Harun Al Rasyid, Pendidikan S1 Ilmu Komunikasi (S.Sos) Universitas Budi Luhur Jakarta, lulus tahun 2005. S2 Ilmu Manajemen (MM) Universitas BSI Bandung, lulus tahun 2016. Mengajar di Bina Sarana Informatika dari tahun 2008 hingga sekarang

Agus Tri Indah K, Memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (S.IP) jurusan Administrasi Pemerintahan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, lulus Tahun 1995. Memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) Program Pasca Sarjana Universitas BSI Bandung, lulus tahun 2012. Mulai mengajar di Bina Sarana Informatika dari tahun 1999 sampai sekarang menjadi dosen di ASM BSI Jakarta.

Analisis Penilaian Kepuasan Pelayanan Hotel Pelanggan Traveloka (Studi Kasus Hotel di Area Malioboro Yogyakarta)

Wangsit Supeno

Program Studi Komputer Akuntansi
Akademi Manajemen Informatika dan Komputer BSI Jakarta
Jalan RS. Fatmawati No. 24 Jakarta, Indonesia
e-mail: wangsit.wss@bsi.ac.id

Abstract - Rapid advances in information technology really help consumers in determining the best options including Transact quickly and easily on line. One of the agents of the service provider based on well-known line is Traveloka. Facilities provided by the Traveloka through the Traveloka site, one of which relates to service information three star hotel located in the area of Malioboro Yogyakarta. From the Traveloka website, and the image information can be acquired early on hotels that will be targeted, either from the side of the price or the quality of service in the form of reviews and rating the satisfaction experience hotel guests who had been staying there. In compiling this research, the author examines the factors of customer satisfaction Traveloka who have used the services of 10 three-star hotel located in the area of Malioboro Yogyakarta, based on data in the site Traveloka on 6 January 2018. Based on data from the site traveloka, it can be assessed that the average guest satisfaction rating out of 10 three-star hotel in the Malioboro Yogyakarta area overall is 8.5 with very good. Based on the share of service satisfaction, the hotel's guests were satisfied with the location of the hotel as much as 42.9%, 19%, hospitality room hygiene 17%, 19.2% food and the convenience of 2%. With the reviews of the hotel guest experience that is listed in the site Traveloka, then the next hotel, prospective users can easily learn the advantages and disadvantages a hotel that will be visited both in the service as well as price before determining a selection of the best.

Key word : Service Satisfaction, Customer, quality of services

I. PENDAHULUAN

Era persaingan usaha pada saat ini semakin tajam sehingga dapat memberikan dampak langsung terhadap kemajuan perusahaan. Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik atau pelayanan prima kepada pelanggannya. Hal itu dilakukan setiap perusahaan dengan maksud agar perusahaan tidak ditinggalkan oleh pelanggannya. Saat ini masyarakat memiliki banyak pilihan sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan sebuah produk atau layanan jasa, yaitu dengan hanya mengakses penyedia layanan informasi dan pemesanan secara *on line*. Pesatnya kemajuan teknologi informasi sangat membantu konsumen dalam menentukan pilihan yang terbaik secara mudah dan cepat ketika akan membeli atau menggunakan produk atau jasa.

Salah satu perusahaan agen penyedia layanan jasa berbasis *on line* yang cukup terkenal adalah Traveloka. Traveloka adalah salah satu perusahaan agen perjalanan yang melayani pemesanan tiket pesawat, kereta api dan hotel. Informasi yang disajikan oleh agen perjalanan Traveloka melalui situs Traveloka ini sangat membantu calon konsumen yang sedang membutuhkan informasi mengenai layanan hotel, tiket pesawat dan tiket kereta api, sekaligus konsumen dapat melakukan reservasi secara *on line* dengan mudah dan cepat.

Perusahaan agen perjalanan Traveloka sangat memahami perilaku masyarakat yang saat ini sudah semakin kritis terhadap layanan yang diberikan perusahaan terutama perusahaan yang akan digunakan jasanya. Layanan yang baik bagaikan pintu masuk bagi pelanggan sehingga setiap pelanggan harus disambut dan dijaga oleh tenaga profesional. Layanan yang baik dari perusahaan tentu akan memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan pada akhirnya membangun loyalitas pelanggan. Dengan semakin banyak pelanggan yang loyal pada akhirnya akan berdampak langsung pada pemasaran dan juga penjualan produk perusahaan. Oleh karena itu, tim penjual seperti bagian layanan pelanggan tidak bisa dilihat hanya sebagai bagian untuk menangani keluhan pelanggan, tetapi lebih dari itu, menjadi bagian yang dapat meningkatkan penghasilan perusahaan.

Dalam proses pelayanan prima yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan melibatkan banyak orang di dalamnya. Mulai dari *front liner* sampai ke bagian *back office*. Semua orang yang terlibat dalam proses ini harus saling membantu, baik bawahan maupun atasan, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran penyampaian jasa kepada pelanggan. Proses melayani pelanggan secara internal ini merupakan dasar dalam mewujudkan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan eksternal.

Dengan adanya agen penyedia layanan jasa Traveloka, maka calon pelanggan dapat menge-tahui

banyak informasi mengenai obyek yang akan dituju. Selanjutnya calon pelanggan yang sudah merasa cocok dapat melakukan reservasi dan bertransaksi dengan cara yang sangat mudah, yaitu hanya dengan menggunakan *gadget*, kemudian membuka situs Traveloka.com, dan selanjutnya mengikuti tahapan-tahapan yang sangat mudah.

Agen perjalanan Traveloka melayani informasi dan pemesanan hotel. Jika seorang akan memesan hotel di suatu lokasi atau daerah. Agen perjalanan Traveloka menyediakan informasi mengenai hotel yang berada di daerah yang akan dikunjungi. Calon pelanggan dengan mudah dapat mengakses situs Traveloka.com untuk mendapatkan informasi secara rinci mengenai fasilitas hotel yang akan dikunjungi di suatu lokasi atau daerah. Calon pelanggan juga bisa mendapatkan informasi secara rinci mengenai kualitas pelayanan suatu hotel dalam bentuk ulasan tamu sebelumnya yang menggunakan jasa layanan agen perjalanan Traveloka dalam bentuk ulasan yang selanjutnya dibuatkan rating. Traveloka juga menyediakan fitur *review* pelanggan yang dikirim melalui email, di mana pelanggan yang telah menggunakan jasa suatu hotel dapat menceritakan pengalamannya baik kondisinya menyenangkan maupun mengecewakan, dan memberikan penilaian atas seluruh pelayanan yang diperoleh selama menjadi tamu sebuah hotel. Hasil *review* pelanggan agen perjalanan Traveloka yang telah menggunakan hotel yang dituju, dapat menjadi masukan untuk pelanggan Traveloka lainnya sehingga bisa menjadi informasi penting bagi calon tamu hotel.

Maksud dari penulisan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan sepuluh hotel bintang tiga yang berlokasi di area Malioboro Yogyakarta, kepada tamunya yang menggunakan jasa agen perjalanan Traveloka. Analisis dilakukan dengan mengacu pada data yang disajikan oleh perusahaan Traveloka baik berdasarkan *rating* maupun ulasan langsung yang ditulis pelanggan Traveloka yang telah memesan dan menggunakan jasa hotel.

Tujuan penelitian sesuai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelayanan pemesanan hotel secara *on line* pada Agen Perjalanan Traveloka.
2. Untuk mengetahui penilaian *rating* pelayanan hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta pada agen Perjalanan Traveloka
3. Untuk mengetahui hasil analisis kepuasan pelanggan hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta pada Agen Perjalanan Traveloka.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pelayanan pemesanan hotel secara *on line* pada agen Perjalanan Traveloka?

2. Bagaimana penilaian *rating* pelayanan hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta pada agen Perjalanan Traveloka?

3. Bagaimana analisis kepuasan pelanggan hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta pada agen Perjalanan Traveloka?

1.1. Kualitas Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan istimewa yang terbaik. Pelayanan prima menggambarkan etos/budaya kerja suatu perusahaan atau organisasi dan karyawannya. Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tata laksana, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas dengan apa yang telah diterimanya. Untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat dan cermat, maka suatu perusahaan perlu memahami dan melaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan pelanggan.

Menurut (Ginting, 2012) pelayanan prima adalah suatu bentuk pelayanan yang diberikan dengan tatanan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga mampu meminimalkan kesalahan serta berorientasi kepada kebutuhan pelanggan.

Menurut (Rangkuti, 2017) pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah prasyarat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan prima merupakan persepsi pelanggan sehingga sifatnya sangat subjektif, dan tergolong *intangible experience*. Menurut Levitt, pelanggan hanya peduli terhadap kesalahan serta ketidakpuasan, tidak tergantung pada kepuasan. Persepsi atau pengalaman pelanggan pada saat berhubungan dengan perusahaan sangat tergantung pada pengalaman dan harapan pelanggan. Seandainya pelayanan yang diterima lebih baik dibandingkan harapannya maka akan tercipta *excellent service*.

Pada saat pelanggan bebas untuk mengemukakan kepuasannya, maka pada saat yang sama pelanggan juga dapat mengemukakan ketidakpuasannya. Selain itu, sebagian besar pelanggan yang tidak puas pada umumnya jarang untuk mengajukan keluhan secara langsung. Sebenarnya pada kondisi ini perusahaan sedang mengalami bahaya karena pelanggan yang tidak puas tetapi tidak menyampaikan keluhan akan menjadi bom waktu. Sewaktu-waktu dapat meledak dan pelanggan pindah ke perusahaan lain atau bahkan akan menceritakan pengalaman buruknya.

Manfaat mengatasi keluhan pelanggan yaitu:

1. Meningkatkan *customer retention*;
2. Menghindari publisitas yang tidak diinginkan;
3. Menghindari biaya yang berkaitan dengan

masalah hukum.

4. Memberikan informasi untuk menghindari masalah yang akan terjadi.

Perusahaan yang memikirkan masa depannya pasti akan menempatkan pelanggan sebagai titik sentral di samping urusan lainnya, seperti urusan pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, pro-duksi, administrasi, dan teknologi komunikasi informasi. Menempatkan pelanggan pada posisi sentral berarti menjadikan pelanggan sebagai penentu dalam proses melahirkan suatu produk. Entah itu perusahaan kecil, menengah atau besar; perusahaan atau jasa atau industri; perusahaan swasta atau pemerintah, semuanya wajib meng-utamakan atau memomorsatukan pelanggan. Dengan memomorsatukan pelanggan berarti memomorsatukan perusahaan karena kehidupan perusahaan tergantung pada pelanggan.

Menurut (Haryono, 2016), pelibatan pelanggan juga merupakan proses untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap produk perusahaan. Proses tersebut akan melalui tahap sebagai berikut:

1. Tercipta kesadaran pelanggan memilih produk (*product awareness*).
2. Produk yang dipilih cocok sehingga bias diterima (*product acceptability*).
3. Produk akan dipilih apabila kemudian dibutuhkan (*product preference*).
4. Terbangun kesetiaan dalam memilih produk (*product loyalty*).

Kunci keberhasilan perusahaan adalah kesetiaan pelanggan. Untuk mempertahankannya, perusahaan perlu membangun relasi selama mungkin dengan pelanggan setia sehingga perusahaan mampu terus bergulir dan mempunyai harapan untuk tumbuh berkelanjutan dan berkembang sesuai dengan cita-cita pendirinya. Mengapa demikian? Karena secara kuantitatif jumlah pelanggan dewasa ini meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, dan pada setiap periode waktu akan terjadi regenerasi pelanggan. Apabila perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan melibatkan mereka dalam peluncuran produknya, perusahaan pasti tidak akan kekurangan atau kehilangan pelanggan.

Dewasa ini semakin banyak bisnis yang meng-arah pada bisnis *daring* (dalam jaringan, *on line*), di mana sebelumnya kita semua berada pada era bisnis *luring* (luar jaringan, *off-line*) atau penjualan dengan transaksi langsung. Maka, hal pertama dan utama yang harus diperhatikan dalam bisnis *daring* adalah pelanggan karena pelangganlah yang menjadi tumpuan harapan perusahaan.

Agar berhasil, menurut (Raypot dan Jaworski dalam Haryono, 2016), apa yang ditawarkan situs *web* bisnis *daring* harus mengandung tujuh c yaitu:

1. *Context* atau Kontek: berupa desain dan tata

letak gambar;

2. *Content* atau Konten: berupa gambar teks, suara dan video yang dipasang di situs;

3. *Community* atau Komunitas: bagaimana situs mampu memberdayakan komunikasi antar pemakai;

4. *Customization* atau kastemisasi: kemampuan situs itu sendiri untuk menyesuaikan dirinya dengan pemakai yang berbeda atau untuk menyesuaikan dirinya dengan pemakai yang berbeda atau untuk mengizinkan pengguna mempersonalisasi situs;

5. *Communication* atau komunikasi: bagaimana situs mampu memberdayakan komunikasi situs ke pemakai, pemakai ke situs, atau komunikasi dua arah;

6. *Connection* atau koneksi: tingkatan keterhubungan situs dengan situs yang lain;

7. *Commerce* atau Niaga: kemampuan situs untuk memberdayakan transaksi komersial.

Berkaitan dengan pelanggan *daring*, agar tetap efektif, menurut (Kotler dalam Haryono, 2016) kita perlu menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Menyangkut daya tarik situs yang bisa menjaga pengunjung
 - a. Bagaimana kita bisa lebih mendapatkan prospek yang ingin tahu dan berkunjung ke situs?
 - b. Bagaimana kita menggunakan pemasaran untuk memperluas promosi dari mulut ke mulut?
 - c. Bagaimana kita mengubah pengunjung menjadi pembeli?
 - d. Bagaimana membuat situs kita lebih berpengalaman dan aktual?
 - e. Bagaimana kita membangun kepercayaan yang kuat dengan pelanggan?
 - f. Bagaimana kita membangun komunitas pelanggan?
 - g. Bagaimana kita merebut dan mendayaguna- kan data pelanggan untuk meningkatkan penjualan?
 - h. Berapa pengeluaran kita untuk membangun dan melakukan aktivitas pemasaran situs?
2. Menyangkut periklanan diinternet
 - a. Dengan cara dan variasi yang mana agar kita dapat beriklan diinternet?
 - b. Bagaimana kita memilih situs yang tepat untuk penempatan iklan atau sponsor?
3. Berkenaan dengan para pengecer (*retailer*)
 - a. Bagaimana kita menjual langsung dan menjaga agar pengecer tetap senang?
 - b. Bagaimana kita mengordinasi perdagangan *daring* dengan penjualan di toko?
 - c. Berapa lama yang akan kita keluarkan untuk kerugian operasi ritel dan penjualan *daring*, serta penjualan ritel yang lain?
4. Menyangkut penempatan situs bersama untuk mendapatkan keuntungan
 - a. Bagaimana kita memilih dan mengelola pemasok dan mitra kerja?
 - b. Akankah situs disiapkan untuk urusan internal atau eksternal perusahaan?
 - c. Bagaimana kita mendapatkan pengelolaan

pembelian *retur* dan pendanaannya?

d. Bagaimana kita berjuang untuk harga ketat dan harga transparan di internet?

e. Model mana yang akan dipilih, orientasi pendapatan atau keuntungan?

Pertanyaan-pertanyaan di atas digunakan untuk menetapkan pilihan-pilihan yang menguntungkan bagi pelanggan dan perusahaan. Dalam hal ini tentu pelangganlah yang diutamakan baik pada bisnis *daring* maupun pada bisnis *luring*. Perusahaan tidak bisa lagi beralasan untuk tidak memikirkan pelanggannya.

Menurut (Martin, 2005) ada empat langkah dalam pelayanan berkualitas, yaitu:

1. Sampaikan sikap positif

Sikap adalah suatu keadaan pikiran yang dipengaruhi oleh kecenderungan perasaan, pikiran dan tindakan. Sikap yang disampaikan, biasanya akan sama dengan sikap yang terima kembali. Kebanyakan kegagalan pelaksana pelayanan pelanggan biasanya disebabkan oleh sikap. Menyampaikan sikap positif terhadap semua orang yang berhubungan dengan perusahaan itu penting dalam menciptakan pelayanan pelanggan berkualitas.

2. Kenalilah kebutuhan pelanggan

Cara yang terbaik untuk mengenali kebutuhan pelanggan adalah mencoba meletakkan diri pada posisi mereka, pandanglah berbagai hal dari sudut pandang mereka, dan meletakkan diri dalam ukuran mereka. Untuk mengenali berbagai kebutuhan pelanggan dengan cara:

- Mengenal pelanggan.
- Memahami kebutuhan manusiawi mereka.
- Mengenal kebutuhan mereka akan ketepatan waktu.
- Mengantisipasi berbagai kebutuhan mereka sejak dini.
- Mampu “membaca” pelanggan.
- Memahami kebutuhan dasar pelanggan.
- Melatih kemampuan mendengarkan.
- Memperoleh umpan balik.

3. Penuhi kebutuhan pelanggan

Faktor yang terpenting dalam menyediakan pelayanan pelanggan adalah mengenali dan memahami semua bentuk pelayanan yang bisa disediakan oleh perusahaan. Ada empat macam kebutuhan dasar pelanggan adalah:

- Kebutuhan untuk dipahami.
- Kebutuhan untuk merasa diterima.
- Kebutuhan untuk merasa penting.
- Kebutuhan akan kenyamanan.

4. Pastikan pelanggan kembali lagi

Angka-angka statistik mengatakan bahwa upaya menarik pelanggan baru itu enam kali lebih sulit daripada memelihara yang sudah ada. Oleh karenanya menangani keluhan demi kepuasan penuh pelanggan adalah hal terpenting bagi organisasi. Pastikan pelanggan yang kecewa kembali dengan

cara:

- Berusaha memuaskan keluhan pelanggan.
- Siap menangani berbagai keluhan umum secara pantas.
- Belajar menggiring pelanggan menyulitkan ke pihak perusahaan.
- Memahami mengapa sejumlah pelanggan lebih menyulitkan dibanding pelanggan lain.
- Berikan satu langkah ekstra dalam memberikan pelayanan pelanggan bermutu.
- Terapkan seluruh prinsip-prinsip pelayanan pelanggan bermutu.

1.2. Dimensi Kualitas Jasa

Menurut (Parasuraman dalam Sangadji, 2013), mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

- Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa kesalahan.
- Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-ruguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
- Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
- Produk-produk fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa,

1.3. Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini cara memandang pelanggan sudah berubah. Pada era lama pelanggan diartikan sebagai objek yang disasar perusahaan untuk memperoleh pendapatan, sementara pada era sekarang pelanggan diartikan sebagai subjek penentu keberhasilan perusahaan dalam penjualan produknya.

Menurut (Windasari dan Susanti, 2017) Konsumen dan pelanggan dianggap memiliki karakteristik yang sama, yaitu semua orang yang menuntut organisasi untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu memberikan pengaruh terhadap kinerja organisasi.

Ada pula yang mendefinisikan pelanggan sebagai setiap orang, unit, atau pihak dengan siapa bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung,

dalam penyediaan produk.

Dalam hal ini, terdapat tiga pemahaman tentang pelanggan, yaitu:

1. Orang yang tidak tergantung pada perusahaan, tetapi sebaliknya.
2. Orang yang membawa perusahaan untuk mengikuti keinginannya
3. Orang yang dinilai amat penting yang harus dipuaskan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi target setiap perusahaan yang menyadari akan pentingnya pelanggan sebagai kunci ber-operasinya perusahaan selama mungkin. Dari kepuasan pelanggan akan timbul kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) yang diharapkan oleh semua perusahaan. Menurut (Zeithaml dalam Haryono,2016), Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pemenuhan konsumen, yaitu suatu pertimbangan bahwa fitur barang atau jasa itu sendiri, memberikan suatu tingkat pemenuhan terkait dengan konsumsi yang menyenangkan. Jadi, konsumen akan merasakan kepuasannya apabila barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya.

Menurut (Gwee, 2007), persaingan di dunia bisnis yang semakin keras membuat kepuasan konsumen lama-kelamaan menjadi sesuatu yang generik. Perusahaan tidak cukup memuaskan konsumen, mereka harus diberi lebih agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Untuk merebut hati mereka, dibutuhkan satu keahlian baru yang kita sebut *customer delight*, bagaimana membuat konsumen terkesan dan senang.

Perbedaan antara memuaskan dan membuat konsumen terkesan terletak pada cara Anda menanggapi konsumen. Memuaskan konsumen berarti memberikan apa yang konsumen minta (reaktif), sedangkan membuat konsumen berarti memberi atau konsumen memintanya (proaktif). Dengan kata lain, membuat konsumen terkesan berarti bagaimana kita membuat diri kita seolah-oleh dapat membaca pikiran konsumen dan tahu benar keinginan serta harapan mereka.

Menurut (Zeithaml dalam Haryono,2016) pengertian Kepuasan pelanggan akan ditentukan oleh lima faktor:

1. Fitur produk dan layanan
Fitur produk dan layanan yang diterima akan dievaluasi pelanggan, apakah mampu memberikan kepuasan atau tidak.
2. Emosi Pelanggan
Emosi pelanggan (senang/gembira/sedih/susah) akan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam menerima layanan yang diberikan perusahaan.
3. Atribut dari keberhasilan/kegagalan layanan
Apakah layanan yang diberikan istimewa atau mengecewakan menjadi alasan yang akan

memengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Persepsi akan kewajaran dan keadilan
Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh kewajaran dan keadilan yang diterimanya jika dibandingkan dengan pelanggan lain.
5. Pelanggan yang lain, anggota keluarga, rekan
Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pelanggan yang lain, anggota keluarga atau rekannya.

Memang menjaga agar pelanggan tetap puas bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Namun demikian, perusahaan melalui karyawannya harus dapat mengelolanya dengan baik di tengah arus perubahan dan persaingan di pasar.

Di samping itu, perusahaan juga perlu selalu mengusahakan beberapa hal berikut ini:

1. Mutu layanan harus standar dan konsisten
2. Petugas baru dan petugas lama tetap berpegang teguh pada ketentuan perusahaan
3. Fasilitas yang seharusnya ada harus secara konsisten diadakan,

Menurut (Windasari dan Susanti, 2017) tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Langkah pertama dalam memuaskan pelanggan adalah menentukan siapa pelanggan kita, dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan mereka. Pelanggan yang berbeda berlainan pula kebutuhannya, dan juga berbeda prioritasnya. Akan tetapi, pada dasarnya mereka memiliki kebutuhan umum yang hampir sama. Setiap pelanggan yang puas akan menceritakannya kepada paling sedikit lima orang lainnya, yang sebagian di antaranya dapat menjadi pelanggan baru. Hasil studi National Productivity Board di Singapura menunjukkan 77 persen responden menyatakan tidak akan kembali jika mendapatkan pelayanan yang buruk di restoran, pusat per-belanjaan, atau konter layanan. Sebanyak 55 persen responden menyatakan akan memberitahukan kepada teman mereka agar tidak belanja atau pergi ke tempat tersebut.

1.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai metode dan teknik. Menurut (Kotler dalam Windasari dan Susanti,2017), metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran dari Perusahaan yang berfokus kepada pelanggan dengan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.
2. *Ghost shopping atau mystery shopper*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai

kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk pesaing berdasarkan pengalaman tersebut.

3. Analisis pelanggan yang hilang. Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah ke pemasok lain untuk mempelajari penyebabnya.
4. Survei kepuasan pelanggan perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasannya. Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam survei kepuasan pelanggan. Pertama, mewawancarai pelanggan yang berhenti membeli. Yang kedua adalah memantau tingkat kehilangan pelanggan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menggunakan metode pustaka dan pengkajian data sekunder yang bersumber dari situs Traveloka. Penulis meneliti faktor kepuasan pelanggan Traveloka yang telah menggunakan jasa layanan 10 hotel bintang tiga yang berlokasi di area Malioboro Yogyakarta, berdasarkan data dalam situs Traveloka pada tanggal 6 Januari 2018. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan desain penelitian kualitatif. Menurut (Moleong, 2010), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Jenis penelitian ini adalah studi kasus terhadap penilaian para tamu yang telah menggunakan jasa hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta di mana pemesanan hotel melalui Traveloka. Dengan demikian data yang dianalisa sepenuhnya bersumber dari survey kepuasan yang dilakukan Traveloka kepada pelanggannya. Berdasarkan hasil survey, Traveloka kemudian melakukan pengolahan data dan selanjutnya membuat *rating* pada setiap hotel, termasuk rincian ulasan pelanggan atas kepuasan pelayanan hotel. Dengan informasi yang disajikan oleh Traveloka maka dapat menjadi referensi calon pelanggan yang akan menjadi tamu hotel khususnya hotel bintang tiga yang berlokasi di area Malioboro Yogyakarta. Penilaian kepuasan pelayanan hotel oleh para tamu hotel yang memesan melalui situs Traveloka, dalam bentuk *rating* kepuasan dan ulasan langsung yang bisa dibaca oleh pengunjung situs Traveloka, termasuk oleh pengunjung yang akan mencari informasi dan memesan hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta. *Rating* kepuasan

yang diberikan tamu hotel yang memesan melalui situs Traveloka meliputi lokasi, keramahan, kebersihan, makanan, dan kenyamanan, dalam bentuk ulasan tamu yang tercantum pada situs Traveloka. Mengingat penelitian ini disainnya kualitatif dan bersifat studi kasus, di mana peneliti tidak langsung membuat pertanyaan kepada pelanggan hotel, maka peneliti hanya melakukan analisa kualitatif terhadap indikator kepuasan pelayanan berdasarkan data survey yang telah jadi bersumber dari situs Traveloka.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Bentuk pelayanan pemesanan hotel secara *on line* pada Agen Perjalanan Traveloka

Traveloka adalah salah satu perusahaan *daring* yang menyediakan jasa kepada masyarakat yang menyediakan pelayanan pemesanan tiket perjalanan dengan pesawat terbang, kereta api dan juga termasuk pemesanan kamar hotel secara *on line* dengan jaringan yang cukup luas. Bersumber dari Wikipedia, Perusahaan Traveloka dirikan pada tahun 2012. Pada awalnya konsep Traveloka berfungsi sebagai mesin pencari untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs lainnya. Pada pertengahan tahun 2013 Traveloka kemudian berubah menjadi situs reservasi tiket pesawat. Pada bulan Juli 2014, Traveloka mulai menyediakan jasa pemesanan hotel.

Kehadiran situs Traveloka sebagai perusahaan penyedia jasa perjalanan, tentu sangat membantu dan mempermudah masyarakat yang sedang memerlukan informasi hotel dan ketika akan melakukan pemesanan hotel di lokasi yang akan dikunjungi.

Pelanggan yang sudah terbiasa menggunakan layanan jasa Traveloka untuk memesan hotel dengan sangat mudah dan praktis dapat membuka situs ini setiap saat. Pelanggan dapat mengetahui informasi yang berhubungan dengan lokasi hotel dan layanan hotel serta harga kamar yang akan dipesan, dan setelah itu dapat melakukan transaksi secara *on line*. Setelah transaksi pelanggan langsung menerima dokumen terkait pemesanan hotel yang dapat ditunjukkan saat tiba di hotel yang dituju.

Pelanggan yang hendak memesan hotel dapat membuka situs Traveloka melalui *gadget*. Pada situs tersebut pelanggan dapat mencari informasi hotel yang akan dituju dengan mengisi bagian data informasi yang disediakan. Pelanggan yang menjadi calon tamu hotel dapat mengisi data yang diminta terkait kota tujuan atau nama hotel yang akan kedatangan, jumlah tamu, jumlah kamar, tanggal *check in*, durasi hari, dan tanggal *check out*. Setelah mengisi seluruh data yang diminta, kemudian klik tombol *search* atau cari hotel. Setelah itu akan ditampilkan hotel-hotel di area yang dipilih oleh

pelanggan traveloka, dan pelanggan yang akan menjadi calon tamu hotel tinggal mencari hotel yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam situs tersebut juga tersaji pilihan kelas hotel, termasuk kelas hotel apakah kelas hotel bintang lima sampai bintang satu. Selain itu pelanggan calon tamu hotel bisa memilih level harga dari yang tertinggi ke yang rendah. Pelanggan calon tamu hotel juga dapat memilih hotel berdasarkan fasilitas yang tersedia, seperti fasilitas *wifi*, kolam renang, parkir, restoran, resepsionis 24 jam, *lift*, akses kursi roda, pusat kebugaran, fasilitas rapat, dan antar jemput bandara.

Setelah itu pelanggan Traveloka sebagai calon tamu hotel dapat melihat foto-foto hotel sehingga calon tamu hotel dapat memiliki gambaran tentang hotel tersebut sehingga tidak salah dalam memilih hotel. Foto yang disajikan meliputi foto bagian muka hotel, ruangan yang ada di dalam hotel, termasuk fasilitas seperti kolam renang dan ruang kamar.

Selain itu, calon tamu hotel dapat memilih hotel yang memiliki *rating* terbaik dengan nilai di atas 8. Pada situs Traveloka dapat diketahui *rating* setiap hotel yang menjadi sumber informasi yang sangat penting bagi calon tamu hotel sebelum menentukan pilihan hotel. Selain itu dapat dilihat ulasan atau *review* para tamu sebelumnya, baik yang berhubungan dengan lokasi, kebersihan, keramahan makanan, dan kenyamanan.

Pelanggan Traveloka calon tamu hotel yang telah menentukan pilihan hotel yang terbaik menurut kebutuhannya, selanjutnya calon tamu hotel dapat melakukan pemesanan secara *on line* melalui situs tersebut. Pada situs Traveloka menyediakan formulir pemesanan kamar yang harus diisi sesuai permintaan. Setelah mengisi formulir pemesanan, maka pelanggan mendapatkan arahan selanjutnya untuk penyelesaian transaksi. Calon tamu hotel kemudian menerima *invoice* tagihan yang harus dibayar secara *on line* dengan bank-bank yang telah bekerjasama seperti bank BCA, bank Mandiri dan sebagainya seperti yang tercantum dalam *invoice* tersebut. Setelah melunasi transaksi maka calon tamu hotel menerima bukti transaksi melalui email yang dapat digunakan pada saat melapor ke hotel

yang dituju.

Berdasarkan uraian di atas maka pelanggan perusahaan agen perjalanan Traveloka diberikan kemudahan dalam bertransaksi pemesanan hotel, tanpa harus kuatir dirugikan, sehingga seluruh persiapan telah dilakukan dengan baik sebelum berangkat ke suatu tujuan dan menginap di hotel yang telah dipesan melalui situs Traveloka.

Para pelanggan agen perjalanan Traveloka setelah menginap di suatu hotel akan menerima email yang berisi permintaan kepada pelanggan untuk mengisi ulasan atas kesan hotel yang telah dikunjungi. Ulasan para tamu hotel dapat menjadi informasi bermanfaat bagi tamu hotel berikutnya.

3.2. Penilaian *Rating* Kepuasan Pelayanan Hotel Bintang Tiga di area Malioboro pada Agen Perjalanan Traveloka

Pada saat ini bila seseorang akan menginap di sebuah hotel di dalam maupun di luar kota, bisa melakukan pemesanan kamar jauh hari dan tidak perlu lagi datang langsung ke hotel melakukan transaksi. Hal ini bisa berisiko atas terbatasnya ketersediaan kamar hotel atau fasilitas kamar hotel yang tidak sesuai dengan harapan, termasuk juga kurang jelasnya informasi harga hotel. Kini dengan adanya agen perjalanan Traveloka, seseorang yang akan menginap disuatu hotel dapat memanfaatkan layanan Traveloka sebagai satu cara praktis untuk mencari informasi lebih banyak mengenai hotel yang akan dikunjungi dan dapat melakukan pemesanan kamar dengan cara mudah dan cepat.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan kajian mengenai tingkat kepuasan pelayanan dan *rating* kepuasan pelayanan 10 hotel bintang tiga yang berlokasi di area Malioboro Yogyakarta. Hasil *rating* atas tingkat kepuasan tamu 10 hotel bintang tiga di kota Malioboro Yogyakarta pada tanggal 6 Januari 2018, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Tamu Hotel berdasarkan data tanggal 6 Januari 2018

No.	Nama Hotel	Rating	Predikat	Rating Kepuasan Tamu Hotel Secara Keseluruhan				
				Lokasi	Keramahan	Kebersihan	Makanan	Kenyamanan
1	Abadi	8.4	Sangat baik	8.87	8.38	8.43	8.06	8.42
2	Neo Malioboro	8.9	Sangat baik	9.15	8.82	8.97	8.69	8.84
3	Dafam Fortuna	8.5	Sangat baik	8.7	8.52	8.6	8.17	8.41
4	Pesonna Malioboro	8.7	Sangat baik	8.94	8.77	8.9	8.43	8.69
5	Grage Jogja	8.6	Sangat baik	8.8	8.69	8.79	8.08	8.81
6	Prima In	8.6	Sangat baik	8.7	8.66	8.71	8.15	8.63
7	Grand Puri Saron	8.6	Sangat baik	8.67	8.69	8.86	8.1	8.69
8	Grage Ramayana	8.5	Sangat baik	8.95	8.5	8.39	7.99	8.42
9	Ibis Malioboro	8.4	Sangat baik	8.95	8.34	8.3	7.93	8.27
10	Mutiara	8.2	Sangat baik	9.26	8.18	7.71	7.97	7.88
RATA-RATA RATING		8.5	Sangat baik	8.90	8.56	8.57	8.16	8.51

Sumber : Situs Traveloka (diolah)

Berdasarkan data dari situs Traveloka yang berupa hasil ulasan tamu 10 hotel bintang tiga di area Malioboro pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa para tamu hotel yang memesan melalui Traveloka, dan telah memberikan ulasan penilaian kepuasan pelayanan secara keseluruhan sebanyak 15.812 orang tamu. Dari jumlah tersebut, para tamu yang memberikan penilaian Fantastis sebanyak 5.205

keseluruhan tamu yang menginap pada 10 hotel bintang tiga tersebut rata-rata menyatakan memiliki penilaian yang sangat baik, meskipun ada empat hotel yang mendapatkan penilaian buruk.

Dari 10 hotel bintang tiga tersebut, hotel Neo Malioboro memiliki penilaian fantastis yang paling tinggi dari para tamunya yang memesan kamar melalui Traveloka, yaitu sebanyak 1.239 orang (43,3%) dari 2.864 orang tamu yang memberikan

No.	Nama Hotel	Jumlah Ulasan Pelanggan	Tingkat Kepuasan Tamu Hotel									
			Fantastis	%	Sangat Bagus	%	Memuaskan	%	Biasa	%	Buruk	%
1	Abadi	2,000	588	29.4%	1,063	53.2%	241	12.1%	104	5.2%	4	0.2%
2	Neo Malioboro	2,864	1,239	43.3%	1,408	49.2%	135	4.7%	82	2.9%	-	0.0%
3	Dafam Fortuna	3,807	1,180	31.0%	1,872	49.2%	548	14.4%	182	4.8%	25	0.7%
4	Pesonna Malioboro	821	334	40.7%	406	49.5%	47	5.7%	34	4.1%	-	0.0%
5	Grage Jogja	898	330	36.7%	483	53.8%	52	5.8%	30	3.3%	3	0.3%
6	Prima In	1,482	501	33.8%	794	53.6%	111	7.5%	76	5.1%	-	0.0%
7	Grand Puri Saron	282	102	36.2%	141	50.0%	24	8.5%	15	5.3%	-	0.0%
8	Grage Ramayana	556	177	31.8%	294	52.9%	52	9.4%	33	5.9%	-	0.0%
9	Ibis Malioboro	1,499	352	23.5%	743	49.6%	304	20.3%	87	5.8%	13	0.9%
10	Mutiara	1,603	402	25.1%	867	54.1%	210	13.1%	124	7.7%	-	0.0%
JUMLAH		15,812	5,205	32.9%	8,071	51.0%	1,724	10.9%	767	4.9%	45	0.3%

orang (32,9%), Sangat Bagus sebanyak 8.071 orang (51%), Memuaskan sebanyak 1.724 orang (10,9%), Biasa sebanyak 767 orang (4,9%) dan Buruk sebanyak 45 orang (0,3%). Dengan demikian secara

penilaian Fantastis. Selain itu, hotel Dafam Fortuna juga memiliki penilaian fantastis terbanyak dari para tamunya, yaitu dari sebanyak 3.807 orang tamu hotel yang memberikan ulasan, sebanyak 1.180

orang (31%) menilai hotel Dafam Fortuna memiliki pelayanan yang Fantastis.

Penulis juga melakukan penelitian berdasarkan *rating* kepuasan pelayanan pada 10 hotel bintang tiga tersebut. Secara keseluruhan *rating* kepuasan pelayanan kesepuluh hotel tersebut mendapatkan

penilaian sangat baik dengan *rating* tertinggi 8,7 dan terendah 8,2.

Hasil penelitian penulis terhadap data *rating* kepuasan tamu hotel atas pelayanan 10 hotel bintang tiga yang berlokasi di area Malioboro Yogyakarta pada situs Traveloka sebagai berikut:

Tabel 2. *Rating* Kepuasan Tamu Hotel berdasarkan data tanggal 6 Januari 2018

Sumber : Situs Traveloka (diolah)

Berdasarkan pada tabel 2 yang memuat data *rating* Kepuasan Tamu Hotel, dapat dinilai bahwa rata-rata *rating* dari 10 hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta secara keseluruhan adalah 8,5 dengan predikat Sangat Baik. Angka *rating* setiap hotel diperoleh dari situs Traveloka dengan cara menjumlahkan data *rating* lokasi, *rating* keramahan, *rating* kebersihan, *rating* makanan dan *rating* kenyamanan kemudian dibagi 5.

Contoh, *rating* hotel Abadi adalah 8,4 dengan predikat sangat baik. *Rating* tersebut diperoleh dari penjumlahan angka *rating* atas Lokasi 8,87, Keramahan 8,38, Kebersihan 8,43, Makanan 8,06 dan Kenyamanan 8,42 hasilnya kemudian dibagi 5 sehingga menghasilkan angka *rating* total 8,4.

Berdasarkan data tabel 2 di atas, *Rating* kepuasan tertinggi diraih hotel Neo Malioboro dengan *rating* 8,9 berdasarkan 2.864 ulasan, sedangkan hotel dengan *rating* kepuasan terendah tetapi masih berpredikat Sangat baik adalah hotel Mutiara dengan *rating* 8,2 berdasar 1.603 ulasan.

Rating kepuasan didasarkan pada penilaian tamu hotel yang memesan hotel dari Traveloka, di mana pihak traveloka selalu meminta *feed back* pelanggannya yang telah menggunakan jasa hotel. *Rating* kepuasan pelayanan tersebut meliputi kepuasan atas lokasi, keramahan, kebersihan, makanan dan kenyamanan yang diberikan hotel.

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dinilai bahwa rata-rata *rating* kepuasan pelayanan hotel dari total 15.812 tamu 10 hotel bintang tiga tersebut, *rating* yang tertinggi adalah dikarenakan faktor lokasi yang strategis dengan nilai rata-rata *rating* 8,9. Kesepuluh hotel bintang tiga tersebut jaraknya tidak jauh dengan tempat wisata jalan Malioboro yang selalu ramai dikunjungi para turis lokal maupun mancanegara. Berdasarkan faktor lokasi hotel, maka *rating* tertinggi adalah hotel Mutiara yaitu sebesar 9,26 dan diikuti hotel Neo Malioboro sebesar 9,15. Sedangkan berdasarkan faktor keramahan, *rating* tertinggi ditempati oleh hotel Neo Malioboro sebesar 8,82, dan diikuti hotel Pesonna Malioboro sebesar 8,77.

Berdasarkan faktor kebersihan, *rating* tertinggi kembali ditempati hotel Neo Malioboro sebesar 8,97 dan diikuti dengan hotel Pesonna Malioboro.

Berdasarkan faktor makanan, *rating* tertinggi ditempati kembali oleh hotel Neo Malioboro sebesar 8,69 dan diikuti dengan hotel Pesonna Malioboro sebesar 8,43. Selanjutnya berdasarkan pada faktor kenyamanan, *rating* tertinggi juga ditempati oleh hotel Neo Malioboro dengan *rating* 8,86, kemudian diikuti dengan hotel Pesonna Malioboro dengan *rating* 8,69 dan hotel Grand Puri Saron dengan *rating* 8,69.

Meskipun hotel Neo Malioboro dan hotel Pesonna Malioboro memiliki *rating* tertinggi pada faktor Keramahan, Kebersihan, Makanan dan Kenyamanan, namun jumlah *rating* yang diberikan tamu kedua hotel berbeda. Hotel Neo Malioboro berdasarkan pada 2.864 ulasan sedangkan hotel Pesonna Malioboro hanya memuat 621 ulasan, dengan demikian maka wajar hotel Neo Malioboro termasuk hotel bintang tiga dengan *rating* terbaik di area Malioboro Yogyakarta.

Berdasarkan data *rating* yang terdapat dalam situs Traveloka, maka calon tamu hotel yang akan menginap di sebuah hotel, terlebih dahulu dapat memberikan penilaian setelah membaca ulasan-ulasan yang ada pada Traveloka. Dengan demikian calon tamu hotel dapat menentukan hotel yang paling tepat untuk dipilih jika akan berkunjung ke Malioboro Yogyakarta.

3.3. Analisis Penilaian Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Tiga di area Malioboro pada Agen Perjalanan Traveloka

Situs Traveloka menyajikan data ulasan atau *review* pelanggan yang telah memesan dan menginap di sebuah hotel. Pelanggan dapat meng-ungkapkan pengalamannya selama menginap di salah satu dari 10 hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta secara bebas. namun masih dalam batasan sopan. Ulasan ditulis dalam bentuk rangkaian kalimat baik yang positif maupun berupa kritikan atau saran bagi hotel dengan maksud agar pelayanan hotel lebih meningkat, sehingga memberikan dampak positif terhadap persepsi calon tamu hotel dan peningkatan jumlah hunian kamar hotel.

Para pelanggan Traveloka sebelum menentukan pilihan hotel dapat memperhatikan dan membaca

pengalaman tamu hotel yang sebelumnya sehingga tidak menimbulkan kekecewaan di kemudian hari.

Setiap kalimat ulasan yang disampaikan tamu hotel berhubungan dengan pengalaman mereka yang terkait dengan kepuasan pelayanan hotel yang meliputi Lokasi, Keramahan, Kebersihan, Makanan

dan Kenyamanan.

Berdasarkan pada kumpulan ulasan yang berhubungan dengan kepuasan pelayanan hotel yang datanya diambil pada tanggal 6 Januari 2018, dapat dirangkum pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Ulasan atas Kepuasan Pelayanan Hotel berdasarkan data tanggal 6 Januari 2018

No.	Nama Hotel	Jumlah	Ulasan atas Kepuasan Pelayanan Hotel				
		Ulasan	Lokasi	Keramahan	Kebersihan	Makanan	Kenyamanan
1	Abadi	295	135	53	49	53	5
2	Neo Malioboro	400	180	51	62	100	7
3	Dafam Fortuna	501	193	93	88	122	5
4	Pesonna Malioboro	94	29	24	21	18	2
5	Grage Jogja	52	18	12	15	4	3
6	Prima In	167	43	58	33	33	0
7	Grand Puri Saron	18	5	5	4	4	0
8	Grage Ramayana	48	13	12	13	9	1
9	Ibis Malioboro	210	116	27	33	21	13
10	Mutiara	230	133	47	24	22	4
JUMLAH		2,015	865	382	342	386	40
PORSI (%)		100.0%	42.9%	19.0%	17.0%	19.2%	2.0%

Sumber : Situs Traveloka (diolah)

Berdasarkan pada tabel 3 di atas, jumlah tamu yang memberikan ulasan untuk 10 hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta yang datanya diambil pada tanggal 6 Januari 2018 sebanyak 2.015 tamu. Jumlah tamu hotel yang memberikan ulasan berhubungan dengan lokasi hotel sebanyak 865 orang, keramahan petugas hotel sebanyak 382 orang, kebersihan kamar serta perlengkapan kamar mandi sebanyak 342 orang, makanan baik berkaitan dengan sarapan pagi maupun menu makanan sebanyak 386 orang, dan kenyamanan hotel berhubungan dengan fasilitas seperti kolam renang, wifi sebanyak 40 orang.

Berdasarkan porsi kepuasan pelayanan, ulasan tamu hotel berhubungan dengan lokasi hotel menempati porsi sebanyak 42,9%, berhubungan dengan keramahan sebanyak 19%, berhubungan dengan kebersihan kamar serta perlengkapan kamar mandi sebanyak 17%, berhubungan dengan makanan baik yang berhubungan dengan sarapan pagi atau menu makanan sebanyak 19,2% dan berhubungan dengan kenyamanan sebanyak 2%.

Berdasarkan pada tabel 3 di atas terdapat tiga hotel yang para tamunya terbanyak dalam memberikan ulasan, masing-masing adalah hotel Dafam Fortuna sebanyak 501 orang, hotel Neo 400 orang dan hotel Abadi sebanyak 295 orang. Hal ini memberikan persepsi bahwa ketiga hotel tersebut memiliki

jumlah tamu terbanyak yang memesan dari Traveloka.

Berdasarkan pada tabel 3 tersebut juga dapat disimpulkan bahwa tamu hotel sangat kosen memberikan ulasan yang berhubungan dengan penilaian kepuasan pelayanan hotel yang berhubungan dengan lokasi hotel, makanan dan keramahan petugas hotel. Sebanyak 865 orang tamu atau sekitar 42,9% merasa puas dengan lokasi hotel yang strategis dekat dengan tempat wisata yang diminati banyak wisatawan di area jalan Malioboro Yogyakarta. Para tamu hotel juga sangat kosen memberikan ulasan penilaian pelayanan yang berhubungan dengan kepuasan pelayanan terkait makanan yaitu sebanyak 386 orang atau sekitar 19,2%. Selain makanan, para tamu hotel sangat kosen memberikan ulasan kepuasannya berhubungan dengan keramahan petugas atau staf hotel baik saat proses *check in* maupun *check out* serta pelayanan lainnya, yaitu sebanyak 382 orang atau sekitar 19%.

Dalam hal banyaknya ulasan tamu per hotel terkait kepuasan lokasi hotel yang strategis, terdapat empat hotel yang memiliki ulasan kepuasan terbanyak, yaitu hotel Abadi, hotel Neo Malioboro, hotel Dafam Fortuna dan hotel Mutiara. Untuk Hotel Dafam Fortuna, jumlah tamu yang memberikan ulasan kepuasan lokasi hotel yang strategis sebanyak

193 orang, diikuti oleh hotel Neo Malioboro sebanyak 180 orang, hotel Abadi sebanyak 135 orang dan hotel Mutiara sebanyak 133 orang.

Dalam hal banyaknya ulasan tamu per hotel terkait kepuasan terhadap pelayanan makanan, terdapat tiga hotel yang memiliki ulasan kepuasan makanan terbanyak, yaitu hotel Dafam Fortuna, hotel Neo Malioboro dan hotel Abadi. Jumlah tamu yang memberikan ulasan kepuasan atas makanan pada hotel Dafam Fortuna sebanyak 122 orang, diikuti oleh hotel Neo Malioboro sebanyak 100 orang, hotel Abadi sebanyak 53 orang.

Sedangkan banyaknya ulasan tamu per hotel terkait kepuasan terhadap keramahan pelayanan petugas baik saat *check in* dan *check out* serta pelayanan lainnya, terdapat tiga hotel yang memiliki ulasan keramahan terbanyak, yaitu hotel Dafam Fortuna, hotel Neo Malioboro dan hotel Abadi. Jumlah tamu yang memberikan ulasan kepuasan atas keramahan petugas pada hotel Dafam Fortuna sebanyak 93 orang, diikuti oleh hotel Abadi sebanyak 53 orang, dan hotel Neo Malioboro sebanyak 51 orang.

Selanjutnya dalam hal banyaknya ulasan tamu per hotel terkait kepuasan terhadap pelayanan kebersihan, terdapat tiga hotel yang memiliki ulasan kepuasan makanan terbanyak, yaitu hotel Dafam Fortuna, hotel Neo Malioboro dan hotel Abadi. Jumlah tamu yang memberikan ulasan kepuasan atas makanan pada hotel Dafam Fortuna sebanyak 88 orang, diikuti oleh hotel Neo Malioboro sebanyak 62 orang, hotel Abadi sebanyak 49 orang.

Berdasarkan penjelasan pada tabel 3 di atas dapat dijadikan sumber informasi bagi para calon tamu hotel sebelum memutuskan memilih hotel. Pelanggan dapat menentukan pilihan apakah dilihat dari sudut lokasi, keramahan, kebersihan, makanan dan fasilitas. Dengan adanya Traveloka maka pengguna hotel dapat dengan mudah mempelajari kelebihan dan kekurangan hotel yang akan dikunjungi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kehadiran situs Traveloka sebagai perusahaan *daring* dalam penyedia jasa perjalanan, sangat membantu dan mempermudah masyarakat yang memerlukan informasi hotel, dan ketika akan melakukan pemesanan hotel di lokasi yang akan dikunjungi, secara *on line*.
2. Pada situs Traveloka dapat diketahui *rating* kepuasan tamu setiap hotel yang menjadi sumber informasi yang sangat penting bagi calon tamu hotel sebelum menentukan pilihan hotel.

3. Rata-rata *rating* kepuasan pelayanan dari 10 hotel bintang tiga di area Malioboro Yogyakarta secara keseluruhan adalah 8,5 dengan predikat Sangat Baik.

4. *Rating* kepuasan tertinggi diraih hotel Neo Malioboro dengan *rating* 8,9 berdasarkan 2.864 ulasan tamu hotel, sedangkan hotel dengan *rating* kepuasan terendah tetapi masih berpredikat Sangat baik adalah hotel Mutiara dengan *rating* 8,2 berdasarkan 1.603 ulasan.

5. Berdasarkan porsi kepuasan pelayanan, ulasan tamu hotel berhubungan dengan lokasi hotel menempati porsi sebanyak 42,9%, keramahan staf hotel sebanyak 19%, kebersihan kamar serta perlengkapan kamar mandi sebanyak 17%, berhubungan dengan makanan baik yang berhubungan dengan sarapan pagi atau menu makanan sebanyak 19,2% dan berhubungan dengan kenyamanan sebanyak 2%. Berkaitan dengan data tersebut maka sebaiknya hotel yang memiliki jumlah ulasan di bawah 200 harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan baik dari sisi Keramahan staf, Kebersihan, Variasi Makanan dan Fasilitas yang menarik, sebab ini akan berdampak pada frekuensi kunjungan tamu hotel yang rendah. Dalam hal hotel yang memiliki ulasan di atas 200, sebaiknya terus mempertahankan kualitas pelayanan dan menambah fasilitas yang membuat tamu merasa lebih nyaman, sehingga kunjungan tamu bukan hanya fokus pada kepuasan lokasi yang memang sudah diuntungkan dekat dengan Malioboro, melainkan juga harus lebih ditingkatkan lagi penilaian kepuasan pada seluruh pelayanan yang ada pada hotel itu sendiri, sehingga tamu akan terus mengunjungi hotel tersebut. Dari sisi Tamu hotel, dengan adanya informasi yang disajikan Traveloka dapat menentukan pilihannya dengan lebih jelas, bukan hanya dari sisi harga saja melainkan juga dari layanan yang dibutuhkan. Pengguna jasa hotel dapat membaca ulasan yang disajikan secara lengkap sebelum menentukan pilihan yang terbaik. Satu ulasan yang nilainya rendah dari beberapa tamu hotel, belum tentu sesuai dengan kebutuhan tamu yang lain, sehingga penilaian buruk itu bisa ditoleransi, jika dinilai tidak menghambat kebutuhan utama para tamu yang akan mengunjungi hotel tersebut.

6. Ulasan tamu hotel pada situs Traveloka dapat dijadikan sumber informasi bagi para calon tamu hotel berikutnya, sebelum memutuskan memilih hotel yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Pelanggan dapat menentukan pilihan baik dari sudut lokasi, keramahan, kebersihan, makanan dan fasilitas. Dengan adanya Traveloka maka pengguna hotel dapat dengan mudah mempelajari kelebihan dan kekurangan hotel yang akan dikunjungi.

REFERENSI

Badu, Rizal (2016). *Service Excellence*. Jakarta. Kompas.

Gwee, James (2007). *Positive Business Ideas*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Haryono, Budi PM (2016). *How to Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta. Andi.

Martin, William B (2005). *Quality Customer Service*. Jakarta. PPM.

Moleong, Lexy J (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Rangkuti, Freddy (2017), *Customer Care Excellence*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.

Windasuri, Heria dan Susanti, Hyacintha (2016). *Excellent Service*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

PROFIL PENULIS:

Wangsit Supeno, SE, MM, lahir di Jakarta, saat ini aktif sebagai dosen tetap pada Program Studi Komputerisasi Akuntansi Akademi Manajemen dan Informatika (AMIK) BSI Jakarta.

Selain mengajar di kampus BSI Jakarta, saat ini saya sebagai seorang **Trainerpreneurship** dan juga menjadi Trainer Tamu untuk Pelatihan bidang BPR

pada **Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) Jakarta**.

Sebagai seorang pendidik dan trainer, saya memiliki Sertifikat Profesi dari **Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)** No.Reg. TRN 646-000033-2017.

Saya telah menulis e-book berjudul "**Motivasi Pribadi Berkarakter**", yang telah dipublikasikan pada website wangsitupeno.com.

Saya pernah mendapat sertifikat sebagai Penulis 29 Naskah Terbaik Kompetisi Esai Hut BSI ke 29 dengan sertifikat Nomor 608/5.05/BSI/III/2017.

Saya telah menulis jurnal ilmiah pada majalah kampus BSI Jakarta sebagai berikut; **Analisis Dampak Risiko Kredit Bermasalah terhadap Return on Asset pada Bank Perkreditan Rakyat** (Widyacipta Vol. VII No. 1 Maret 2015), **Analisis Program Pencegahan Tindak Pidana pencucian uang (Money laundering) studi kasus pada Bank Perkreditan Rakyat** (Widyacipta Vol. VIII No. 1 Maret 2016), **Analisis Penerapan Manajemen Risiko dalam Pencegahan Risiko Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat** (Widyacipta Vol. VIII No. 2 September 2016), **Analisis Prioritas Penanganan Kredit Bermasalah dalam Rangka Menyehatkan Kualitas Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat** (Widyacipta Vol. I No. 1 Maret 2017), **Analisis Kinerja Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Penyaluran Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat** (Moneter Vol. IV No. 2 Oktober 2017)

Dampak Media Sosial (*Facebook*) dan *Gadget* Terhadap Motivasi Belajar

Kartika Mariskhana

Manajemen Informatika, AMIK Bina Sarana Informatika

kartika.kma@bsi.ac.id

ABSTRACT

Mts Al Makmur Parungpanjang is the first junior high school to promote Islamic religious education and general knowledge. In MTs Al Makmur parungpanjang there is a phenomenon that concerns educators in schools and also parents where in the daily life of the wider community is well known ie social media (facebook) and gadgets. This study aims to test and analyze how big the impact of social media (facebook) and gadgets on student motivation in MTs Al-Makmur Parungpanjang. The survey method used in this study is by random sampling and calculate the questionnaire results that have been filled by students by using slovin formula, where there are population for class VIII as many as 202 students and from that number obtained sample of 135 students. The results showed that social media (facebook) and gadgets impact simultaneously on students' motivation in MTs Al Makmur parungpanjang. The conclusion of this research is social media (facebook) and gadget is electronic media which become means in obtaining various information, both in the interest of education and also outside of education. Social media (facebook) and gadgets also contribute to the formation of the mindset and behavior of students in learning activities and activities outside the school, so it can be the attention of the school to its students to see the pattern of increased or decreased student learning motivation, therefore the required power better efforts of the school and parents as supervisors of student activities in order to create a good generation.

Keywords: Social Media (facebook), Gadget and Student Motivation

I. PENDAHULUAN

Di zaman yang serba digital saat ini, perangkat elektronik sudah menjadi kebutuhan utama pada setiap lapisan masyarakat dan diberbagai bidang. Adanya media sosial (*facebook*) dan *gadget* yang hadir ditengah-tengah kehidupan masyarakat, menjadikan hal biasa dalam aktivitas sehari-hari. Pada penelitian ini, penulis mencari tahu seberapa besar dampak media sosial (*facebook*) dan *gadget* terhadap motivasi belajar siswa di MTs Al-Makmur Parungpanjang. Dengan adanya fenomena tersebut, terkait dengan keberadaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* dilingkungan siswa-siswi menjadi perhatian apakah dapat memberi dampak positif atau negatif bagi motivasi belajar siswa-siswi disekolah. Suatu keseriusan yang wajib juga menjadi perhatian bagi orang tua kepada putra-putri mereka untuk mengawasi penggunaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* secara bijak baik di dalam rumah maupun di luar rumah.

Dampak yang sangat merugikan bila keberadaan penggunaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* sebagai media informasi bagi siswa-siswi tidak diawasi dengan baik oleh orang tua. Kesalahan dalam pemahaman informasi yang diterima oleh siswa-siswi dapat berakibat buruk, salah satunya pada motivasi belajar siswa di dunia pendidikan. Dalam hal ini, sangat dibutuhkan pengawasan dan kerjasama orang tua untuk mendampingi putra-putri mereka dalam mengakses penggunaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* agar pengalagunaan media tersebut menjadi tepat sasaran atau tepat guna bagi putra-putri.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Media Sosial

Menurut Kango (2015) Media merupakan elemen penting yang menjadi pangkal dari perubahan sosial. Media dilihat sebagai kekuatan sosial dari luar yang masuk (atau dimasukkan) ke dalam situasi sosial tertentu dan mengakibatkan efek perubahan beruntun. Menurut Nasrullah (2016) Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan penggunaa mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Menurut Nasrullah (2016) Media sosial mempunyai karakteristik yaitu:

1. **Jaringan (*network*) Antar Pengguna**, Media sosial dapat terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet.
2. **Informasi (*Information*)**, Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Tak seperti media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan merepresentasi identitasnya, melakukan interaksi berdasarkan informasi, menjadi komoditas yang dikonsumsi antar pengguna.
3. **Interaksi**, Secara sederhana interkasi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda seperti jempol "*like*" di *facebook*. Contoh lain yaitu saling mempromosikan dan membagi perasaan terhadap informasi pengguna di *facebook*, pengguna juga bisa menandai teman-teman di jaringannya terhadap informasi tersebut.

4. **Penyebaran (Share/sharing)**, adalah komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru. Penyebaran menjadi penting dimedia sosial diantaranya upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada komunitas media sosial lainnya, menunjukkan posisi terhadap sebuah isu atau informasi yang disebar, konten yang disebar merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap. Mulai dari media berita online, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internet pun menggunakan tombol “share” di laman mereka.

Salah satu media sosial yang akan dibahas kali ini adalah *Facebook*. Menurut Ketut Sukemi dkk (2015) *Facebook* merupakan salah satu jaringan sosial dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia.

Jaringan *Facebook* juga membuat para pengguna berfikir untuk memanfaatkannya tidak hanya mengunggah foto, memperbaharui status tetapi orang yang ingin mencari keuntungan seperti membuat website bisnis secara online, pendidikan hingga kriminalitas. *Facebook* juga memiliki dampak negatif seperti penipuan, penculikan bahkan sampai pembunuhan.

B. Gadget

Menurut Kuncoro (2009) *Gadget* adalah sebuah fitur berteknologi tinggi. *Gadget* juga adalah sebuah piranti atau instrument yang memiliki tujuan dan fungsi praktis spesifik yang berguna dan umumnya diberikan terhadap sesuatu yang baru. Keberadaan *gadget* memberi pengaruh positif dan negatif, salah satu faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain, Efendi (2013):

1. Menambah pengetahuan, dengan menggunakan *gadget* yang berteknologi canggih, anak-anak dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi mengenai tugas sekolah.
2. Melatih kreativitas siswa, kemajuan teknologi telah menciptakan beragam permainan yang kreatif dan menantang. Banyak anak yang termasuk ADHD (*attention deficit hyperactivity disorder*) dimana ini merupakan gangguan perkembangan dalam peningkatan aktivitas motorik anak-anak diuntungkan oleh permainan yang memiliki daya kreativitas tinggi terdapat di *gadget*.
3. Mengganggu konsentrasi belajar, *Gadget* memiliki fitur-fitur yang canggih seperti kamera, video, *games*, dll. Fitur-fitur tersebut dapat mengganggu proses pembelajaran disekolah ketika proses belajar berlangsung.
4. Mempengaruhi perilaku siswa, Kemajuan teknologi berpotensi membuat anak cepat puas dengan pengetahuan yang diperolehnya sehingga menganggap apa yang didapatnya dari internet atau teknologi adalah pengetahuan terlengkap dan final.

C. Motivasi Belajar

Menurut Jariswandana (2012) Motivasi berasal dari kata “motif” yang berarti daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi dapat dikatakan sebagai suatu perubahan energi dari dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *feeling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Menurut Uno (Hendrayana, 2014) motivasi adalah dorongan internal dan eksternal pada siswa-siswa yang sedang belajar untuk mengadakan perubahan tingkah laku.

Belajar menurut Saekhan Muchith (Handika, 2011) adalah suatu proses yang menitikberatkan proses penggunaan ingatan, retensi, pengolahan informasi dan aspek-aspek yang bersifat intelektualitas lainnya.

Menurut Uno (2015) Indikator dari motivasi belajar adalah Adanya hasrat dan keinginan berhasil, adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar, adanya harapan dan cita-cita masa depan, adanya penghargaan dalam belajar, Adanya lingkungan belajar yang kondusif, sehingga memungkinkan seseorang siswa dapat belajar dengan baik.

Berdasarkan pada persoalan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode riset kuantitatif yang dijelaskan oleh Sugiono (2008) dikenal sebagai metode penelitian sebagai cara yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode yang digunakan ini untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pada penelitian ini, penulis dalam teknik pengambilan sampel dilakukan dengan perhitungan teknik sampel yang terdapat di lokasi penelitian yakni MTs Al Makmur Parungpanjang. Pengumpulan data kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menghindari kesalahan dalam mengartikan variabel yang dianalisis, perlu dijelaskan definisi operasional masing-masing variabel itu.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel Konsep	Dimensi	Indikator
Media Sosial (facebook)	1. Jaringan 2. Informasi 3. Interkasi 4. Alokasi waktu penggunaan facebook	1. Siswa dapat berteman dengan siapa saja 2. Siswa dapat melakukan komunikasi dengan menggunakan facebook 3. Siswa dapat memberikan informasi yang terbaru melalui facebook 4. Siswa dapat berinteraksi dengan pengguna facebook lainnya 5. Siswa dapat menggunakan facebook pada waktu luang
<i>Gadget</i>	1. Menambah pengetahuan	1. <i>Gadget</i> memberi kemudahan memperoleh

X2	2. Melatih kreativitas siswa 3. Mengganggu konsentrasi belajar 4. Mempengaruhi perilaku siswa	informasi pelajaran 2. <i>Gadget</i> dapat melatih kreativitas anak dalam belajar 3. <i>Gadget</i> mengganggu konsentrasi belajar anak 4. <i>Gadget</i> mempengaruhi perilaku anak disekolah 5. <i>Gadget</i> mempengaruhi perilaku anak dirumah
Motivasi Belajar	1. Faktor yang mempengaruhi motivasi belajar siswa	1. Siswa memiliki hasrat dan keinginan berhasil 2. Siswa memiliki dorongan dan kebutuhan dalam belajar 3. Siswa memiliki harapan dan cita-cita masa depan 4. Siswa memiliki penghargaan dalam belajar 5. Siswa memiliki lingkungan yang kondusif sehingga dapat belajar dengan baik.
Y		

Sumber: (Mariskhana, 2018)

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu kuesioner. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur yang bisa langsung memberikan hasil ukur atau dengan diturunkan menggunakan formula matematik yang sesuai dengan variabel yang terlibat dalam pembahasan.

Kuesioner merupakan sebuah format angket yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh berbagai informasi dari responden. Hasil kuisisioner ini yang akan diangkakan (kuantitatif) dan di analisis secara statistik untuk menarik kesimpulan penelitian. Tujuannya agar untuk memperoleh informasi relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Hal yang diperhatikan oleh penulis dalam menyusun kuisisioner yaitu pernyataan yang sesuai dengan hipotesa dan tujuan penelitian.

D. Metode Analisis

Sebelum dilakukan analisis terhadap indikator yang digunakan, dalam penelitian ini penulis terlebih dahulu dilakukan uji instrument untuk mengukur validitas dan reliabilitas atas instrument media sosial (*facebook*), *gadget* dan motivasi belajar yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

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

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

ΣX = Jumlah pengamatan variabel

ΣY = Jumlah pengamatan variabel Y

ΣXY = Jumlah hasil kali variabel X dengan variabel Y

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur. Alat ukur yang valid berarti memiliki validitas yang tinggi dan untuk menguji validitas, dapat digunakan rumus *Pearson Product Moment* (PPM) dengan menggunakan program SPSS versi 24 *for Windows*. Dengan ketentuan jika r hitung > r tabel, maka dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Untuk menguji reliabilitas, dapat menggunakan rumus Alpha Cronchbanch, jika nilai Alpha > 0.60 maka kontruk pernyataan dengan menggunakan program SPSS versi 24 *for Windows* dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi data variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menguji normal atau tidaknya suatu data, dapat menggunakan rumus Kolmogorov smirnov dengan menggunakan program SPSS Versi 24 *for Windows*. Dengan ketentuan jika probabilitas Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi yang erat satu sama lain. Deteksi terhadap gangguan multikolinieritas adalah dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* dengan program SPSS versi 24 *for Windows*. Jika nilai VIF dan juga *tolerance* berkisar 1 (dibulatkan dengan pembulatan terbaik menghasilkan 1) maka model regresi tidak mengalami 59 gangguan multikolinieritas. Sedangkan sebaliknya Jika nilai VIF dan juga *tolerance* tidak berkisar 1 (dibulatkan dengan pembulatan terbaik tidak menghasilkan 1) maka model regresi mengalami gangguan multikolinieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

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

6. Uji Hipotesis

Hipotesis Nol

H₀₁ : Tidak ada dampak media sosial (*facebook*) terhadap motivasi belajar

- Ho2 :Tidak ada pdampak *gadget* terhadap motivasi belajar
Ho3 :Tidak ada dampak media sosial (*facebook*) dan *gadget* terhadap motivasi belajar

Hipotesis Alternatif

- Ha1 :Ada dampak media sosial (*facebook*) terhadap motivasi belajar
Ha2 :Ada dampak *gadget* terhadap motivasi belajar
Ha3 :Ada dampak media sosial (*facebook*) dan *gadget* terhadap motivasi belajar

7. Uji Simultan (Uji F)

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

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

Keterangan :

- R² : koefisien determinasi
k : jumlah variabel bebas
n : jumlah sampel

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

8. Uji Parsial (Uji T)

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

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

Keterangan :

- t : t hitung
β : Nilai 0
sb : *Standard error of regression coefficient*
b : Koefisien regresi

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

9. Analisa Korelasi Antar Dimensi

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

No	Interval Koofisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-3,99	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1.00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Pada Tabel 3, hasil uji validitas dari masing-masing dimensi diperoleh nilai r hitung > dari r tabel, dimana nilai r tabel yaitu 0,167. Jadi dapat diartikan bahwa dimensi dari data yang diperoleh bernilai valid. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir1	53.61	55.880	.259	.290
butir2	55.73	52.499	.273	.112
butir3	53.73	54.051	.397	.551
butir4	53.77	53.238	.434	.502
butir5	53.52	53.595	.442	.450
butir6	53.50	53.864	.415	.287
butir7	54.12	48.150	.555	.426
butir8	55.12	46.628	.543	.457
butir9	53.81	54.410	.277	.237
butir10	54.24	47.928	.527	.429
butir11	53.17	56.008	.405	.243
butir12	53.49	53.685	.438	.278
butir13	54.56	47.428	.519	.420
butir14	53.24	56.679	.291	.167
butir15	54.85	50.217	.484	.328

Sumber : (Mariskhana, 2018)

2. Uji Reliabilitas

Pada Tabel 4, hasil uji reliabilitas terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,800 jadi nilai tersebut lebih besar dari 0,60, maka dapat diartikan bahwa data yang diperoleh reliabel. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,800	15

Sumber : (Mariskhana, 2018)

3. Uji Normalitas

Pada Tabel 5, hasil uji normalitas menunjukkan nilai Sig lebih besar dari 0,05 yaitu 0,20. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa data yang diolah telah terdistribusi normal, hal ini membuktikan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini dapat dilihat pada tabel dibawah :

<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>		135
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.06316496
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.063
	<i>Positive</i>	.036
	<i>Negative</i>	-.063
<i>Test Statistic</i>		.063
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

sumber: (Mariskhana, 2018)

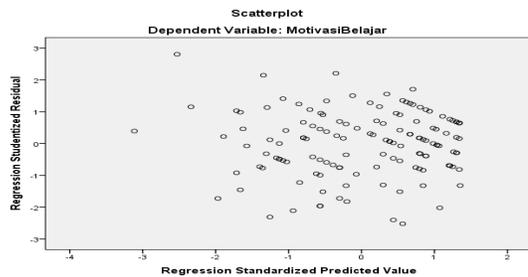
4. Uji Heterokedastisitas

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

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	Constant	8.807	1.302	6.766	.000
	Media Sosial	.169	.068	.171	2.477
	Gadget	.434	.051	.593	8.564

a. *Dependent Variable:* motivasi belajar



Sumber : (Mariskhana, 2018)

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

5. Uji Multikolinearitas

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

Table 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta		Tolerance			
	8.807	1.302		6.766	0,000			
1	media sosial	.169	.068	.171	2.477	.015	.858	1.166
	gadget	.434	.051	.593	8.564	.000	.858	1.166

a. *Dependent Variable:* motivasi belajar

Sumber : (Mariskhana, 2018)

6. Uji T

Pada Tabel 8, terdapat hasil dari uji T atau uji secara parsial bahwa variabel media sosial (*facebook*) berdampak secara parsial terhadap motivasi belajar siswa karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,477 > 1,977. Atau nilai Sig lebih 0,005 yaitu 0,015 < 0,05. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8.807	1.302	6.766	0,000
1	Mediasosial	.169	.068	.171	2.477
	gadget	.434	.051	.593	8.564

a. *Dependent Variable:* motivasi belajar

Sumber : (Mariskhana, 2018)

7. Uji F

Pada Tabel 9, hasil dari uji F atau uji simultan terdapat nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 55,681 > 2,67 maka dapat diartikan bahwa variabel media sosial (*facebook*) dan *gadget* berdampak secara simultan terhadap motivasi belajar. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
	Regression	481.209	2	240.604	55.681	.000 ^b
1	Residual	570.391	132	4.321		
	Total	1051.600	134			

a. *Dependent Variable:* motivasi belajar

b. Predictors: (Constant), *Gadget*, *Media Sosial*

Sumber : (Mariskhana, 2018)

8. Uji Linear Berganda

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

$$Y = 8,807 + 0,169 X_1 + 0,434 X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat diartikan bahwa kedua nilai koefisien regresi, nilai X2 yaitu variabel *gadget* memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai X1 yaitu variabel media sosial (*facebook*). Nilai koefisien regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 10. Hasil Uji Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8.807	1.302	6.766	0,000
1	mediasosial	.169	.068	.171	2.477
	gadget	.434	.051	.593	8.564

a. *Dependent Variable:* motivasi belajar

Sumber : (Mariskhana, 2018)

Pada Tabel 10, dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *gadget* sebesar 0,434 lebih besar dari variabel *media sosial* yaitu sebesar 0,169. Dalam penelitian ini, berdasarkan pernyataan diatas bahwa variabel *gadget* memberi dampak besar dalam pembentukan cara berpikir dan berperilaku siswa dalam kegiatan belajar sehingga apa yang siswa

tangkap secara audio visual dapat otomatis terekam didalam pikiran mereka tanpa sadar. Hal tersebut mengakibatkan hal positif jika informasi dari *gadget* memberikan aplikasi yang bersifat edukatif dan membangun kreativitas, begitu pula sebaliknya jika aplikasi mengandung hal negative misalnya seperti kekerasan atau pornografi maka hal yang didapat pun akan merugikan bagi si siswa.

9. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa nilai R pada hasil pengolahan data sebesar 0,458. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel media sosial (*facebook*) dan variabel *gadget* memberi dampak terhadap motivasi belajar anak sebesar 45% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.458	.449	2.079

a. Predictors: (Constant), *Gadget*, MediaSosial

b. Dependent Variable: motivasi belajar

Sumber : (Mariskhana, 2018)

IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai dampak variabel media sosial (*facebook*) dan *gadget* terhadap motivasi belajar dengan menggunakan regresi linear berganda, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Media Sosial (*facebook*) berdampak secara parsial terhadap motivasi belajar siswa di MTs AL-Makmur Parungpanjang.
2. *Gadget* berdampak secara parsial terhadap motivasi belajar siswa di MTs- Al-Makmur Parungpanjang.
3. Media Sosial dan *gadget* berdampak secara simultan terhadap motivasi belajar siswa di MTs- Al-Makmur Parungpanjang.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dan rumusan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan bahwa media sosial (*facebook*) dan *gadget* berdampak terhadap motivasi belajar siswa dan ada beberapa faktor yang harus diperhatikan bagi orang tua dan tenaga pengajar diantaranya penggunaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* yang diluar pengawasan orang tua akan mengarahkan siswa ke resiko penggunaan secara berlebihan yang akan menimbulkan sifat kecanduan atau *addicted*. Akan tetapi jika keberadaan media sosial (*facebook*) dan *gadget* dapat dihadapi dengan penggunaan yang bijak oleh siswa maka media sosial (*facebook*) dan *gadget* dapat memberi dampak positif guna meningkatkan kreativitas serta memberi kemudahan untuk memperoleh informasi.

REFERENSI

- Andries, Kango. (2015). Media dan Perubahan Sosial Budaya. Farabi Vol 12 nomer 1. IAIN Sultan Amai Gorontalo.
- Handika, Jefry. (2011). Upaya Peningkatan Kreatifitas Mahasiswa dalam Pembelajaran Melalui Metode Presentasi Kelas. Jurnal Pendidikan 3(1): 3-16.
- Hendrayana, Angga Sucitra. (2014). Motivasi Belajar Kemandirian Pelajar dan Prestasi Belajar Mahasiswa Beasiswa Bidikmisi di UPBJJ UT. Bandung: Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh 15(2): 81-87.
- Jariswandana, Ladeni. (2012). Meningkatkan Motivasi Belajar Matematika Siswa dengan Model Pembelajaran Kooperatif tipe *Think Talk Write*: Jurnal Pendidikan Matematika 1(1): 81-86-16
- Kuncoro, eri dkk. (2009). *Life on blackberry*. Yogyakarta: Multikom
- Mariskhana, K. (2018). Laporan Akhir Penelitian Judul Dampak Media Sosial dan *Gadget* Terhadap Motivasi Belajar. Tangerang.
- Muhroji. (2004). Manajemen Pendidikan. Surakarta: UMS Press.
- Nasrullah, Rulli. (2016). Media Sosial. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pervin, Lawrence. (2012). *Personality :Theory and Research* Edisi 10, Buku 2. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sagala, Syaiful. (2010). Konsep dan Makna Pembelajaran. Bandung : Alfabta.
- Sugiono. (2008). Statistik untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sukemi, dkk. (2015). Korelasi antara Perilaku Penggunaan Media Sosial "*Facebook*" dan Minat Belajar TIK Terhadap Kreativitas Belajar dan Prestasi Belajar TIK siswa di SMAN 1 Sawan Pada Semester Ganjil Karmapati. Universitas Pendidikan Ganesha Singoraja : Bali. Vol 4 No.4
- Syamsudin, Abin. (2009). Psikologi Kependidikan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Uno, Hamzah B. (2015). Teori Motivasi dan Pengukurannya (Analisis di Bidang Pendidikan). Jakarta: Bumi Aksara.

Mengharmoniskan Hubungan Pelanggan Dengan Karyawan Melalui Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Kinerja PDAM Wilayah Kota Bekasi

Kurniawan Prambudi Utomo

Program Studi Manajemen Informatika

AMIK BSI Bekasi

Email: kurniawan.kpu@bsi.ac.id

Abstract - This study aims to analyze the influence of the sense of service quality, on the performance of PDAM Bekasi branch. This study aims to determine the effect of reliability, competence, responsive, accesbility and tangible of variables that exist in PDAM Kota Bekasi. The approach used in this research is survey and the type of research is descriptive quantitative. data collection technique by interview, circulate questionnaire to sample used is accident sampling method, sample in this research is 30 respondents and this research conducted during September-November 2017, to test hypothesis used multiple regression by doing assumption test of classical and variable dominant has a significant influence is reliability. Each the influence of variable reliability, competence, responsive, accesbility and tangible to performance is big enough that shows positive and significant value and coefficient value of deterininasi r square) obtained positive and signficant, this means that there are the independent variable is able to explain the dependent variable.

keywords: *reliability, competence, responsiveness, tangible, performance.*

I. PENDAHULUAN

Semua Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Daerah (BUMD) harus mampu bersaing dalam menjawab tantangan era globalisasi, tentang peningkatan kualitas/mutu dan akses yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, mengingat peran BUMN/D dalam membantu peran pemerintah mewujudkan pelayanan publik yang efektif dan efisien karena pelayanan merupakan bagian dari kerja yang harus sesuai dilakukan secara efektif dan efisien kerja itu sendiri, artinya inti dari persepsi yang dibentuk oleh pelanggan atau konsumen dalam mencapai tingkat kepuasan kerja terhadap kebutuhan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Kotler, 2011) dengan tingkat yang telah efektif dan efisien akan menghasilkan kualitas layanan yang baik yaitu dalam bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang telah dipersepsikan (*perceived service*) sebelumnya, untuk mencapai hal tersebut (Lupiyoadi, 2011), menjelaskan hal tentang kualitas yaitu setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan, sedangkan syarat mencapai kualitas tersebut menurut (Tjiptono, 2007), mengidentifikasi dalam buku Fandi mengemukakan sebagai berikut:

- a. Realibilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*).
- b. Responssivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
- c. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

- d. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak.
- e. Kesopanan (*courtesy*) meliputi sikap santun respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, *bell person, teller bank*, dan lain lain).
- f. Komunikasi, artinya penyampaian informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- g. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).
- h. Keamanan (*security*) yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu – ragan.
- i. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.
- j. Bukti fisik, (*tangibles*) meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

Sejalan dengan operasional PDAM, sebuah BUMD yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Bekasi berupaya meningkatkan kualitas dan mutu secara efektif dan efisien, mengingat masyarakat sangat membutuhkan pengelolaan air bersih dan sehat, selain itu untuk mewujudkan hal diatas, pengelola atau manajemen dituntut untuk memperhatikan tingkat kesejakteraan petugas/sumber daya manusia atau pegawai, dengan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan seperti uang, peralatan atau mesin, metode serta

bahan baku dapat dimanfaatkan sehingga dapat berguna bagi perusahaan harus dilakukan dan dimanfaatkan secara optimal, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai dimana kepuasan tersebut merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang telah dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2011).

Pihak manajemen PDAM, selain memperhatikan kepuasan pelanggan, dituntut juga memperhatikan sumber daya manusia atau karyawan dalam hal ini yang telah mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam menentukan mutu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yang mempunyai tugas melayani konsumen, perusahaan PDAM Kota Bekasi dalam operasionalnya lebih melayani kurang lebih 30 konsumen dalam sehari, namun akhir-akhir ini ada beberapa laporan evaluasi terkait kinerja petugas yang belum maksimal dalam kerjanya, mulai dari kepedulian (*reliability*) kompetensi (*competence*), keramahan (*responsive*), keramahan (*accessibility dan tangible*).

Menurut observasi pengamatan sementara pada jenis *reliability, competence, responsive, accessibility dan tangible* pada kualitas pelayanan petugas kinerja PDAM Kota Bekasi yang dilakukan diduga terdapat beberapa masalah dalam hal pelayanan diantaranya terlihat bahwa masih adanya petugas dalam melayani belum melakukan hal tersebut diatas, hal inilah yang menunjukkan indikasi adanya keluhan/complain dari pelanggan/masyarakat selalu pengguna jasa air minum milik Pemerintah Kota Bekasi tersebut, selain itu juga terdapat keluhan dari petugas tentang belum memadainya sarana dan prasarana informasi pengelolaan air minum di Kota Bekasi tersebut, sehingga dikhawatirkan pelayanan public dan kinerja tentang jasa kualitas yang dinikmati belum maksimal, dimana suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan

atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu tidak tercapai (Hasibuan, 2011), yang pada akhirnya akan mengubah kebijakan pihak manajemen dapat melakukan peningkatan jasa kualitas pelayanan air minum yang efektif, efisien, sehat, aman dan terus memperbaiki kinerja secara berkelanjutan dimasa yang akan datang.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara mengadakan observasi pengamatan langsung di instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder penulis mengadakan pengamatan langsung pada PDAM Cabang Bekasi lalu dilanjutkan dengan metode wawancara dengan melakukan tanya jawab langsung, adapun jenis data yang digunakan adalah dengan teknik dokumentasi dengan pengumpulan data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti teknik terakhir yaitu dengan studi kepustakaan (*library research*) dengan cara menghimpun teori-teori, dan literatur lainnya yang dijadikan sebagai landasan teoritis. Metode penelitian ini berbasis pada metode *Accident Sampling Method*, sampel penelitian ini berjumlah 30 orang responden dengan menggunakan analisa data yang memakai analisis regresi sederhana dengan SPSS serta skala likert bahwa dengan analisis kuantitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Rekapitulasi Responden

Analisis dan pembahasan Penelitian ini diawali dengan penyebaran kuesioner kepada para 30 responden untuk mengetahui variabel (*reliability, competence, responsive, accessibility dan tangible*) kualitas pelayanan yang diberikan petugas PDAM Kota Bekasi. Hasil penyebaran kuesioner disajikan dalam bentuk tabel dan gambar serta tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Tingkat Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Nilai	Keterangan
1	Reliability/Kesungguhan		
	a. Bagaimana perhatian petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	3.96	Cukup
	b. Bagaimana kecepatan dan ketepatan petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	3.90	Cukup
2	Competence/Ketrampilan		
	a. Bagaimana ketrampilan Petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	3.96	Cukup
	b. Bagaimana Pengetahuan Petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	4.03	Baik
3	Courtesy and Responsiveness/Ramah dan Peduli		
	a. Bagaimana keramahan dan keakraban petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	4.00	Baik
	b. Bagaimana sikap dan tegur sapa petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	3.66	Cukup
4	Accessability/Kemudahan		

	a. Bagaimana kemudahan memperoleh informasi dari petugas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minu (PDAM)?	3.86	Cukup
	b. Bagaimana kecukupan jumlah petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)?	4.16	Baik
5	Tangible Services/Pelayanan Berwujud		
	a. Bagaimana kebersihan, kerapihan serta kenyamanan di ruang tunggu pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)?	4.06	Baik
	b. Bagaimana Penataan Eksterior Dan Interior Ruang Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)?	4.20	Baik
	c.		
	Rata-rata	3.966	

Sumber: data diolah, (2017)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa untuk membangun rasa kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Bekasi diperoleh dengan keterangan terdapat responden yang menyatakan ragu-ragu lima pernyataan yang

nilainya dibawa 4.00 sedangkan lima pernyataan nilai diatas 4.00, hal ini dapat memberikan kesimpulan bawa membangun rasa kualitas petugas PDAM Kota Bekasi cukup sesuai dengan standar pelayanan.

Tabel 2. Rekapitulasi Kinerja

No	Pertanyaan	Nilai	Keterangan
1	Reliability (Komitmen dan Kesungguhan Melayani)	3.73	Cukup
2	Competence (Ketrampilan dan Penguasaan Tugas Pekerjaan untuk Melayani)	4.16	Baik
3	Courtesy and Responsiveness (Sikap Ramah dan Kepedulian Petugas)	4.33	Baik
4	Accesibility (Kemudahan untuk Mendapatkan Layanan)	4.20	Baik
5	Tangible Services (Pelayanan Berwujud)	4.06	Baik
	Rata-rata	4.096	

Sumber: data diolah, (2017)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa untuk kinerja pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Bekasi diperoleh menarik karena empat pernyataan berada pada nilai diatas 4.00 sedangkan satu pernyataan berada dibawah 4.00, hal ini dapat menyimpulkan bahwa kinerja petugas PDAM telah baik dalam melakukan pekerjaan melayani pelanggan.

3.2.1. Pengujian Regresi Berganda

Penelitian ini akan menggunakan uji regresi dan uji asumsi klasik dalam mengatasi permasalahan data, dalam uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Berikut hasil olahan penelitian variabel kualitas pelayanan teradap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi, seperti pada tabel berikut:

3.2. Pengujian Data

Tabel 3. Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.447	4.611		2.916	.008		
	Reliability	.169	.299	.116	.566	.577	.912	1.097
	Competence	.379	.340	.226	1.115	.277	.929	1.076
	Responsive	.130	.222	.125	.588	.562	.851	1.175
	Accesibility	.127	.253	.106	.502	.620	.857	1.167
	Tangible	.085	.380	.047	.224	.825	.867	1.154

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: data diolah, (2017)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi linier diatas dapat dibuat persamaannya sebagai berikut $Y = 13.447 + 0.169X_1 + 0.379X_2 + 0.130X_3 + 0.127X_4 + 0.085X_5$ bahwa pengaruh variabel

reliability, competence, responsive, accesibility dan tangible terhadap kinerja cukup besar yaitu menunjukkan nilai positif dan signifikan hal ini menunjukkan bahwa rasa kualitas pelayanan

(*reliability, competence, responsive, accesbility dan tangible*) terhadap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi begitu besar, sehingga hal ini perlu mendapat perhatian lebih jauh dari pihak manajemen.

Melalui *model summary* analisis regresi ini hasil pengujian data maka tersaji informasi mengenai hubungan di antara variabel kualitas pelayanan teradap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi, berikut rekapitulasi analisis R dan R Square

Tabel 4. Rekapitulasi Analisis R dan R square Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.751	.015	.93727

a. Predictors: (Constant), Accesbility, Reliability, Competence, Responsive

Sumber: data diolah, (2017)

Keterangan

Berdasarkan data-data pada tabel 2 diketahui nilai R= 0.839 hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas mempunyai hubungan yang kuat karena mendekati nilai angka 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. R= 0,839 artinya bahwa variabel bebas yang diamati mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel terikatnya.
2. R-square sebesar 0,751 yang berarti 75,1% variabel bebas mampu menjelaskan terhadap variabel terikatnya sedangkan 24,9% dipengaruhi

variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti tingkat persaingan, potongan harga dan sebagainya.

3.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi *pearson validity* dengan teknik *product moment* yaitu skor tiap item dikorelasikan dengan skor total. Uji validitas ini menggunakan program SPSS *for windows* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R tabel	Keterangan
Reability	0,386	0,339	Valid
Competence	0,570	0,339	Valid
Responsive	0,495	0,339	Valid
Accebility	0,355	0,339	Valid
Tangible	0,676	0,339	Valid

Sumber: data diolah, (2017)

Berdasarkan tabel 5, penulis dapat menyimpulkan diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik yaitu r-hitung > dari r-tabel (Ghozali, 2006), dalam variabel independen ini seperti *reliability, competence, responsive, accesbility dan tangible* lebih besar terhadap variabel independen yaitu variabel kinerja, sehingga pengujian validitas ini dilakukan dengan *pearson*

validity dengan membandingkan r hitung dengan r tabel sehingga hasil perhitungan diketahui bahwa r hitung dari masing-masing variabel lebih besar daripada r tabel sehingga data yang digunakan, dan data dinyatakan valid.

Pada pengujian realibilitas, diketahui bahwa hasil pengujian SPSS *for windows* dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r-hitung	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
Reability	0.665	0.60	Reliable
Competence	0.612	0.60	Reliable
Responsive	0.620	0.60	Reliable
Accebility	0.610	0.60	Reliable
Tangible	0.615	0.60	Reliable

Sumber : data diolah, (2017)

Berdasarkan tabel 6, penulis dapat menyimpulkan diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen *reliability, competence, responsive, accesbility dan*

tangible maupun variabel dependen kinerja petugas penelitian ini dinyatakan reliable karena memenuhi syarat yang ditetapkan yaitu memiliki nilai r-hitung

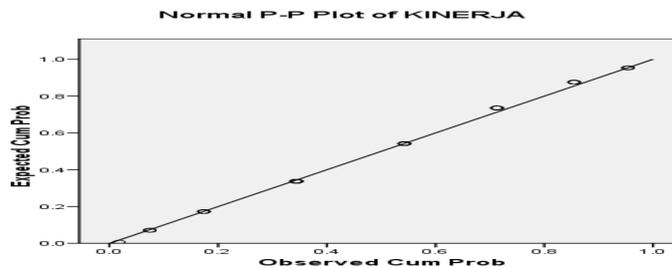
> Cronbach Alpha (α) lebih besar daripada 0,60 (Ghozali. 2006).

3.2.3. Hasil Pengujian Data

A. Uji Kenormalan

Menurut Santosa dan Ashari, (2005) uji kenormalan merupakan pengujian tentang kenormalan suatu distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang

paling banyak untuk analisis statistik parametrik. Pengujian uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data perlu menggunakan grafik distribusi grafik PP Plots, berikut gambar disajikan:



Gambar 1. PP Plots

Suatu data akan terdistribusi secara normal jika nilai propabilitas yang diharapkan adalah sama dengan nilai propabilitas pengamatan. Pada grafik PP Plots diatas, kesamaan antara nilai propabilitas harapan dan propabilitas pengamatan ditunjukkan dengan

garis diagonal yang merupakan perpotongan antara garis propabilitas harapan dan propabilitas pengamatan. Dari grafik terlihat bahwa nilai Plot PP terletak di sekitar garis diagonal, berikut disajikan tabel uji kenormalan data berikut:

Tabel 7. Uji Kenormalan Data

		Reliability	Competence	Responsive	Accebility	Tangible
N		30	30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	21.1	15.2	16.2	16.2	16.5
	Std. Deviation	3.26	4.13	3.75	3.66	3.76
Most Differences	Extreme Absolute	.095	.100	.119	.131	.120
	Positive	.068	.084	.084	.119	.090
	Negative	-.090	-.100	-.111	-.130	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		.617	.649	.768	.849	.777
Asymp. Sig. (2-tailed)		.640	.792	.596	.466	.581

Sumber: data diolah, (2017)

Dari table di atas diperoleh angka propabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tile)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi

atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji normalitas Data dengan Kolmogorov Smirnov

NO	Variabel	Nilai Asymp. Sig (2-tailed)	Taraf Signifikansi	Keterangan
1	Realibility	0,640	0,05	Normal
2	Competence	0,792	0,05	Normal
3	Responsive	0,596	0,05	Normal
4	Accebility	0,466	0,05	Normal
5	Tangible	0,581	0,05	Normal

Sumber: data diolah, (2017)

dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. atau signifikansi atau nilai propabilitas < 0,05,

distribusi data adalah tidak normal dan nilai Sig. atau signifikansi atau nilai propabilitas > 0,05, distribusi data adalah normal.

B. Uji Multikolinearitas

Dalam uji asumsi klasik lainnya, seperti uji multikolinearitas, yaitu uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi

ada interkolerasi atau kolinearitas variabel bebas dengan menggunakan model regresi, sesuai pendapat (Ghozali, 2006), apabila hasil perhitungan nilai tolerance > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), berikut tabel 3 yang menunjukkan uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.447	4.611		2.916	.008		
	Reliability	.169	.299	.116	.566	.577	.912	1.097
	Competence	.379	.340	.226	1.115	.277	.929	1.076
	Responsive	.130	.222	.125	.588	.562	.851	1.175
	Accesbility	.127	.253	.106	.502	.620	.857	1.167
	Tangible	.085	.380	.047	.224	.825	.867	1.154

a. Dependent Variable: Kinerja

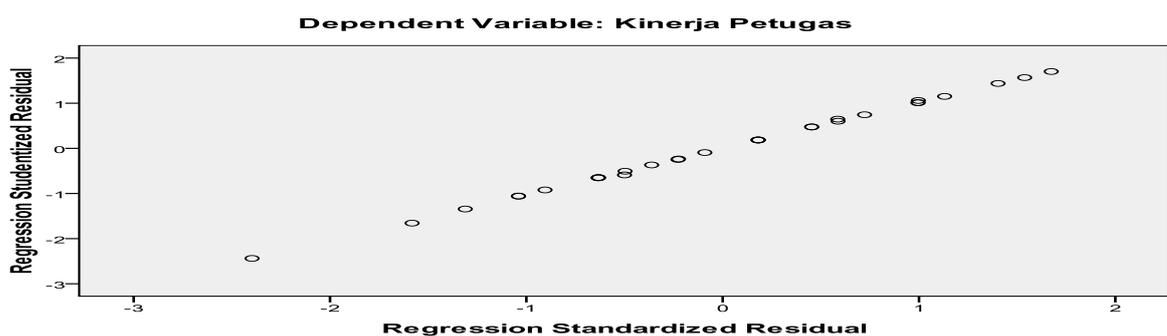
Sumber: data diolah, (2017)

Dalam tabel statistik, menurut (Sugiyono, 2006), mengatakan bahwa variabel penelitian dapat di bandingkan dengan nilai *tolerance* nya, dalam penelitian ini bahwa variabel persepsi mempunyai nilai tolerance sebesar 1.097 lebih besar dari > 0,1 dan nilai VIF sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala multikolieritas atau di dalam persamaan model diatas terdapat pengaruh *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible* yang diberikan terhadap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi.

C. Uji Heterokedoksitas

Berikutnya penelitian ini menggunakan uji heterokedoksitas, yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual atau sisa satu pengamatan ke pengamatan yang lain, namun variabel lain dianggap tetap, jika hasil menyatakan sama maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas (Sugiyono, 2006), berikut hasil pengamatan penelitian.

Scatterplot



Gambar 2. Uji Heterokedoksitas

Hasil penelelitian uji heterokedstisitas dari gambar diatas terlihat bahwa penyebaran residual adalah teratur. Hal tersebut dapat dilihat dari *plot* yang terpecah dan membentuk pola tertentu atau garis lurus mengikuti pola kanan keatas yang berarti bahwa beberapa variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible* searah dan mempunyai nilai positif, dalam posisi gambar dapat dikatakan berada di kuadran satu sehingga arah dapat ditentukan bersama walaupun ada beberapa variabel lain yang terkait seperti kredibilitas,

komunikasi, keamanan kerja dan lain sebagainya yang tidak dimasukan dalam penelitian ini, namun variabel yang dimasukan dalam penelitian ini dapat mewakili dan mampu menganalisis tingkat kinerja petugas PDAM Kota Bekasi. Hasil penelitian gambar diatas dapat kesimpulan bahwa terjadi gejala heterokedastisitas yang berarti bahwa terjadi pengaruh signifikansi antara kualitas pelayanan berupa *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible* yang diberikan oleh kinerja petugas PDAM Kota Bekasi, sebaliknya gambar

tersebut tidak menunjukkan homokedoksitas artinya terdapat satu gejala yang mempengaruhi sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan ketahapan berikutnya.

D. Uji Autokorelasi

Dalam uji ini pengujian asumsi ini dilakukan dengan melakukan regresi di mana variable dependen tidak berkorelasi dengan variabel sendiri, artinya bahwa nilai dari variable dependen tidak berhubungan dengan nilai variable sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi

kita menggunakan uji Durbin-Waston (DW). Uji ini menghasilkan nilai DW hitung (d) dan nilai DW table. Aturan pengujianya adalah:

- $d < d_L$: Terjadi masalah autokorelasi yang positif yang perlu perbaikan
- $d_L < d < d_U$: Ada masalah autokorelasi positif tetapi lemah, di mana perbaikan akan lebih baik.
- $d_U < d < 4 - d_U$: Tidak ada masalah autokorelasi
- $4 - d_U < d < 4 - d_L$: Masalah autokorelasi lemah, di mana dengan perbaikan akan lebih baik.
- $4 - d_L < d$: Masalah autokorelasi serius.

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.802 ^a	.644	.583	2.46994	1.276

a. Predictors: (Constant), reliability, competence, responsive, accesbility, tangible

b. Dependent Variable: kinerja

Dari hasil uji di atas menunjukkan nilai Durbin-Waston sebesar 1,276. Untuk mengujinya harus berdasarkan pada tabel nilai Durbin-Waston table. Dengan jumlah variable independen 5 maka didapat dari tabel Durbin-Waston dengan nilai $d_L = 1,23$, $d_U = 1,79$, hal ini menunjukkan tidak ada masalah autokorelasi dalam penelitian ini.

E. Uji T

Berikutnya melakukan uji t, uji t adalah alat uji yang digunakan untuk mencari ada/tidaknya perbedaan antara dua means dari dua sample/kelompok data dengan menggunakan nilai yang ditetapkan yaitu

nilai kritis (t-tabel) ditentukan berdasarkan tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$) yang ditetapkan yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan kriteria pengujian bahwa 1. Jika, t-hitung < t-tabel, maka ada pengaruh signifikan antara variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* dengan kinerja pada penelitian di PDAM Kota Bekasi dan Jika t-hitung > t-tabel, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* dengan kinerja pada penelitian di PDAM Kota Bekasi, berikut:

Tabel 11. Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.447	4.611		2.916	.008		
	Reliability	.169	.299	.116	.566	.577	.912	1.097
	Competence	.379	.340	.226	1.115	.277	.929	1.076
	Responsive	.130	.222	.125	.588	.562	.851	1.175
	Accesbility	.127	.253	.106	.502	.620	.857	1.167
	Tangible	.085	.380	.047	.224	.825	.867	1.154

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah, (2017)

Dari tabel didapat bahwa hasil statistik diperoleh bahwa t hitung untuk persepsi sebesar 2.916, sedangkan t tabel yang disyaratkan sebesar < 2.052 (nilai tabel t) dan ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel maka kesimpulan yang diperoleh ada pengaruh antara variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* terhadap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi.

F. Uji F

Selanjutnya penelitian ini juga menggunakan uji F, dimana fungsi uji f berguna untuk menunjukkan

apakah semua variabel bebas yang ada dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2006:167) juga uji Anova atau F test digunakan untuk melihat sebaran varian yang disebabkan oleh regresi dan varians yang disebabkan oleh residual. Apabila F hitung > F tabel dan nilai probabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi maka hipotesis nol ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel dengan variabel lain, berikut:

Tabel 12. Hasil Uji-f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.905	4	.976	1.111	.373 ^a
	Residual	21.962	25	.878		
	Total	25.867	29			

a. Predictors: (Constant), Accesbility, Reliability, Competence, Responsive

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah, (2017)

Dari tabel Anova diatas menunjukkan nilai uji F hitung dari semua variabel bebas sebesar 1.111 < F tabel 2,420 dengan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat

3.4. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan uji regresi dan uji asumsi klasik dalam mengatasi permasalahan data, dalam uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas dan uji

digunakan untuk memprediksi variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* terdapat pengaruh dengan variabel persepsi kinerja.

autokorelasi. Berikut hasil olahan penelitian variabel kualitas pelayanan teradap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi, seperti pada tabel berikut:

Tabel 13. Uji Regresi
reliability, competence, responsive, accesbility dan tangible

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.447	4.611		2.916	.008		
	Reliability	.169	.299	.116	.566	.577	.912	1.097
	Competence	.379	.340	.226	1.115	.277	.929	1.076
	Responsive	.130	.222	.125	.588	.562	.851	1.175
	Accesbility	.127	.253	.106	.502	.620	.857	1.167
	Tangible	.085	.380	.047	.224	.825	.867	1.154

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah, (2017)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi linier diatas dapat dibuat persamaannya sebagai berikut $Y=13.447 + 0.169X_1 + 0.379X_2 + 0.130X_3 + 0.127X_4 + 0.85X_4...$ bahwa pengaruh variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible* terhadap kinerja cukup besar yaitu menunjukkan nilai positif dan signifikan hal ini menunjukkan bahwa rasa kualitas pelayanan (*reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible*) terhadap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi begitu besar, sehingga hal ini perlu mendapat perhatian lebih jauh dari pihak manajemen, pada tabel tampak nilai *reliability* sebesar 0.169 atau 16.9% dan nilai *competence* sebesar 0.379 atau 37.9% sedangkan nilai *responsive* sebesar 0.13 atau 13% serta nilai *tangible* sebesar 0.085 atau 8.5%. Nilai kompetensi para petugas PDAM Kota Bekasi menjadi sangat penting mengingat hal ini terkait kinerja dan terintegrasi oleh kepuasan pelanggan itu sendiri,

sebaiknya pihak manajemen memperhatikan dan fokus mengingat nilai mencapai 37.9% hampir mendekati setengah 50% dari penelitian ini, pihak manajemen dengan mengadakan pendekatan bimbingan pendidikan dan pelatihan petugas PDAM Kota Bekasi dan dapat juga bekerjasama dengan pihak perguruan tinggi tentang peningkatan kinerja pegawai seperti *Key Performance Indeks (KPI)* sehingga kinerja petugas dapat terpantau secara berkala dan per periode serta dapat dilakukan perubahan setiap saat dan sesuai kebutuhan dan tuntutan zaman.

Selain itu, penelitian ini dapat dikembangkan melalui *model summary* analisis regresi berganda dengan hasil pengujian data, maka tersaji informasi mengenai hubungan di antara variabel kualitas pelayanan seperti *reliability*, *competence*, *responsive*, *acesibility* dan *tangible* terhadap kinerja petugas PDAM Kota Bekasi, hal ini tampak pada tabel berikut:

Tabel 14. Rekapitulasi Analisis R dan R square
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1 .839^a .751 .015 .93727

a. Predictors: (Constant), Accesbility, Reliability, Competence, Responsive

Sumber: data diolah, (2017)

Berdasarkan data-data pada tabel 2 diketahui nilai R= 0.839 hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas mempunyai hubungan yang kuat karena mendekati nilai angka 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. R= 0,839 atau 83.9% artinya bahwa variabel bebas yakni *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* yang diamati

mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu kinerja,

2. R-square sebesar 0,751 yang berarti 75,1% variabel bebas mampu menjelaskan terhadap variabel terikatnya sedangkan 24,9% dipengaruhi variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti keamanan, kredibilitas, komunikasi dan lain sebagainya.

IV. KESIMPULAN

Perusahaan milik daerah, PDAM yang bergerak diindustri air minum harus dituntut bekerja secara efektif dan efisien sehingga pasar menjadi semakin kompetitif. PDAM Kota Bekasi sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang air minum akan terus melakukan perubahan dalam kebijakan dalam upaya memberikan pelayanan terbaik demi mewujudkan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh kualitas *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* terhadap kinerja petugas adalah positif, ini terbukti di pada persamaan uji regresi $Y=13.447 + 0.169X1 + 0.379X2 + 0.130X3 + 0.127X4 + 0.85X4...$ bahwa pengaruh variabel *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* terhadap kinerja cukup besar, terutama nilai kompetensi sebesar 37.9% dan variabel lainnya menunjukkan nilai positif dan signifikan dan sangat membutuhkan pengelolaan air bersih dan sehat, secara berkala, bisa perubahan setiap evaluasi setiap pekan dengan kebijakan membuat *feedback* atas saran dan kritik pelanggan, melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi petugas terutama yang di garda utama pelayanan publik bidang

nilai koefisien determinasi (*r square*) diperoleh 83,9%, hal ini berarti bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah para *agency* yang merupakan konsumen sebanyak 30 orang sebagai sampel. Hasil analisis data penelitian menunjukkan besarnya koefisien determinasi (R-square) yaitu 0,751 yang berarti 75,1% variabel bebas mampu menjelaskan terhadap variabel terikatnya sedangkan 24,9% dipengaruhi variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti tingkat persaingan, potongan harga dan sebagainya. Hasil pengujian terhadap hipotesis variabel bebas mengenai kualitas *reliability*, *competence*, *responsive*, *accesbility* dan *tangible* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja petugas variabel terikat.

kesehatan terutama pengadaan dan kebutuhan air yang bersih, sehat dan dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat kota Bekasi sebagai petugas di *front office* menyajikan pelayanan prima yang efektif.

REFERENSI

Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Kotler, P. (2010). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. Ney Jersey: Prentice-Hall.
Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
Purbayu Budi Santosa, MS., Ashari, (2005). *Analisis Statistik dengan Ms. Excel dan SPSS*, Yogyakarta.
Hasibuan. (2011). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Aksara.
Tjiptono, F. d. (Andi). *Service: Quality Satisfactor* . Yogyakarta.

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Media Intan Semesta Jakarta

Dirgahayu Erri¹, Ashri Nur Fajrin²

¹AMIK BSI Jakarta
e-mail: dirgahayu.dge@bsi.ac.id

²ASM BSI Jakarta
e-mail: ashri.nurfajrin@yahoo.com

Abstract – Human resources is one of the factors that must be present and relatively more important than other factors, the Company should be able to increase employee motivation, employee motivation can have an impact on the achievement of corporate goals. Employees are motivated to satisfy his need for work even harder the impact on the resulting performance becomes more optimal. Pt Media Intan Semesta Jakarta is one of the companies engaged in the field of technology (IT). to win the competition takes motivation to work optimally so have employees with good performance in order to achieve company goals can be met. In this study, the authors use a quantitative methodology that uses statistical data Spss V.22 author using 33 samples from 50 populations that are the result of a calculation formula slovin. It can be concluded that the influence of motivation on employee performance work PT Media Intan Semesta Jakarta can be seen from the results calculation correlation coefficient 0.891 meaning work motivation and performance of employees have a very strong relationship. 0,794 coefficient determination means the percentage work motivational influence on employee performance to 79,4% the remaining 20.6% is influenced by other factors not authors carefully. At a value of regression equation a (constants) 1,165 dan value of b coefficient 0.967.

Keywords: Work Motivation, Employee Performance

I. PENDAHULUAN

Pengembangan sumber daya manusia baik yang bekerja di sektor publik (Pegawai Negeri, Pegawai BUMN/BUMD) maupun sektor swasta, perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Pengembangan sumber daya manusia dapat dilaksanakan dengan baik, harus lebih dahulu ditetapkan suatu program pengembangan sumber daya manusia perlu disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman pada keterampilan yang dibutuhkan organisasi/perusahaan saat ini maupun untuk masa depan.

Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Motivasi merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Motivasi semakin penting karena manajer membagikan pekerjaan pada bawahannya untuk dikerjakan dengan baik dan terintegrasi kepada tujuan yang diinginkan. Perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan mampu, cakap, dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal.

Disisi lain kinerja merupakan sarana untuk memperbaiki mereka yang tidak melakukan tugasnya dengan baik di dalam organisasi. Banyak organisasi berusaha mencapai sasaran suatu

kedudukan yang terbaik dan terpercaya dalam bidangnya. Untuk itu sangat tergantung dari para pelaksananya, yaitu para karyawan agar mereka mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi dalam *corporate planning*-nya. Untuk perhatian hendaknya ditujukan kepada kinerja, suatu konsepsi atau wawasan bagaimana kita bekerja agar mencapai yang terbaik. Hal ini berarti bahwa kita harus dapat memimpin orang-orang dalam melaksanakan kegiatan dan membina mereka sama pentingnya dan sama berharganya dengan kegiatan organisasi. Jadi, fokusnya adalah kepada kegiatan bagaimana usaha untuk selalu memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Untuk mencapai itu perlu diubah cara bekerja sama dan bagaimana melihat atau meninjau kinerja itu sendiri.

PT Media Intan Semesta Jakarta adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi (IT) sebagai perusahaan dengan dukungan para profesional dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi adalah salah satu instansi yang ikut berpartisipasi dalam melengkapi kebutuhan pelanggan (perusahaan/ instansi/ organisasi) terkait dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Untuk meningkatkan citra dan memenangkan persaingan dibutuhkan motivasi kerja yang maksimal sehingga memiliki karyawan dengan kinerja yang baik agar pencapaian tujuan perusahaan dapat terpenuhi. Berdasarkan paparan rumusan penelitian diatas maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

Ho: Diduga tidak adanya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan

H1: Diduga adanya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan

II. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut *McCormick* dalam Mangkunegara (2014) mengungkapkan bahwa “motivasi kerja adalah sebagai kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja”.

Menurut Samsudin (2006) *Motivasi* adalah proses memengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan.

Saydam dalam Kadarisman (2013) mengemukakan bahwa terdapat dua faktor motivasi, yaitu:

1. Faktor intern yang terdapat pada diri karyawan itu sendiri misalnya dapat terlihat pada sering resahnya atau bergejolaknya pegawai. Akhir-akhir ini banyak terjadi pergolakan pegawai di berbagai instansi. Munculnya kasus unjuk rasa, pemogokan, dan lain-lain. Semua ini telah menunjukkan terjadinya ketidakseimbangan dan ketidakharmonisan hubungan kerja antara organisasi dengan pegawainya. Ketidakharmonisan tersebut merupakan gambaran adanya sesuatu yang tidak beres dalam organisasi, yaitu adanya rasa ketidakpuasan pegawai terhadap perlakuan buruk pimpinan organisasi. Bila organisasi tetap konsisten memperlakukan pegawai dengan baik, memberikan hak-hak mereka dengan baik, tentu tidak timbul keresahan demikian yang bisa menimbulkan kerugian bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu, organisasi harus dapat menciptakan kepuasan kerja bagi pegawainya dengan tetap memberikan segala hak-hak mereka sesuai dengan peraturan yang berlaku.
2. Faktor ekstern yang berasal dari luar karyawan juga dapat mempengaruhi motivasi. Faktor lingkungan pekerjaan adalah keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada di sekitar pegawai yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri. Lingkungan kerja tersebut meliputi tempa bekerja, fasilitas, dan alat bantu pekerjaan, kebersihan, termasuk juga hubungan kerja antara orang-orang yang ada di tempat kerja.

Menurut Wibowo (2016) mendefinisikan bahwa Kinerja adalah “tentang melakukan pekerjaan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut dan tentang *apa* yang dikerjakan dan *bagaimana* cara mengerjakannya”.

Menurut Mangkunegara (2014) mengungkapkan bahwa Kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Berdasarkan kerangka berfikir teoritik yang peneliti gunakan maka dalam penelitian ini, menggunakan beberapa metode sehingga diperoleh suatu data yang merupakan bahan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Metode Observasi

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta secara langsung terhadap obyek penelitian dan dari hasil observasi ini akan dijadikan dasar penelitian yang lebih spesifik.

2. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber yaitu Manager Operasional untuk mencari informasi tentang obyek yang akan diteliti.

3. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan angket pernyataan dibuat dari indikator dan dimensi variabel X (Motivasi Kerja) dan variabel Y (Kinerja Karyawan) kepada responden untuk dijawabnya.

4. Studi Dokumentasi

Metode ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Teori-teori ini dikumpulkan dari berbagai sumber buku-buku dan literature berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiono (2014) variabel penelitian adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Beberapa hal dimensi yang terikat dengan pengaruh motivasi kerja dan indikatornya yang perlu diperhatikan dalam kasus kinerja karyawan diantaranya:

1. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel lain. Yang terdiri dari: kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri.
2. Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya di pengaruhi variabel lain. Yang terdiri dari: kualitas, kuantitas, penggunaan waktu, kerjasama, keandalan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur dugaan adanya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Media Intan Semesta Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2016. Ruang lingkup dalam penelitian ini berfokus pada hal-hal yang mempengaruhi dua variabel yaitu motivasi kerja menjadi variabel bebas dan kinerja karyawan menjadi variabel terikatnya dengan dimensi dan indikator sebagai berikut:

1. Motivasi Kerja

- a. Kebutuhan fisiologis, indikatornya: terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan fasilitas yang baik.
- b. Kebutuhan rasa aman, indikatornya: tersedianya jaminan kesehatan dari perusahaan dan

perusahaan dapat menjamin rasa aman kepada karyawan.

- c. Kebutuhan sosial, indikatornya: menumbuhkan kerja tim yang kompak dengan *employee gathering* dan memberikan supervisi yang baik kepada semua karyawan.
 - d. Kebutuhan penghargaan, indikatornya: pemberian sertifikat penghargaan kepada karyawan yang terbaik dan mendapat penghargaan uang bonus kepada karyawan yang berhasil melakukan pekerjaan dengan baik
 - e. Kebutuhan aktualisasi diri, indikatornya: karyawan diberikan kesempatan mengembangkan keterampilan dan perusahaan memberikan kesempatan mendapat posisi jabatan yang lebih tinggi
2. Kinerja Karyawan
- a. Kualitas, indikatornya: perusahaan menekankan meminimalisir kesalahan dan wajib menjalankan SOP.
 - b. Kuantitas, indikatornya: tingkat pencapaian volume kerja yang saya hasilkan telah sesuai dengan harapan dan menetapkan target kerja dengan penuh perhitungan.
 - c. Penggunaan waktu, indikatornya: karyawan wajib memenuhi jam kerja dan memperhitungkan waktu kerja yang efektif
 - d. Kerjasama, Indikatornya: melakukan koordinasi dengan rekan kerja dan memiliki sikap kerjasama yang baik untuk menghasilkan kerja yang maksimal.
 - e. Keandalan, indikatornya: karyawan harus bisa diandalkan dalam melaksanakan pekerjaan dengan benar dan konsisten dalam pekerjaan dan tanggung jawabnya.

Dalam kinerja karyawan yang dipengaruhi oleh motivasi kerja penelitian menggunakan program *IBM SPSS Statistics* versi 22. Tahap pertama dengan menentukan populasi dan sampel dengan menggunakan rumus slovin, uji instrument, dengan melakukan uji validasi dan uji reliabilitas, uji koefisien kolerasi, uji koefisien determinasi, dan persamaan regresi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 50 karyawan. Berikut adalah cara pengambilan sampel responden menurut tehnik Slovin (Sevilla, 2007) yaitu:

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

Dimana
n: Jumlah sampel
N: Jumlah populasi
e: Perkiraan tingkat kesalahan = 10%

$$n = \frac{50}{1 + 50(0,1)^2}$$

$$n = \frac{50}{1 + 50(0,01)}$$

$$n = \frac{50}{1 + 0,5}$$

$$n = \frac{50}{1,5} = 33$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 33 responden. Penelitian dilakukan pada rentang waktu 1 Oktober sampai dengan 31 Oktober 2016 di PT Intan Media Semesta Jakarta. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT Media Intan Semesta Jakarta. Berikut ini adalah deskripsi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia.

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	25	75,8	75,8	75,8
	Perempuan	8	24,2	24,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Sumber: Hasil *Output* spss v.22

Dari tabel 1 diatas menunjukkan bahwa besarnya jumlah dari setiap responden pria yaitu 25 orang dan 8 orang wanita dengan total ada 33 responden.

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sarjana	15	45,5	45,5	45,5
	Diploma	11	33,3	33,3	78,8
	SLTA	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Sumber: Data *Output* spss v. 22

Dari tabel 2 diatas, diketahui bahwa responden dengan Pendidikan terakhir SLTA sebanyak 7 responden, DIPLOMA sebanyak 11 responden, dan SARJANA sebanyak 15 responden, total 33 responden.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25 sampai >30	11	33,3	33,3	33,3
	35 sampai >45	22	66,7	66,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Sumber: Data *Output* spss v. 22

Tabel 3 diatas, diketahui bahwa responden dengan usia 25 sampai >30 sebanyak 11 responden, usia 35 sampai > 45 sebanyak 22 responden, total 33 responden.

Dalam penelitian ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrument yang valid dan reliabel:

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisioner motivasi kerja terhadap Kinerja karyawan dengan Melihat R hitung lebih besar dari R tabel agar valid maka penulis melakukan uji validitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Validitas Motivasi Kerja

Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
MotivasiKerja	X1	0,466	0,2913	Valid
	X2	0,431	0,2913	Valid
	X3	0,397	0,2913	Valid
	X4	0,497	0,2913	Valid
	X5	0,320	0,2913	Valid
	X6	0,408	0,2913	Valid
	X7	0,549	0,2913	Valid
	X8	0,603	0,2913	Valid
	X9	0,419	0,2913	Valid
	X10	0,466	0,2913	Valid

Sumber: Data yang diolah penulis, 2016

Dari variabel pernyataan X1-X10 semua nilai R hitung > R tabel yaitu 0,2913 artinya semua pernyataan variabel X adalah Valid.

Tabel 5. Hasil Validitas Kinerja Karyawan

Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Kinerja Karyawan	Y1	0,330	0,2913	Valid
	Y2	0,471	0,2913	Valid
	Y3	0,296	0,2913	Valid
	Y4	0,674	0,2913	Valid
	Y5	0,315	0,2913	Valid
	Y6	0,490	0,2913	Valid
	Y7	0,566	0,2913	Valid
	Y8	0,543	0,2913	Valid
	Y9	0,319	0,2913	Valid
	Y10	0,674	0,2913	Valid

Sumber data yang diolah penulis, 2016

Dari variabel pernyataan Y1-Y10 semua nilai R hitung > R tabel yaitu 0,2913 artinya semua pernyataan variabel Y adalah Valid.

2. Uji Realibilitas Teknik *Alpha Cronbach*

Untuk menentukan apakah instrument penelitian reliabel atau tidak maka penulis melakukan uji realibilitas dengan teknik *alpha cronbach* menggunakan *SPSS for windows versi 22* sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil uji realibilitas Cronbach alpha SPSS for windows v22

Reliability Statistics		
Alpha	Cronbach's	N of Items
	,941	2

Sumber: Data *output* Spssv.22

Nilai *cronbach alpha* sebesar 0,941 > 0,60 berarti data variabel pernyataan tentang motivasi kerja terhadap kinerja karyawan adalah Realibel. Untuk memudahkan penelitian berikut adalah tabel penolong dari skor jawaban variabel X motivasi kerja dan variabel Y kinerja karyawan.

Tabel 7

Total Skor Motivasi Kerja dan Kinrja Karyawan

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	48	49	2304	2401	2352
2	49	49	2401	2401	2401
3	49	48	2401	2304	2352
4	47	47	2209	2209	2209
5	46	45	2116	2025	2070
6	43	42	1849	1764	1806
7	46	45	2116	2025	2070
8	45	47	2025	2209	2115
9	48	48	2304	2304	2304
10	49	48	2401	2304	2352
11	48	48	2304	2304	2304
12	48	48	2304	2304	2304
13	48	47	2304	2209	2256
14	50	50	2500	2500	2500
15	48	47	2304	2209	2256
16	46	44	2116	1936	2024
17	45	43	2025	1849	1935
18	42	43	1764	1849	1806
19	47	46	2209	2116	2162
20	50	50	2500	2500	2500
21	50	49	2500	2401	2450
22	49	47	2401	2209	2303
23	48	47	2304	2209	2256
24	50	49	2500	2401	2450
25	50	50	2500	2500	2500
26	46	48	2116	2304	2208
27	47	45	2209	2025	2115
28	49	49	2401	2401	2401
29	50	50	2500	2500	2500
30	47	46	2209	2116	2162
31	49	49	2401	2401	2401
32	49	49	2401	2401	2401
33	50	50	2500	2500	2500
Total	1576	1562	75398	74090	74725

Sumber: Data yang diolah penulis, 2016

Berdasarkan tabel penolong 7 diatas maka analisis antara motivasi kerja dan kinerja karyawan dapat diketahui sebagai berikut:

N = 33
X = 1576
Y = 1562
X² = 75398
Y² = 74090
XY = 74725

Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh antara motivasi kerja terhadap kinerja karyawan penulis menjabarkan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2 \cdot n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$= \frac{33(74725) - (1576 \cdot 1562)}{\sqrt{33 \cdot (75398) - (1576)^2 \cdot 33 \cdot 74090 - (1562)^2}}$$

$$= \frac{2465925 - 2461712}{\sqrt{2488134 - 2483776 \cdot 2444970 - 2439844}}$$

$$= \frac{4213}{\sqrt{4358 \cdot 5126}}$$

$$= \frac{4213}{66,01 \cdot 71,60}$$

$$= \frac{4213}{47264}$$

$$= \mathbf{0,891}$$

Berdasarkan perhitungan nilai korelasi diatas diperoleh nilai $r = 0,891$ yang berarti adanya hubungan yang kuat antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut juga terbukti melalui uji koefisien korelasi dengan menggunakan program spss for windows v.22 sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Hitung Korelasi SPSS for windows v.22

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Motivasi_Kerja	47,76	2,031	33
Kinerja_Karyawan	47,33	2,203	33

Sumber: Data *output* spss v.22

Correlations			
	Motivasi_Kerja	Kinerja_Karyawan	
Motivasi_Kerja	Pearson Correlation	1	,891**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	33	33
Kinerja_Karyawan	Pearson Correlation	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	33	33

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

Sumber: Data *output* spss v.22

Dari tabel 8 diatas didapati nilai korelasi sebesar 0,891 (termasuk range 0,80-1,00) artinya adanya hubungan yang kuat antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dengan perhitungan sebelumnya dengan katagori kuat yang dapat dilihat pada tabel 8 sebagai pedoman untuk interpretasi koefisien korelasi maka H1 dapat diterima.

Uji Koefisiensi Determinasi

Besarnya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dapat diketahui dengan menghitung besarnya nilai koefisiensi determinasi menurut Siregar (2013:252) sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

$$= 0,891^2 \times 100\%$$

$$= 0,793881 \times 100\%$$

$$= 0,79388 \times 100\%$$

$$= 0,7939 \times 100\%$$

$$= 0,794 \times 100\%$$

$$= \mathbf{79,4\%}$$

Berdasarkan nilai determinasi diatas diperoleh $KD = 79,4\%$ Hal ini terbukti juga dalam menggunakan program spss for windows v.22 sebagai berikut:

Berdasarkan hasil output spss didapat koefisien determinasi sebesar 0,794. Hal ini menunjukkan variabel X motivasi kerja memberikan kontribusi pengaruh sebesar 79,4% terhadap variabel Y kinerja

Tabel 9 Hasil Determinasi spss for windows v.22

Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change		
				R Square	F	df1		df2	
1	,891	,794	,788	1,015	,794	119,883	1	31	,000

a. Predictors: (Constant), Motivasi_Kerja
b. Dependent Variabel: Kinerja_Karyawan

Sumber: Data *output* spss v.22

karyawan PT Media Intan Semesta Jakarta, sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.

Uji Persamaan Regresi

Peneliti menggunakan uji persamaan regresi linier sederhana untuk menggunakan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi secara parcial atau pun bersama-sama sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y \cdot (\sum X^2) - \sum X \cdot \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$= \frac{1562 \cdot (75398) - 1576 \cdot (74725)}{33(75398) - (1576)^2}$$

$$= \frac{117771676 - 117766600}{2488134 - 2483776}$$

$$= \frac{5076}{4358}$$

$$= 1,165$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{33 \cdot (74725) - 1576 \cdot 1562}{33 \cdot 75398 - (1576)^2}$$

$$= \frac{2465925 - 2461712}{2488134 - 2483776}$$

$$= \frac{4213}{4358}$$

$$= 0,967$$

Maka analisis regresi sederhana:
 $Y = 1,165 + 0,967X$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diketahui nilai a (konstanta) sebesar 1,165 dan nilai b (koefisien) sebesar 0,967 dengan demikian diperoleh persamaan regresi pengaruh motivasi kinerja terhadap kinerja karyawan adalah:

1. Nilai a (konstanta) sebesar 1,165 artinya jika motivasi kerja = 0, maka kinerja adalah 1,165 atau dengan kata lain variabel motivasi kerja sudah ada sebesar 1,165 tanpa dipengaruhi oleh variabel kinerja karyawan.
2. Nilai b (koefisien) sebesar 0,967 artinya bahwa untuk setiap kenaikan satu-satuan X akan menaikkan nilai Y sebesar 0,967 atau dengan kata lain setiap variabel motivasi kerja bertambah satu-satuan, maka variabel kinerja karyawan meningkat bertambah satu-satuan.

Nilai perhitungan diatas juga terbukti melalui uji statistik dengan menggunakan IBM Spss v.22 sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Regresi spss forwindows v.22

Coefficientsa						
Model	Unstandardized		Standardized		Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Error Std.	Beta	t		
1	(Constant)	1,165	4,220		,276	,784
	Motivasi_Kerja	,967	,088	,891	10,949	,000

a. Dependent Variable: Kinarja_Karyawan
Sumber: Dataoutput spss v.22

Dari uraian tabel 10 diatas dibuktikan bahwa nilai yang diperoleh sebesar 1,165 nilai a (konstanta) dan nilai b (koefisien) sebesar 0,967. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh persamaan regresi

pengaruh motivasi kinerja terhadap kinerja karyawan adalah:

Nilai a (konstanta) sebesar 1,165 artinya jika motivasi kerja = 0, maka kinerja adalah 1,165 atau dengan kata lain variabel motivasi kerja sudah ada sebesar 1,165 tanpa dipengaruhi oleh variabel kinerja karyawan.

Nilai b (koefisien) sebesar 0,967 artinya bahwa untuk setiap kenaikan satu-satuan X akan menaikkan nilai Y sebesar 0,967 atau dengan kata lain setiap variabel motivasi kerja bertambah satu-satuan, maka variabel kinerja karyawan meningkat bertambah satu-satuan.

IV. KESIMPULAN

Pada bab ini peneliti akan menyajikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan”, sebagai berikut:

1. Untuk menentukan jumlah responden atau sampel penulis menggunakan rumus slovin yaitu dengan karyawan yang berjumlah 50 orang, maka penulis mengambil sampel sebanyak 33 responden.
2. Berdasarkan hasil penelitian manual dan uji statistik dengan menggunakan *spss for windows* versi 22 terbukti bahwa terdapat pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,891 atau dapat dikatakan mempunyai hubungan yang sangat kuat dan berpengaruh.
3. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,794 atau 79,4% kontribusi variabel x terhadap y, sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak/belum penulis teliti.
4. Persamaan regresi sebesar 1,165 (konstanta) 0,967 (koefisien), dengan nilai sebesar $0,000 < 0,1$. Dengan nilai signifikan dibawah 0,1 menunjukkan bahwa keputusan H1 diterima. adanya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT Media Intan Semesta Jakarta.

REFERENSI

- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2014. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Bandung: PT Refika Aditama
- Samsudin, Sadili. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: CV Pustaka Setia
- Kadarisman, 2013. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rajawali Pres
- Wibowo. 2016. Manajemen Kinerja. Jakarta: PT Grafindo Raja Persada
- Sugiono. 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV
- Sevilla, Consuelo G. et. Al, 2007. *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.

PROFIL PENULIS

Penulis 1 bernama lengkap Dirgahayu Erri dosen pengajar di Kampus BSI Group dan ditugaskan pada Akademi Manajemen dan Ilmu Komputer BSI Jakarta di program studi Manajemen Informatika (*AMIK* BSI Jakarta) dan Manajemen Administrasi (*ASM* BSI Jakarta) bertempat tinggal di wilayah Bintaro, Jakarta Selatan, penulis saat ini bekerja sebagai pengajar di Akademi Bina Sarana Informatika.

Penulis 2 bernama lengkap Ashri Nur Fajrin mahasiswa di program studi Manajemen Administrasi (*ASM*) *ASM* BSI Jakarta yang telah memperoleh gelar Amd (Ahli Madya) dan bertempat tinggal di wilayah Kebayoran Lama Jakarta Selatan, penulis saat ini bekerja pada Bank BCA dan Citibank.

Pengaruh Metode Pembayaran Kompensasi Terhadap Kinerja Tutor

Fajri Ariandi

Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika Jakarta
Jl. Jatiwaringin raya no 18, RT.5/RW.3 Jatiwaringin, Makasar, Jakarta Timur
Email:fajri.fdi@bsi.ac.id

Abstract - *SG cibubur alternatif learning guidance in improving the performance of the tutor should pay attention to several ways, one of the most important thing is compensation. Salary is part of compensation. in addition there are other components that include compensation such as transport and other facilities. there are two ways in which payment of compensation is direct payment and through transfer. A good compensation payment method will have an impact on the performance of the tutor. If the performance of the tutor is good then it will have a good impact also in the quality of learning guidance agencies. At this time the method of payment of compensation using the transfer system. The payment with the transfer system has some disadvantages compared to the payment method of cash payment system implemented in the period until 2016. Therefore with this research may be able to provide a solution which the method of payment of compensation is the most ideal tutor for the tutor.*

Keywords: *Compensation, performance, tutor*

I. PENDAHULUAN

Bimbingan belajar merupakan sarana bagi siswa untuk mendapatkan pendalaman materi pelajaran yang belum dikuasai disekolah. Saat ini terdapat berbagai macam lembaga bimbingan belajar dengan tujuan agar siswa mendapatkan nilai bagus disekolah ataupun agar siswa dapat lolos dalam seleksi menuju perguruan tinggi favorit. Salah satunya adalah SG (Salemba Group) bimbingan belajar SG menyediakan pelayanan siswa untuk memahami materi mulai dari pelajaran SD hingga untuk SMA.

Bimbingan belajar SG atau juga biasa disebut Bimbel SG sudah terdapat banyak cabang di Jabotabek. Salah satunya adalah SG cabang Alternatif Cibubur. Bimbel SG Alternatif cibubur sendiri sudah ada sejak tahun 2011 bertempat di Ruko Kranggan Permai Blok 17 no 17 Jl Alternatif Cibubur.

Dalam menjalankan fungsinya Bimbel SG tentunya sangat bergantung dengan SDM (sumber daya manusia) yang mumpuni. Sumber Daya Manusia ini terdiri atas Kepala Cabang, Staff Akademik, Admin dan Tutor (Tutor). Tutor disini berperan penting sebagai wajah dari bimbel SG itu sendiri, karena Tutorlah yang setiap saat akan bertemu siswa menyampaikan materi dan memberikan pelayanan yang maksimal bagi para siswa. Tutor sebagai SDM melalui tahap seleksi yang cukup ketat dalam proses perekrutan, tujuannya agar mendapatkan SDM yang berkualitas.

Sebagai karyawan, Tutor dikelompokkan dalam 3 jenis, yaitu Tutor Tetap, tutor Mobile, dan Tutor honorer. Disamping itu tutor juga diklasifikasikan dalam beberapa grade (tingkatan berdasarkan

kualitas) mulai dari A-C. Grade dari tutor akan berpengaruh terhadap kompensasi yang diterima. Semakin bagus grade terntor, maka semakin besar juga kompensasi per sesi yang diterima. Dalam pengelolaan SDM ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi kinerja dari SDM itu sendiri, seperti fasilitas penunjang kerja, gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan sebagainya. Tentunya kinerja juga sangat dipengaruhi oleh kompensasi. Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut pada organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik maupun non fisik dan harus dihitung dan diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikannya kepada organisasi / perusahaan tempat ia bekerja. dalam hal ini kompensasi merupakan keseluruhan dari imbalan yang diterima oleh karyawan berupa gaji, transport, insentif tunjangan dan sebagainya.

Pembayaran kompensasi pada umumnya memiliki berbagai cara dalam pembayarannya, biasanya ada beberapa kantor yang memberikan karyawan kompensasi dengan membayar uang tunai langsung dengan amplop dan ada juga yang memanfaatkan teknologi dalam pembayaran seperti dalam penggunaan sistem transfer. Pembayaran kompensasi tutor di SG alternatif Cibubur mengalami perubahan dari tahun 2016 menggunakan sistem pembayaran tunai cash keras dan di tahun 2017 menggunakan sistem transfer langsung. Kedua sistem ini memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing yang diduga berpengaruh terhadap kinerja dari tutor sendiri. Maka dari itu peneliti disini ingin mendalami lebih lanjut dan memberi judul penelitian ini " pengaruh Pengaruh metode

pembayaran kompensasi terhadap kinerja tutor di Bimbingan belajar SG Alternatif Cibubur "

A. Pengertian bimbingan

Pengertian-pengertian mengenai bimbingan dan konseling telah dirumuskan beberapa ahli, pengertian yang dikemukakan oleh para ahli tersebut berbeda antara satu dengan yang lain, secara umum bimbingan dapat diartikan sebagai suatu bantuan yang diberikan kepada orang lain yang bermasalah, dengan harapan orang tersebut dapat menerima keadaannya sehingga dapat mengatasi masalahnya dan mengadakan penyesuaian terhadap diri pribadi, lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat, untuk lebih jelasnya perhatikan uraian mengenai bimbingan dari beberapa ahli yang lebih mengarah kepada pelaksanaan bimbingan belajar di sekolah.

"Bimbingan adalah proses bantuan terhadap individu mendapat pemahaman dan pengarahan diri yang dibutuhkan untuk melakukan penyesuaian diri secara maksimum kepada sekolah, keluarga serta masyarakat".

"Bimbingan merupakan bantuan yang diberikan kepada siswa dalam rangka upaya menemukan pribadi, mengenal lingkungan dan merencanakan masa depan". Dari kedua definisi yang dikemukakan dapat disimpulkan mengenai pengertian bimbingan sebagai berikut :

1. Bimbingan adalah proses bantuan yang diberikan kepada individu yang membutuhkannya, bantuan yang diberikan tidak adanya unsur paksaan serta diberikan secara berencana dan sistematis.
2. Bimbingan diberikan kepada individu dengan maksud agar ia dapat memahami dirinya, kemudian mengarahkan dirinya sehingga tercapai kebahagiaan hidup pribadi.

B. Tujuan Bimbingan Belajar

Kegiatan bimbingan di sekolah merupakan bagian integral dari keseluruhan program kegiatan sekolah, terutama pada bimbingan belajar sehingga dapat diartikan bahwa tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah merupakan tujuan yang ingin dicapai bimbingan. Yang membedakan diantara keduanya ialah jenis kegiatannya, pendidikan terletak pada proses belajar mengajar yang penekanannya pada usaha-usaha kognitif,afektif dan psikomotorik, sedangkan bimbingan terletak pada membina siswa dalam perkembangan pribadi, sosial psikologi, yang didasarkan pada kenyataan yang dihadapi siswa sehingga memerlukan bantuan tenaga profesional kependidikan dalam hal ini adalah guru pembimbing.

Proses belajar dapat diamati secara tidak langsung, artinya proses belajar yang merupakan proses internal siswa tidak dapat diamati, tetapi dapat

dipahami oleh guru. Program-program pendidikan di sekolah termasuk program layanan bimbingan dapat diintegrasikan dengan mata pelajaran sehingga proses pendidikan di sekolah akan lebih bermakna sesuai dengan kebutuhan anak didik dan kebutuhan masyarakat serta pembangunan.

Dengan perkataan lain, melalui kegiatan bimbingan di sekolah siswa mampu mengembangkan potensi dalam dirinya. Potensi lingkungannya, sehingga ia merencanakan masa depannya serta melanjutkan pendidikan kepada jenjang yang lebih tinggi. Dalam rangka menjawab tantangan masa depan yang lebih kompleks dan kompleks, tenaga-tenaga profesional kependidikan mampu memberikan pelayanan yang terbaik pula bagi perkembangan anak didik sesuai dengan tujuan pendidikan nasional, yaitu : "Terwujudnya manusia Indonesia yang cerdas yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi luhur, memiliki pengetahuan dan kemampuan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri, serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan".

C. Fungsi Bimbingan Belajar

Belajar adalah merupakan kegiatan fisik dan psikis yang tertinggi dalam kehidupan manusia, sebagai hasil kegiatan belajar dapat membawa pada perubahan dan peningkatan pandangan sikap dan tingkah laku yang baru dari hasil latihan belajar tersebut. Proses belajar yang terjadi di sekolah harus senantiasa mempunyai tujuan yang jelas dan terarah sebagai pedoman dan panutan dalam aktivitas belajar sebagai seorang siswa, dalam tujuan tersebut pada dasarnya menyangkut penguasaan bidang pengetahuan pembinaan sikap dan pengembangan keterampilan yang merupakan cita-cita sekolah yang diselenggarakan lewat pendidikan dan pengajaran.

Menurut Dewa Ketut Sukardi ada dua faktor yang timbul dalam kesulitan belajar, yaitu:

a. Faktor endogen, ialah faktor yang datang dari anak itu sendiri, hal ini dapat bersifat :

- Biologis, ialah hambatan yang bersifat kejasmanian.
- Psikologis, ialah hambatan yang bersifat kejiwaan.

b. Faktor eksogen, ialah hambatan yang dapat timbul dari luar diri anak, faktor ini meliputi :

- Faktor lingkungan keluarga.
- Faktor lingkungan sekolah.
- Faktor lingkungan masyarakat.

Kehadiran bimbingan dalam proses pendidikan dan pengajaran yang dilaksanakan, secara keseluruhan dapat berfungsi membantu dan menunjang usaha-usaha kearah kemajuan, kesejahteraan dan tercapainya tujuan pendidikan bagi sekolah maupun bagi anak didik terutama dalam proses belajar

mengajar didalam pendidikan dan pengajaran yang dijalankan. Fungsi utama bimbingan yang didukung oleh layanan pembelajaran ialah fungsi pemeliharaan yang pengembangan yang akan menghasilkan terpelihara dan terkembangkannya berbagai potensi dan kondisi positif anak didik dalam rangka perkembangan dirinya secara mantap dan berkelanjutan. Menurut Prayetno dalam bukunya "Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah" mengemukakan ada lima fungsi pokok pelayanan bimbingan yaitu :

a. Pengenalandiri

Upaya utama didalam bimbingan dalam rangka menemukan dan memberikan pemahaman terhadap potensi dan kemampuan bakat dan minat, kebutuhan-kebutuhan, sifat-sifat kepribadian, permasalahan dan kesulitan-kesulitan para siswa sesuai dengan fakta, data dan informasi dirinya sehingga ia dapat menggali dirinya secara utuh dan menyeluruh agar dapat disalurkan dengan sewajarnya.

b. Pencegahan masalah

Di dalam bimbingan terhadap upaya provinsip (pencegahan) dan kuratip (penyuluhan) terhadap segala permasalahan, baik yang belum terjadi maupun yang sedang mengalami kesulitan didalam memecahkannya, kemudian berupaya meluruskan agar para siswa dapat berbuat dan bertindak tanpa adanya ketergantungan kepada orang lain.

c. Kesejahteraan sekolah

Bimbingan dapat mengefektifkan segala tujuan yang ingin dicapai di sekolah, disamping membantu petugas-petugas sekolah terutama Kepala Sekolah dan guru-guru di dalam rangka menciptakan situasi dan kondisi atau iklim sekolah yang harmonis, sehat dan dinamis bagi keberhasilan pendidikan dan pengajaran.

D. Latar Belakang SG

Kepedulian dan kecintaan pada pendidikan khususnya pengajaran pada siswa-i mendorong lahirnya bimbingan belajar SG. *Brand SG* berawal dari Salemba Study Group (SSG) didirikan sejak tahun 1979 di Salemba-Jakarta dengan pimpinan Bapak Ir. Ihsan Mahyudin (mantan ketua ILUNI FTUI), kemudian berubah menjadi Salemba Group. Seiring dengan terus perkembangan dan sambutan para siswa maka terbentuklah *brand SG*. Bimbingan belajar SG secara resmi mulai membuka cabang pada bulan Oktober tahun 2003 dengan inisiator Ace (Alumni Teknik Gas Petrokimia FTUI), dan Asep Sudrajat (Alumni Teknik Industri FTUI). Bimbingan Belajar SG mempunyai pengajar yang professional, ramah dan memiliki kompetensi. Program bimbingan yang dilaksanakan SD, SMP, SMA dan KELAS UI.

VISI

Dengan Rahmat Allah Yang Maha Kuasa bertekad menjadi lembaga pendidikan yang terbaik, terunggul dan terbesar di Indonesia dan menjangkau mancanegara

MISI

1. Menjadikan SG sebagai Langkah Pasti Menuju UI dan PTN di Indonesia
2. Meningkatkan motivasi dan budaya belajar para siswa
3. Menjadi mitra strategis yang konstruktif dengan orang tua, siswa, sekolah, guru, perguruan tinggi dan masyarakat dalam mencerdaskan anak bangsa
4. Sebagai wadah pengkajian dan pengembangan ilmu pengetahuan dasar (*basic science*) dengan komitmen total kepada inovasi dan kreativitas, dengan pengembangan metode yang unik dan unggul (*great solution method*) untuk menguasai ilmu pengetahuan dasar (*basic science*)
5. Bersama-sama mewujudkan kesejahteraan bersama, dan kebahagiaan dunia dan akhirat

VALUE DAN MOTTO

1. Hasrat untuk menjadikan Lembaga sebagai wadah kepedulian alumni pada adik-adiknya
2. Didukung oleh tim yang memiliki integritas, komitmen dan akuntabilitas yang akan membawa lembaga pada visi dan misinya
3. Strategi pelayanan total dan harga terjangkau adalah komitmen lembaga, pendidikan adalah hak dasar setiap manusia
4. Dari Value Lembaga tersebut maka lembaga bermotto : "Dare To Be A Great"(Beranilah Menjadi Unggul) , motto ini di ambil agar para siswa optimis sebagai insan unggul dan cerdas untuk meraih cita-cita tinggi, di samping itu juga berdasar cita-cita para pendiri, pengajar dan segenap manajemen untuk untuk mewujudkan visi dan misi lembaga
5. Motivasi untuk terus berkarya : "Kami yakin dengan tekad kuat dan benar, usaha yang sungguh-sungguh serta doa yang tulus, sukses sebuah keniscayaan"

**Nilai Budaya Dan Prilaku Utama
Integritas Disiplin Profesional Kekeluargaan**

1. INTEGRITAS

Bekerja dengan penuh kejujuran, tanggung jawab, moral, satu kata dengan perbuatan dan setia pada yang benar. Panduan Perilaku :

- a. Menjunjung tinggi dan setia pada prinsip kebenaran
- b. Melaksanakan tugas dengan ikhlas
- c. Bersikap terbuka dalam mengungkapkan pendapat dan gagasan

- d. Menyatakan fakta secara transparan, jujur, dan menjaga rahasia perusahaan.
- e. Mencintai pekerjaan dan menjaga citra perusahaan
- f. Terus berupaya keras untuk mencapai target

2. DISIPLIN

Patuh waktu dan peraturan Bekerja secara tepat waktu, tepat guna, dan tepat peraturan. Panduan Perilaku:

- a. Tepat waktu
- b. Bertindak sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang berlaku dengan penuh tanggung jawab
- c. Melaksanakan rencana yang telah ditetapkan
- d. Menggunakan dan menjaga sarana prasarana dan aset kantor sesuai peruntukannya

3. PROFESIONAL

Menjalankan tugas sesuai dengan keahlian, keterampilan, dan pengetahuan di bidangnya untuk mencapai kinerja terbaik dan menjunjung tinggi budaya perusahaan. Kompeten, bertanggung jawab, bekerja keras, cerdas dan tuntas, kinerja, dan pelayanan terbaik. Panduan Perilaku:

- a. Bekerja efektif dan efisien
- b. Memberikan layanan dengan sigap, cepat dan akurat
- c. Senyum, salam, sapa, sopan, dan santun
- d. Positif *thinking*, Inovatif, dan kreatif
- e. Selalu belajar untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan keahliannya
- f. Berwawasan luas dan pandangan jauh ke depan

4. KEKELUARGAAN

Bekerja dengan penuh ketulusan, ikhlas, keterbukaan, saling percaya, saling menghargai, dan saling mencintai. Panduan Perilaku:

- a. Kebersamaan antar sesama karyawan tidak memandang jabatan
- b. Saling membantu dalam menyelesaikan pekerjaan
- c. Mengutamakan musyawarah mufakat
- d. Tidak melakukan hal yang merugikan sesama karya

Pengembangan Cabang

Bimbingan belajar SG dikembangkan dari SG Pusat dan melalui Program Kemitraan. SG Pusat membuka cabang baru dengan *share* kepemilikan bersama para karyawan dan pengajar. SG hanya membuka cabang yang lokasinya beririsan dengan cabang yang sudah ada, hal ini untuk menjaga kualitas pengajar, pengajaran dan pelayanan.

Program Kemitraan SG adalah kerjasama SG dengan pihak yang telah memenuhi syarat untuk menjalin kerjasama dengan SG. Syarat mitra sebagai berikut :

1. Mempunyai kepedulian pada kemajuan pendidikan bangsa
2. Memiliki bangunan ruko/rumah yang strategis
3. Menyediakan sarana dan prasarana untuk operasional bimbingan belajar
4. Sanggup menyediakan modal operasional awal
5. Sanggup mematuhi perjanjian dan peraturan perusahaan

Prosesnya adalah calon mitra mengisi form (*online/offline*), kemudian tim SG akan menyeleksi baik individu calon mitra dan dilakukan survey lokasi. Hasil seleksi akan diberitahukan pada calon mitra. Jika lulus, calon mitra akan diundang ke SG Pusat untuk penjelasan detail kerjasama (termasuk prospek keuangan). Kemitraan dibuka untuk wilayah Depok, Bogor, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, dan Tangerang.

Unsur-unsur bimbel (bimbingan belajar) adalah,

1. Peserta les / siswa
2. Tutor
3. Tempat bimbel

Ketiga unsur diatas harus dipenuhi agar bimbingan belajar dapat beroperasi. Adapun tutor merupakan profesi seseorang yang menyampaikan materi dalam kelas. Profesi tutor disini sebagai guru bagi para siswa diluar sekolah untuk memahami materi yang kurang disekolah. Setelah menjalankan tugas tentunya tutor mendapatkan kompensasi oleh lembaga bimbingan belajar

E. Kompensasi

Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut pada organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik maupun non fisik dan harus dihitung dan diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikannya kepada organisasi/perusahaan tempat iabekerja.

Perusahaan dalam memberikan kompensasi kepada para pekerja terlebih dahulu melakukan penghitungan kinerja dengan membuat sistem penilaian kinerja yang adil. Sistem tersebut umumnya berisi kriteria penilaian setiap pegawai yang ada misalnya mulai dari jumlah pekerjaan yang bisa diselesaikan, kecepatan kerja, komunikasi dengan pekerja lain, perilaku, pengetahuan atas pekerjaan, dan lain sebagainya.

Para karyawan mungkin akan menghitung-hitung kinerja dan pengorbanan dirinya dengan kompensasi yang diterima. Apabila karyawan merasa tidak puas dengan kompensasi yang didapat, maka dia dapat

mencoba mencari pekerjaan lain yang memberi kompensasi lebih baik. Hal itu cukup berbahaya bagi perusahaan apabila pesaing merekrut / membajak karyawan yang merasa tidak puas tersebut karena dapat membocorkan rahasia perusahaan/organisasi.

Kompensasi yang baik akan memberi beberapa efek positif pada organisasi / perusahaan sebagai berikut di bawah ini :

- a. Mendapatkan karyawan berkualitas baik
- b. Memacu pekerja untuk bekerja lebih giat dan meraih prestasi gemilang
- c. Memikat pelamar kerja berkualitas dari lowongan kerja yang ada
- d. Mudah dalam pelaksanaan dalam administrasi maupun aspek hukumnya
- e. Memiliki keunggulan lebih dari pesaing / kompetitor

Macam-Macam / Jenis-Jenis Kompensasi Yang Diberikan Pada Karyawan :

1. Imbalan Ekstrinsik

a. Imbalan ekstrinsik yang berbentuk uang antara lain misalnya :

- gaji
- upah
- honor
- bonus
- komisi
- insentif
- upah, dll

b. Imbalan ekstrinsik yang bentuknya sebagai benefit / tunjangan pelengkap contohnya seperti :

- uang cuti
- uang makan
- uang transportasi / antar jemput
- asuransi
- jamsostek / jaminan sosial tenaga kerja
- uang pensiun
- rekreasi
- beasiswa melanjutkan kuliah, dsb

2. Imbalan Intrinsik

Imbalan dalam bentuk intrinsik yang tidak berbentuk fisik dan hanya dapat dirasakan berupakelangsungan pekerjaan, jenjang karir yang jelas, kondisi lingkungan kerja, pekerjaan yang menarik, dan lain-lain.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan penulis diantaranya adalah

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan membaca buku literatur tentang kompensasi dan kinerja selain itu juga melakukan rujukan elektronik dari internet

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan langsung terjun ke lokasi penelitian yaitu bimbingan belajar SG alternatif cibubur agar dapat melihat langsung kinerja tutor

3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada tutor dan kepala Cabang yang terdiri dari 12 tutor dan 1 orang kepala cabang jadi seluruh populasi adalah sampel dalam penelitian ini

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala cabang Bimbingan Belajar SG Alternatif Maman Nuryaman,SPd Pembayaran kompensasi tutor di SG alternatif Cibubur pada tahun 2016 menggunakan sistem pembayaran tunai langsung berupa uang fisik, namun memasuki 2017 ada kebijakan baru yaitu pembayaran dengan menggunakan transfer. Pembayaran kompensasi secara langsung disertai dengan pertemuan tatap muka, berbeda dengan sistem transfer yang langsung masuk ke rekening tutor. Pembayaran kompensasi langsung diambil di alamat bimbingan belajar pada tanggal 7 setiap bulan hal tersebut disertai dengan rapat sehingga menciptakan komunikasi dan koordinasi antara tutor dan sesama tutor serta antara tutor dengan kepala cabang.

Berbeda dengan metode pembayaran kompensasi tahun 2017 yang menggunakan sistem transfer pada saat tanggal 7 setiap bulan, tutor tidak perlu ke kantor untuk mengambil kompensasi karena pembayaran kompensasi akan otomatis masuk pada rekening masing-masing tutor.

Berdasarkan wawancara dengan tutor maka didapatkan kelebihan pembayaran kompensasi melalui transfer sebagai berikut:

1. Hemat waktu, tutor tidak perlu meluangkan waktu mengambil kompensasi ke kantor
2. Uang yang diterima langsung masuk ke rekening
3. Hemat biaya transportasi

Adapun kekurangan sistem pembayaran ini sebagai berikut:

1. Tidak ada pertemuan pada saat pembayaran kompensasi
2. Sulit koordinasi dengan seluruh tutor
3. Mengurangi komunikasi sesama tutor
4. Uang yang diterima tidak bisa seluruhnya diambil karena tutor melakukan penarikan di ATM

Peneliti melakukan wawancara lebih lanjut kepada kepala cabang mengenai alasan diterapkannya sistem ini, menurut beliau ini adalah kebijakan dari pusat mengingat bimbingan belajar SG alternatif Cibubur adalah cabang maka harus mengikuti saja.

Akibat sistem pembayaran kompensasi ini, pada periode 2016 setiap bulan selalu diadakan rapat pada saat pengambilan gaji, namun pada periode 2017 hanya terdapat 1 kali rapat dan hal tersebut hanya diikuti oleh 5 orang tutor. Kepala cabang kesulitan untuk menginstruksikan kepada tutor untuk datang pada saat rapat, sehingga koordinasi dan komunikasi dengan tutor sulit dilakukan.

Pengaruh dari berkurangnya rapat antara tutor dan pimpinan dalam hal ini kepala cabang, informasi jadi sulit tersampaikan. Informasi penting biasanya adalah terkait keluhan mengajar, metode mengajar yang baru, promosi kepada siswa dan sebagainya. Tutor harus menyelesaikan sendiri terkait dengan keluhannya karena keluhan tidak tersampaikan kepada atasan disamping itu tutor juga kurang dapat berinovasi dalam menghadapi siswa karena tutor tidak dapat masukan dari tutor lain agar menjadi tutor yang menyenangkan. Setelah sistem ini diterapkan sesama tutor cenderung menjadi kurang kompak.

Hal lain yang juga ditemukan pada saat observasi adalah sistem pembayaran transfer ini memiliki kelemahan karena tidak memiliki kepastian waktu kapan akan ditransfer karena ditransfer oleh orang perorangan. Terkadang ada tutor yang sudah ditransfer terkadang ada yang terlewat akibat kelalaian atau lain hal. Dengan metode transfer pihak pengirim transfer akan kesulitan dalam mentransfer karena tutor memiliki rekening di bank yang berbrbeda beda. Hal ini berbeda dengan sistem payroll yang mewajibkan penerima transfer menggunakan rekening yang sama dengan yang ditentukan dan ditransfer otomatis oleh bank yang bersangkutan sehingga kelalaian pada sistem transfer perorangan dapat diminimalisir.

Akibat kelalaian dalam mentransfer seringkali terjadi keluhan oleh tutor karena uang yang harusnya sudah diterima dan direncanakan untuk memenuhi kebutuhan jadi terhambat. Keluhan ini berakibat pada kinerja tutor dalam bekerja

Menurut Sastrohadiwiry (2002:231), Penilaian kinerja adalah suatu kegiatan yang dilakukan manajemen/penyelia penilai untuk menilai kinerja tenaga kerja dengan cara membandingkan kinerja atas kinerja dengan uraian/deksripsi pekerjaan dalam suatu periode tertentu yang biasanya setiap akhir tahun.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengukur kinerja masing-masing tenaga kerja dalam mengembangkan

kualitas kerja, pembinaan selanjutnya, tindakan perbaikan atas pekerjaan yang kurang sesuai dengan deskripsi pekerjaan, serta untuk keperluan yang berhubungan dengan masalah ketenagakerjaan lainnya. Penilaian kinerja terhadap tenaga kerja biasanya dilakukan oleh manajemen/penyelia yang hirarkinya langsung diatas tenaga kerja yang bersangkutan atau manajemen/penyelia yang ditunjuk untuk itu.

Menurut Handoko (2000:125), penilaian kinerja adalah proses melalui dimana organisasi-organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Dalam meningkatkan prestasi kerja karyawan seorang pemimpin dapat melakukannya dengan memotivasi bawahannya. Seorang pemimpin tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungannya sendiri, tetapi karena ia mempunyai keinginan yang kuat untuk berprestasi.

Terdapat beberapa unsur-unsur kinerja alam sebuah organisasi. Menurut B. Siswanto Sastrohadiwiry (2005), belum adanya kesamaan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya dalam menentukan unsur yang harus dinilai dalam proses penilaian kinerja yang dilakukan manajemen/penyelia penilai disebabkan selain terdapat perbedaan yang diharapkan dari masing-masing perusahaan, juga karena belum terdapat standar baku tentang unsur-unsur yang perlu diadakan penilaian.

Menurut Siswanto (1987:194), pada umumnya unsur-unsur yang perlu diadakan penilaian dalam proses penilaian pelaksanaan pekerjaan antara lain:.

Kesetiaan yang dimaksud adalah tekad dan kesanggupan mentaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu yang ditaati dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesanggupan tersebut harus dibuktikan dengan sikap dan perilaku tenaga kerja yang bersangkutan dalam kegiatan sehari-hari serta dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya. Kesetiaan tenaga kerja terhadap perusahaan sangat berhubungan dengan pengabdianya. Pengabdian yang dimaksud adalah sumbangan pikiran dan tenaga yang ikhlas dengan mengutamakan kepentingan publik. Dalam hal tutor masih setia dalam melakukan kewajiban sebagai tutor dan tidak ada tutor yang resign atau keluar terkait dengan perubahan sistem kompensasi ini.

Yang dimaksud dengan hasil kerja adalah kinerja yang dicapai oleh seorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya. Pada umumnya kerja seorang tenaga kerja antara lain dipengaruhi oleh kecakapan, keterampilan, pengalaman, dan kesungguhan tenaga kerja yang bersangkutan. Hasil kerja tutor cenderung menurut akibat tidak adanya penyelesaian apabila

terjadi kendala dalam bekerja cenderung tutor mencoba solusi sendiri namun hal tersebut kurang efektif dan teruji dibanding masukan dari tutor senior

Tanggung jawab adalah kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu serta berani memikul resiko atas keputusan yang diambilnya atau tindakan yang dilakukannya. Berdasarkan hasil observasi tutor masih bertanggung jawab terhadap job desk yang diberikan.

Yang dimaksud ketaatan adalah kesanggupan seorang tenaga kerja untuk mentaati segala ketetapan, peraturan perundang-undangan dan peraturan kedinasan yang berlaku, mentaati perintah kedinasan yang diberikan atasan yang berwenang, serta kesanggupan untuk tidak melanggar larangan yang telah ditetapkan perusahaan maupun pemerintah, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Ketaatan tutor sangat menurun hal ini dilihat dari undangan rapat yang diinformasikan oleh kepala cabang seringkali tidak dipenuhi sehingga dalam setahun hanya sekali rapat dan tidak seluruh tutor dapat menghadirinya.

Yang dimaksud dengan kejujuran adalah ketulusan hati seorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan serta untuk tidak menyalahgunakan wewenang yang telah diberikan kepadanya. Dalam hal kejujuran menurut penuturan kepala cabang semua tutor masih jujur dalam bekerja

Kerjasama adalah seorang tenaga kerja untuk bekerja sama dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan pekerjaan yang telah ditetapkan, sehingga mencapai daya guna dan hasil guna yang sebesar-besarnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan tutor kerjasama antar sesama tutor sangat minim sekali karena tidak ada kekompakan antar tutor, tidak ada kedekatan pribadi antara tutor hal tersebut karena jaranganya pertemuan antar tutor

Prakarsa adalah seorang tenaga kerja untuk mengambil keputusan, langkah-langkah atau melaksanakan sesuatu tindakan yang diperlukan dalam melaksanakan tugas pokok tanpa menunggu perintah dan bimbingan dari manajemen lainnya. Tutor memiliki prakarsa yang bagus karena harus mengambil tindakan sendiri dalam menemui kesulitan.

Yang dimaksud dengan kemampuan adalah yang dimiliki seorang tenaga kerja untuk meyakinkan orang lain (tenaga kerja lain) sehingga dapat dikerahkan secara maksimum untuk melaksanakan tugas pokok. Penilaian unsur kemampuan bagi tenaga kerja sebenarnya khusus diperuntukkan bagi

tenaga kerja yang memiliki jabatan di seluruh hirarki dalam perusahaan. Berdasarkan hasil observasi tutor masih memiliki kemampuan karena berdasarkan seleksi rekrutmen hanya tutor yang memiliki kemampuan mengajar yang bisa bergabung di bimbingan belajar SG alternatif Cibubur.

IV. KESIMPULAN

Pada dasarnya kompensasi sangat mempengaruhi kinerja dari pegawai. Bahkan metode pembayarannya pun mempengaruhi kinerja pegawai itu sendiri. Metode pembayaran memiliki kekurangan dan kelebihan namun untuk jumlah karyawan kurang dari 20 orang sebaiknya tidak menggunakan sistem transfer karena akan lebih baik dengan pembayaran langsung secara tatap muka agar komunikasi dan koordinasi antara karyawan dan pegawai dapat terbina dengan baik.

REFERENSI

- B. Siswanto Hadiwiryo. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan administrasi dan operasional*. Jakarta: Bumi Aksara
- Efendi, Marhot Tua. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo
- Handoko T. Hani 2000 *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Siagian, Sondang P. 2005. *Dasar Kunci Keberhasilan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswanto 1987 *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: PT bumi Aksara
- www.salembagroup.com/?branch=cabang-alternatif-cibubur

Penerapan Just In Time Pada Perancangan Model Penjadwalan Produksi dengan Sistem Tarik

Bayu Wirawan D.S
Program Studi Teknik Batik Politeknik Pusmanu Pekalongan
email : bayuwirawands@politeknikpusmanu.ac.id

Abstract - In running Just In Time production system, it is necessary accuracy in planning production schedules starting to schedule the purchase of production materials, production material acceptance schedule, production schedule, production schedule to product delivery schedule. Truth and timely delivery of materials of production are indispensable in this Just In Time Production System. As with PT YMMA, the company must be able to receive the correct raw materials and in the amount required for one day of production, the raw material suppliers are expected to be able to deliver it and arrive at the production warehouse within a very short time frame. This study aims to produce timely production scheduling model that can take into account the capacity of operator needs, production volume smoothing and the order of type of goods to be produced using the concept of takt time. The scheduling model is designed by considering the amount of production, the time standard of the product, the working time, and the takt time. The resulting production scheduling model can take into account the capacity of the operator needs, the production volume smoothing and the ordering of the type of goods to be produced so as to synchronize the production schedule and for the makespan calculation using the Shortest Processing Time (SPT) method, and Longest Processing Time (LPT) the same according to the specified working time

Keywords: Production scheduling, Takt time, JIT, Pull system

I. PENDAHULUAN

Sistem Produksi Toyota, dikembangkan dan dipromosikan oleh Toyota Motor Corporation dan telah dipakai oleh banyak perusahaan Jepang sebagai akibat krisis minyak di tahun 1973. Tujuan utama sistem produksi Toyota adalah pengurangan biaya atau perbaikan produktivitas dengan menghilangkan pemborosan. (Monden, 2000).

Just in Time (JIT) adalah suatu sistem manufaktur yang bertujuan untuk mengoptimalkan proses-proses dan prosedur dengan mengurangi (menghilangkan) pemborosan-pemborosan atau dengan kata lain JIT adalah sistem atau ide untuk memproduksi dan membawa barang atau produk yang dibutuhkan pada saat dibutuhkan dan sejumlah yang dibutuhkan saja. (Maryati, 2001)

Tujuan sistem produksi *Just In Time* (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (*overproduction*), persediaan yang berlebihan (*excess Inventory*) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (*waiting*). Dengan adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (*overproduction*, *excess inventory* dan *waiting*) diantara 7 pemborosan (7 *Waste*) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. (Liker, 2004)

Sistem Produksi *Just In Time* atau JIT sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat Waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan diolah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi

juga harus siap diproduksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula. Dengan demikian tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau *Work In Process*) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan *cash flow* dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi. (Liker, 2004) Dalam menjalankan sistem produksi *Just In Time*, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi sangat diperlukan dalam Sistem Produksi *Just In Time* ini. Seperti halnya pada PT YMMA, perusahaan harus dapat menerima bahan baku yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok bahan baku tersebut diharapkan untuk dapat mengirimkannya dan tiba di gudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat. Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan "*Pull System*" atau "Sistem Tarik".

Sistem tarik adalah suatu sistem pengendalian produksi dimana proses paling akhir dijadikan sebagai titik awal produksi. Dengan demikian rencana produksi yang dikehendaki, dengan jumlah dan tanggal yang telah ditentukan, diberikan kepada

proses paling akhir. Dalam sistem tarik, proses sesudah akan meminta atau menarik material dari proses sebelum dengan berdasarkan pada kebutuhan aktual dari proses sesudah. Dalam hal ini proses sebelum tidak boleh memproduksi dan mendorong atau memberikan komponen kepada proses sesudah sebelum ada permintaan dari proses sesudah. Dengan cara ini rencana proses produksi akan berjalan dari departemen produksi akhir ke departemen produksi paling awal. Dalam sistem tarik jumlah persediaan diusahakan sekecil mungkin dan biasanya disimpan dalam lot yang berukuran standar dengan membatasi jumlah dari lot tersebut. Sistem Tarik merupakan proses beraliran ganda (*double flow process*), dimana aliran material berada pada arah yang berbeda dengan aliran jadwal yang disusun (Gaspersz, 1998)

Produktivitas tenaga kerja yang rendah akan mengakibatkan pemborosan dana dan waktu yang berlebihan. Pemborosan dana terjadi akibat proses produksi yang tidak efisien sehingga menyebabkan *output* standar tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Penggunaan waktu yang berlebih terjadi akibat penerapan metode kerja yang kurang tepat, sehingga perlu dikurangi atau diperbaiki untuk mendapatkan hasil yang optimal (Herliansyah dan Wahdah, 2006).

Agar target produksi bisa tercapai, maka sangat diperlukan ketepatan didalam pengaturan kapasitas, pengaturan *resources* terhadap permintaan dan pengaturan fungsi-fungsi terkait terhadap kebutuhan produksi.

Pengurangan biaya dan perbaikan produktivitas dicapai dengan menghilangkan berbagai pemborosan seperti misalnya sediaan yang terlalu banyak dan tenaga kerja yang terlalu banyak. (Monden, 2000)

Ada tiga hal yang menjadi tujuan *Toyota Production System* (Monden, 2000), yaitu:

1. Pengurangan biaya (*cost reduction*) dan penghilangan *Muda*.
2. Menghasilkan barang tepat waktu dalam jumlah yang tepat.
3. Menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang murah.

Persoalan penjadwalan produksi pada dasarnya adalah pengalokasian sumber daya untuk menyelesaikan sekumpulan pekerjaan agar memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tersebut dapat berupa waktu penyelesaian pekerjaan yang minimal, penggunaan sumber daya yang maksimal, meminimasi total biaya yang ditimbulkan dan kriteria-kriteria lainnya. Ada tiga aspek penting yang akan menentukan pemenuhan kriteria tersebut, yaitu penentuan ukuran lot produksi, penentuan urutan

pekerjaan dan penentuan kapasitas produksi yang diperlukan (Retno, 2003).

Dalam sistem produksi yang bersifat *job order* besarnya jumlah produk yang akan diproduksi tergantung pada pesanan atau perkiraan kebutuhan konsumen yang bersifat probabilistik. Sehingga perencanaan produksi yang dilakukan harus tepat karena dalam pelaksanaannya akan melibatkan secara langsung kebutuhan akan tenaga kerja, jam kerja, material, mesin dan fasilitas produksi yang lain. Selanjutnya dilakukan perencanaan untuk penjadwalan produksi, dimana akan ditentukan penugasan untuk mesin-mesin dan fasilitas produksi lainnya. Penjadwalan dilakukan bila terdapat antrian atau banyak pekerjaan yang yang menunggu untuk dilakukan, sehingga perlu dilakukan pengaturan pekerjaan mana yang sebaiknya didahulukan pengerjaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan penjadwalan produksi tepat waktu yang dapat memperhitungkan kapasitas kebutuhan operator, perataan volume produksi dan pengaturan urutan tipe barang yang akan diproduksi dengan menggunakan konsep *takt time*.

Setelah rencana produksi diketahui maka dapat dibuat suatu jadwal urutan proses untuk masing-masing produk pada tiap-tiap periode. Sebelum membuat jadwal urutan proses ditentukan dulu waktu siklus yang diperlukan untuk masing-masing produk. Waktu siklus yaitu rentang waktu untuk memproduksi satu unit produk. (Maryati, 2001)

Takt time berasal dari bahasa Jerman yaitu kata "takt" yang diartikan dengan ritme atau *beat* yang artinya *beat* yang menandai irama. Ibarat irama musik yang harus dijaga agar setiap instrumen tetap dalam harmoni, demikian pula dengan irama proses produksi agar arus proses tetap terjaga dalam harmoni sehingga tidak ada unit kerja lebih cepat namun tidak pula lebih lambat. Semua kecepatan terjaga agar input masuk tepat waktu dan output keluar tepat waktu pula sehingga arus proses produksi proses produksi dari awal hingga akhir secara keseluruhan tetap terjaga secara dinamis dalam lini produksi dengan ritmik terpadu. (Fekete dan Jaroslav, 2013)

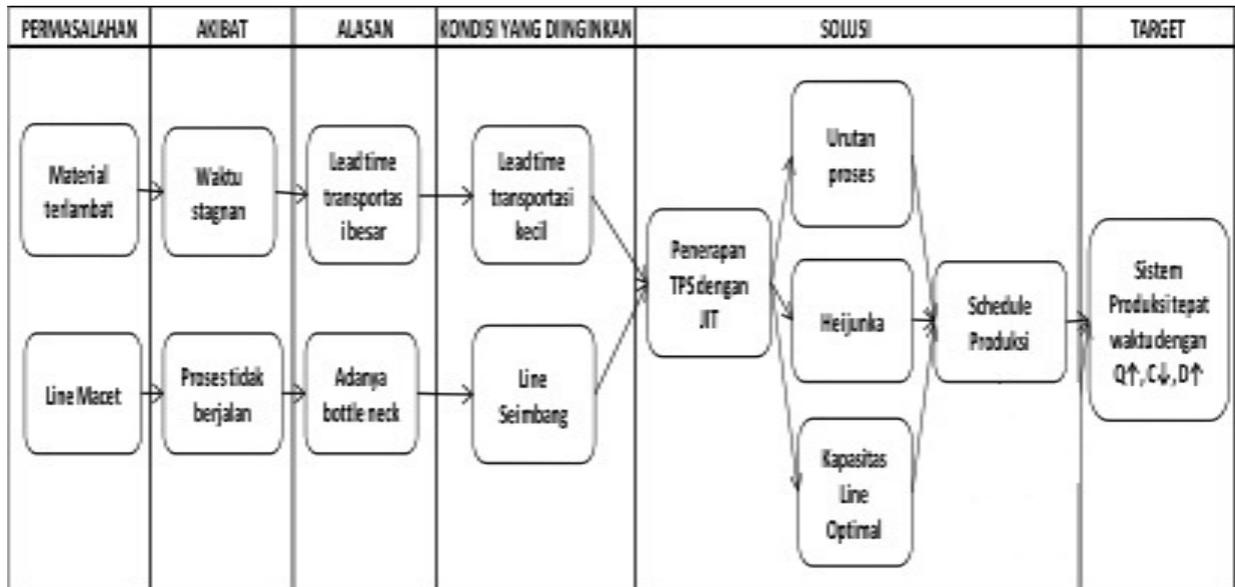
Heijunka adalah meratakan produksi baik dari segi volume maupun bauran produk. Ia tidak membuat produk berdasarkan urutan aktual dari pesanan pelanggan, yang dapat naik dan turun secara tajam, tapi mengambil jumlah total pesanan dalam satu periode dan meratakannya sehingga dibuat dalam jumlah dan bauran yang sama setiap hari. Pendekatan TPS sejak semula adalah untuk mempertahankan ukuran *batch* yang kecil dan membuat apa yang diinginkan oleh Pelanggan. (Vidhate et all, 2013)

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Kerangka Permasalahan

Permasalahan tersebut adalah tidak ada koordinasi antar proses, maka akan dimungkinkan terjadi

penumpukan atau kekurangan persediaan material WIP dikarenakan ketidak sinkronan schedule tipe barang yang akan dibuat di area *final assy* dengan area pen-suplai WIP, yang mengakibatkan *lead time* proses menjadi lama.

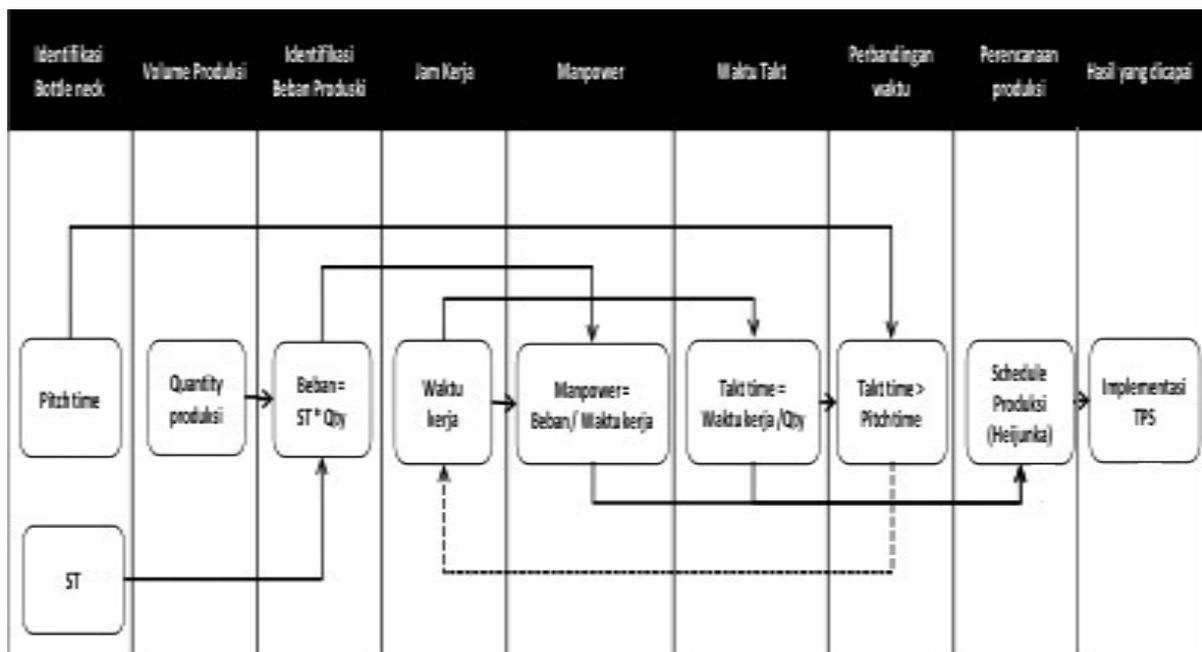


Gambar 1. Kerangka Permasalahan

2.2 Kerangka Pemikiran

Model pemerataan terhadap volume produksi yang akan dihasilkan berupa model yang memberikan pemerataan beban produksi yang optimal kepada perusahaan sedangkan model pengaturan urutan tipe

barang yang akan diproduksi yang dapat yang dapat mensinkron *schedule* produksi proses sebelum. Gambar 2. dibawah menunjukkan kerangka pemikiran penelitian.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.3 Rancang Bangun Model Penjadwalan

Adapun model yang digunakan untuk merancang model penjadwalan produksi yang dapat memperhitungkan kapasitas kebutuhan operator, perataan volume produksi dan pengaturan urutan tipe barang yang akan diproduksi di area *final assy* PT YMMA adalah sebagai berikut :

1. Model penjadwalan produksi yang memperhitungkan kapasitas kebutuhan operator
Model penjadwalan dirancang dengan tujuan agar dapat memberikan tingkat perhitungan kapasitas produksi yang optimal dengan mempertimbangkan jumlah produksi, *standar time* dari produk dan waktu kerja yang ditentukan
2. Model penjadwalan produksi yang meratakan terhadap volume produksi
Model penjadwalan dirancang dengan tujuan agar dapat memberikan kapasitas produksi yang rata dengan mempertimbangkan jumlah produksi dan *standar time* dari produk
3. Model pengaturan urutan tipe barang yang akan diproduksi
Model penjadwalan dirancang dapat mengatur urutan tipe barang yang akan diproduksi dengan mempertimbangkan *takt time* yang dapat yang dapat mensinkron *schedule* produksi proses.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Model perhitungan kapasitas *Manpower* dan pemerataan terhadap beban produksi

Menurut Heizer dan Barry (2009), Produksi yang efisien dalam sel kerja membutuhkan pengisian staf yang tepat. Hal ini melibatkan dua langkah :
Pertama, menentukan waktu *takt*, yaitu laju produksi barang yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Kedua, menentukan jumlah operator yang dibutuhkan. Artinya, kita bagi waktu operasi total dalam sel kerja dengan waktu takt.

Kapasitas desain (*design capacity*) adalah output secara teoritis pada suatu periode waktu tertentu dengan kondisi yang ideal. Kapasitas adalah jumlah maksimum dari unit yang diproduksi dalam suatu waktu tertentu. (Heizer dan Barry, 2009).

Menurut Heizer dan Barry (2009), standar tenaga kerja yang ditetapkan adalah waktu yang diperlukan oleh seorang pekerja untuk melaksanakan aktivitas tertentu dibawah kondisi kerja normal.
beban produksi

Perhitungan kapasitas yang dibutuhkan (beban produksi) diperoleh dari jumlah kuantiti *schedule* dikalikan dengan *Standard time*.

Standar time yang digunakan di PT YMMA adalah Standar waktu yang telah ditentukan (*Predetermined time standards*) membagi pekerjaan manual menjadi unsur dasar yang kecil yang telah memiliki waktu tertentu (berdasarkan sampel pekerja yang sangat besar). Untuk memperkirakan waktu untuk sebuah pekerjaan tertentu, faktor waktu bagi setiap unsur dasar dari pekerjaan itu dijumlahkan. Standard waktu yang telah ditentukan yang paling umum adalah metode pengukuran waktu (*methods time measurement*).

Menghitung beban Produksi;

$$\text{Beban} = ST \times \text{Kuantiti}$$

Contoh Perhitungan Beban :

Tabel 1. Perhitungan beban

LINE	MODEL	Schedule (Sch)					ST	Beban (ST x Sch)				
		9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun		9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun
		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri
CLP-1	CLP-525R	56	56	56	56	56	88.72	4,969	4,969	4,969	4,969	4,969
	CLP-525B	28	28	28	28	28	88.72	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484
	CLP-535R	78	78	78	78	78	105.72	8,246	8,246	8,246	8,246	8,246
	SCLP-5350	10	10	10	10	10	105.72	1,057	1,057	1,057	1,057	1,057
TOTAL LINE CLP-1		172	172	172	172	172		16,756	16,756	16,756	16,756	16,756

Contoh diatas merupakan perhitungan beban untuk model yang dikerjakan di line CLP-1, dari hasil perhitungan didapat bahwa beban produksi di line CLP-1.

Menghitung Waktu *takt*;

$$\text{Waktu } takt = \frac{\text{Waktu kerja total yang mungkin}}{\text{barang yang dibutuhkan}}$$

Tabel 2. Perhitungan *takt time*

LINE	MODEL	Group Kerja	Waktu kerja	Takt Time Per Model (Beban/Total Beban)x waktu kerja/Sch				
				9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun
				Mon	Tue	Wed	Thu	Fri
CLP-1	CLP-525R	S1 + S2 + S3	1,290	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8
	CLP-525B			6.8	6.8	6.8	6.8	6.8
	CLP-535R			8.1	8.1	8.1	8.1	8.1
	SCLP-5350			8.1	8.1	8.1	8.1	8.1

Contoh diatas merupakan perhitungan *takt time* untuk model yang dikerjakan di line CLP-1, dari hasil perhitungan didapat bahwa waktu untuk mengerjakan 1 unit CLP-525 adalah 6.8 menit dan waktu untuk mengerjakan 1 unit CLP-523 adalah 8.1 menit.

$$\text{Operator yang dibutuhkan} = \frac{\text{Waktu operasi total yang dibutuhkan}}{\text{Waktu takt}}$$

$$\text{Operator yang dibutuhkan} = \frac{ST \times \text{Kuantiti}}{\text{Waktu kerja}}$$

Langkah 3 :

Menghitung Jumlah *Manpower*;

Tabel 3. Perhitungan *Manpower*

LINE	MODEL	Schedule (Sch)					Group Kerja	Waktu kerja	Jml Opr Direct	ST
		9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun				
		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri				
CLP-1	CLP-525R	56	56	56	56	56	S1 + S2 + S3	1,290	39	88.72
	CLP-525B	28	28	28	28	28				88.72
	CLP-535R	78	78	78	78	78				105.72
	SCLP-5350	10	10	10	10	10				105.72

Contoh diatas merupakan perhitungan *manpower* di line CLP-1, dari hasil perhitungan didapat bahwa jumlah *manpower* yang dibutuhkan untuk mengerjakan produksi di line CLP-1 adalah 39 orang dengan jam kerja 3 shift.

1. Perhitungan takt time dan nilai *makespan*

A. Perhitungan *takt time* dan nilai *makespan* untuk SPT

3.2. Model pengaturan urutan tipe barang yang akan diproduksi

Tabel 4. Perhitungan *makespan* dengan metode SPT

LINE	MODEL	Takt Time Per Model (Beban/Total Beban)x waktu kerja/Sch					Lama Pengerjaan (Takt Time x Sch)				
		9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun	9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun
		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri
CLP-1	CLP-525R	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8	383	383	383	383	383
	CLP-525B	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8	191	191	191	191	191
	CLP-535R	8.1	8.1	8.1	8.1	8.1	635	635	635	635	635
	SCLP-5350	8.1	8.1	8.1	8.1	8.1	81	81	81	81	81
TOTAL LINE CLP-1							1,290	1,290	1,290	1,290	1,290

Contoh diatas merupakan perhitungan *makespan* dengan menggunakan metode *Shortest Processing Time* (SPT) di line CLP-1, dari hasil perhitungan didapat bahwa total waktu yang dibutuhkan untuk

mengerjakan produksi di line CLP-1 adalah 1290 menit (jam kerja 3 shift).
B. Perhitungan *takt time* dan nilai *makespan* untuk LPT

Tabel 5. Perhitungan *makespan* dengan metode LPT

LINE	MODEL	Takt Time Per Model (Beban/Total Beban)x waktu kerja/Sch					Lama Pengerjaan (Takt Time x Sch)				
		9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun	9/Jun	10/Jun	11/Jun	12/Jun	13/Jun
		Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri
CLP-1	CLP-525R	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8	383	383	383	383	383
	CLP-525B	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8	191	191	191	191	191
	CLP-535R	8.1	8.1	8.1	8.1	8.1	635	635	635	635	635
	SCLP-5350	8.1	8.1	8.1	8.1	8.1	81	81	81	81	81
TOTAL LINE CLP-1							1,290	1,290	1,290	1,290	1,290

Contoh diatas merupakan perhitungan *makespan* dengan menggunakan metode *Longest Processing Time* (LPT) di line CLP-1, dari hasil perhitungan didapat bahwa total waktu yang dibutuhkan untuk

mengerjakan produksi di line CLP-1 adalah 1290 menit (jam kerja 3 shift).

2. Perhitungan urutan *schedule*
- A. Perhitungan urutan *schedule* untuk SPT

Tabel 6. Urutan *schedule* dengan metode SPT

LINE	MODEL	Definition of Production Schedule									
		Mon		Tue		Wed		Thu		Fri	
		Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop
CLP-1	CLP-525R	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32
	CLP-525B	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43
	CLP-535R	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48
	SCLP-5350	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59
TOTAL LINE CLP-1											

Contoh diatas merupakan perhitungan urutan *schedule* produksi di line CLP-1 dengan menggunakan metode *Shortest Processing Time* (SPT).

- B. Perhitungan urutan *schedule* untuk LPT

Tabel 7. Urutan *schedule* dengan metode LPT

LINE	MODEL	Definition of Production Schedule									
		Mon		Tue		Wed		Thu		Fri	
		Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop	Start	Stop
CLP-1	CLP-525R	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32	7:10	14:32
	CLP-525B	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43	14:32	17:43
	CLP-535R	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48	17:43	5:48
	SCLP-5350	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59	5:48	7:09:59
TOTAL LINE CLP-1											

Contoh diatas merupakan perhitungan urutan *schedule* produksi di line CLP-1 dengan

menggunakan metode *Longest Processing Time* (LPT).

Tabel 8. Nilai indikator *takt time*

LINE	MODEL	Schedule (Sci	Waktu kerja	Lama Pengerjaan (Takt			Takt Time Per Model	Pitch Time	Takt >Pitch
		9/Jun		Definition of Production Schedule					
		Mon		9/Jun	Mon				
		Mon	Start	Stop					
CLP-1	CLP-525R	56	1,290	383	7:10	14:32	6.8	5.50	OK
	CLP-525B	28		191	14:32	17:43	6.8	5.50	OK
	CLP-535R	78		635	17:43	5:48	8.1	8.00	OK
	SCLP-5350	10		81	5:48	7:09:59	8.1	8.00	OK
TOTAL LINE CLP-1		172		1,290					

Tujuan *takt time* adalah sebagai indikator untuk menunjukkan secara cepat tercapai tidaknya target produksi yang sudah direncanakan. Dimana jika nilai *takt time* < *pitch time*, maka target produksi tidak tercapai. Dan jika nilai *takt time* > *pitch time*, maka target produksi tercapai. (Fekete, 2013)

Dari model penjadwalan produksi diatas, ditinjau dari indikator nilai *takt time* terlihat bahwa nilai *takt time* > *pitch time*, maka target produksi tercapai dengan indikator OK.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai model penjadwalan produksi, *job satisfaction* dan *work performance* pada PT. YMMA maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Model penjadwalan produksi yang dihasilkan dapat memperhitungkan kapasitas kebutuhan operator, perataan volume produksi dan pengaturan urutan tipe barang yang akan diproduksi di area *final assy* sehingga mensinkron *schedule* produksi.
2. Perhitungan *makespan* dari model penjadwalan produksi dengan konsep *takt time* dengan menggunakan metode *Shortest Processing Time* (SPT), dan *Longest Processing Time* (LPT) menghasilkan waktu *makespan* yang sama sesuai dengan waktu kerja yang telah ditentukan

REFERENSI

Brickmann, Stephan dan Jochen Deuse, 2007. *Using Group Technology approach to level a low volume and high mix production*. Proceedings of the 12th Annual, International Conference on Industrial Engineering.

Enie Maryati, Wahyu. 2001. *Penjadwalan Produksi Campur Merata untuk memenuhi permintaan konsumen melalui Sistem Produksi Just In Time*. Optimum Vol. 2 No.1 Hal 75-85.

Fatmawati, Wiwiek dkk. 2009. *Penjadwalan Kerja dengan Metode Algoritma Active Schedulee dan Heuristic Schedule Untuk Minimasi Waktu Penyelesaian (Studi Kasus di PT. InTAC Brass*

Indonesia), Proceedings Seminar Nasional Teknologi Industri (SNTI) 2009, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Fekete, Milan dan Jaroslav Hulvej. 2013. "Humanizing" *Takt time and Productivity in The Labor-Intensive Manufacturing Systems*. International Conference 2013 : Knowledge Management & Innovation, 19-21 June 2013-Zadar, Croatia

Gaspersz,V., 1998. *Production Planning and Inventory Control : Berdasarkan Pendekatan System Terintegrasi MRP II dan JIT Menuju Manufakturung 21*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Heizer Jay dan Render Barry. 2009. *Operation Management. 9th Edition*. Pearson Education, Inc. New Jersey.

Herliansyah, M.K dan Wahdah.S.Nobmalia, 2006. *Penerapann Time Study pada perhitungan line balancing Asssembly Back Mirror Tipe "X" dengan pendekatan perbaikan tata cara kerja untuk meningkatkan Produktivitas*. Jurnal Mesin dan Industri Vol. 3 No.2.

Jeffrey K.Liker. 2004. *The Toyota Way*. McGraw-Hill Book Company, Inc., New York.

Retno, Dian Sari Dewi. 2003. *Metode Optimasi Penjadwalan Produksi yang Terintegrasi dengan Mempertimbangkan Faktor biaya*. Jurnal Teknik Industri Vol. 5, NO. 1, JUNI 2003: 41 – 49.

Siregar,M dan Sandynovia, 2009. *Penerapan Metode Kaju Haikin dalam penentuan jumlah operator yang optimal berbasis pola Heijunka*. Procceding Semna 2009 : Hal I 154 – 165.

Tagawa,S. 1996. *A New Concept of Jobshop Schedulling System Hierachical Decision Model*, International Journal of Production Economics, vol. 44, no.12.

Vindhate, Prajkta et.al, 2013. *Formation of mathematical model for heijunka to improve the*

process effectiveness measure. International Journal of Emerging Trends in Engineering and Development, Issue 3, Vol. 2.

Yasuhiro Monden. 2000. *Toyota Production System : An Integrated Approach to Just-In-Time*. 2nd Edition. Penerbit PPM. Jakarta.

Yohaness, Antonie. 2012. *Penjadwalan berdasarkan Makesplan optimal dengan perbandingan metode Heijunka dan metode Campbel-Dudek-Smith (CDS)*. Dinamika Teknik Vol. VI No.2 Hal 35-43.

Yohaness, Antonie. 2013. *Heijunka*. Dinamika Teknik Vol. VII No.1 Hal 1-8.

Pengolahan Data Keuangan Dengan Menggunakan Zahir Accounting 5.1 Pada PT. Sigma Pikir Teladan

Lila Dini Utami¹, Rahmat Hidayat²

¹AMIK BSI Jakarta
e-mail: lila.ldu@bsi.ac.id

²AMIK BSI Bekasi
e-mail: rahmat.rhh@bsi.ac.id

Abstract – *In this era of globalization, technology is growing very fast, especially in the field of software technology and hardware, where the development of many provide many benefits for us. The various areas of the company are greatly assisted in the advancement of this technology. The weakness of financial data processing process manually will be vulnerable to mistakes in the process of financial records, resulting in less accurate reports made. PT Sigma Pikir Teladan is a company engaged in forestry consulting services. Existing systems in PT Sigma Pikir Teladan still done manually, ranging from recording corporate expenses to income received by the company. On this occasion the author tries to make the final task by implementing the process of recording financial data at PT Sigma Pikir Teladan using Zahir Accounting Software Version 5.1, which during this process has not been computerized. It is expected that with the application of this application process of financial recording at PT Sigma Pikir Teladan become more effective and efficient in supporting activity of financial data processing at this company.*

Key Word: *Financial Data Processing, Zahir Accounting 5.1*

I. PENDAHULUAN

PT Sigma Pikir Teladan merupakan salah satu lembaga penyedia jasa konsultan yang siap berperan serta dalam kegiatan-kegiatan pembangunan ekonomi dan lingkungan, yang meliputi bidang-bidang: Perencanaan dan Pembangunan, Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan serta Pembangunan Sumber Daya Manusia dan Pendidikan. PT Sigma Pikir Teladan senantiasa menerapkan profesionalisme yang didukung oleh sumber daya manusia (tenaga ahli) yang mampu dan handal dari berbagai bidang keilmuan.

Semakin berkembangnya teknologi informatika, otomatis menuntut segala bidang kegiatan untuk terkomputerisasi. Tanpa terkecuali dengan bidang akuntansi. Akuntansi memerlukan *database* yang *confidential* karena seluruh transaksi yang ada rata-rata berkaitan dengan keuangan sebuah perusahaan atau badan perseorangan. Pengolahan data akuntansi secara manual seperti proses yang masih menggunakan pencatatan secara tertulis, serta menggunakan *Microsoft Word 2007* dan *Microsoft Excel 2007* dimana memiliki lebih banyak resiko kehilangan data dan kurangnya efisiensi waktu dibandingkan dengan menggunakan sistem yang terkomputerisasi.

Menurut Sujarweni (2015:3) menyatakan bahwa, “Akuntansi adalah proses dari transaksi yang dibuktikan dengan faktur, lalu dari transaksi dibuat jurnal, buku besar, neraca lajur, kemudian akan menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang digunakan pihak-pihak tertentu”.

Menurut Samryn (2014:3) menjelaskan bahwa, “Secara umum akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang digunakan untuk mengubah data dari transaksi menjadi informasi keuangan”.

Dari pemahaman tersebut kemudian dapat dibuat penyederhanaan persamaan dasar akuntansi sebagai berikut:

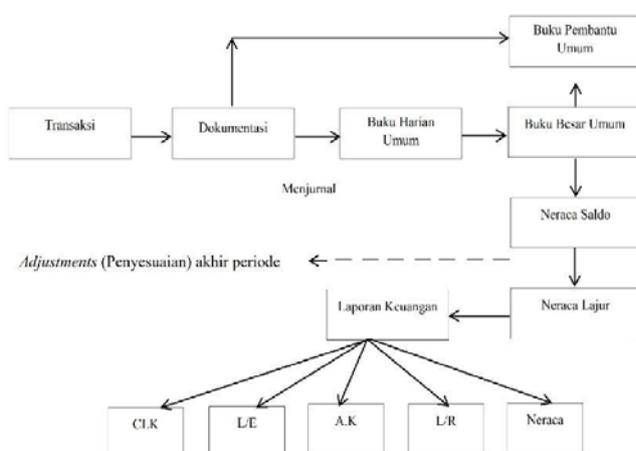
Aktiva = Kewajiban + Modal

Aktiva digunakan untuk mencatat perubahan dan melaporkan kekayaan perusahaan. Kewajiban digunakan untuk mencatat dan melaporkan utang-utang perusahaan. Modal digunakan untuk mencatat perubahan dan melaporkan modal dari pemilik. Setoran modal pemilik dapat berupa uang tunai, atau bentuk kekayaan lain. Jika setoran modal dilakukan dalam bentuk kekayaan selain uang tunai maka kekayaan tersebut harus terlebih dahulu diberi nilai uang.

Sedangkan menurut Himayati (2008:11) menerangkan bahwa, “Dalam persamaan Akuntansi, di sisi kiri adalah bagian yang dimiliki perusahaan yang diberi nama harta (*asset*) dan sisi kanan terdapat sumber pembelanjaan, yang terdiri dari hak kreditur, atau disebut kewajiban (*liabilities*), dan hak pemilik (*equities*) atau modal (*capital*)”.

Menurut Samryn (2014:14) menjelaskan bahwa, “Yang dimaksud dengan perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatan utamanya menyelenggara-

kan jasa tertentu dan memperoleh pendapatan dari kegiatan memberikan jasa tersebut”. Perusahaan jenis ini mengandalkan suatu keahlian sebagai sumber perolehan pendapatan. Misalnya ahli hukum, akuntan, jasa keuangan, dan lain sebagainya. Perusahaan ini tidak menjual fisik barang atau produk. Oleh karena itu, dalam laporan keuangannya tidak terdapat akun yang digunakan untuk menunjukkan nilai pemakaian bahan baku atau persediaan barang jadi, kecuali sebagian kecil bahan pembantu seperti alat tulis kantor, atau bahan yang digunakan untuk menyelesaikan jasa yang diberikan.



Sumber: Mulya (2013:38)

Gambar 1. Siklus Akuntansi

Menurut Mulya (2013:39), “Siklus Akuntansi merupakan proses pencatatan akuntansi mulai dari dokumentasi sampai penyajian laporan keuangan”. Sedangkan menurut Hery (2014:66) menjelaskan bahwa, “Proses Akuntansi yang diawali dengan menganalisis dan menjurnal transaksi, dan yang diakhiri dengan membuat laporan dinamakan sebagai siklus akuntansi (*accounting cycle*). Gambar siklus akuntansi diatas merupakan gambar siklus akuntansi yang menampakkan proses pencatatan akuntansi mulai dari transaksi sampai penyajian laporan keuangan.

Menurut Samryn (2014:59), “Akun merupakan nama buku besar atau nama buku besar pembantu yang digunakan sebagai tempat untuk mencatat setiap transaksi”. Contohnya adalah akun kas untuk nama buku kas, akun piutang untuk mencatat tagihan kepada pihak ketiga, akun persediaan digunakan untuk buku besar persediaan, akun penjualan nama buku besar untuk mencatat hasil penjualan, akun biaya untuk mencatat biaya-biaya, dan seterusnya. Nama-nama akun tersebut dapat dilihat dalam bagan akun atau yang selanjutnya disederhanakan dalam formulir neraca dan laporan laba rugi. Menghafalkan nama-nama akun ini merupakan tahapan yang sangat penting bagi setiap penyelenggara akuntansi. Proses

akuntansi sepanjang penyelenggaraan akuntansi keuangan akan menggunkan nama-nama akun tersebut untuk melaksanakan proses akuntansi dari jurnal sampai dengan penyajian laporan keuangan.

Menurut Himayati (2008:2), “Zahir *accounting* adalah sebuah program akuntansi yang didesain khusus untuk mengelola keuangan perusahaan secara mudah, fleksibel yang berfasilitas lengkap dan dapat digunakan untuk berbagai macam perusahaan, baik perusahaan jasa maupun perusahaan dagang.” Sedangkan menurut Yuswanto (2013:1) menyimpulkan bahwa: *Zahir Accounting* merupakan *software* akuntansi yang dibuat secara terpadu (*integrated software*). *Software Zahir Accounting* dibuat oleh PT Zahir Internasional dan dibuat pertama kali tahun 1996 dengan Zahir Accounting versi 1.0. Kemudian dikembangkan sehingga muncul versi 2.0 pada tahun 1997. *Zahir Accounting* mulai dipasarkan pada tahun 1999, dimana hingga saat ini Zahir *Accounting* sudah mencapai versi 5.1 dan telah digunakan oleh banyak perusahaan di Indonesia. Selama ini, *Zahir Accounting* telah memperoleh penghargaan secara nasional, antara lain penghargaan dari Presiden Republik Indonesia pada Indonesia ICT Award 2003, kemudian penghargaan Menkominfo pada Apicta 2002, 2003, dan 2004 dan lain-lain.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam rangka pengumpulan data untuk memenuhi penyusunan program aplikasi ini, penulis melakukan beberapa cara yaitu:

1. Metode Observasi. Adalah peninjauan secara cermat dan teliti dengan cara pengumpulan data dan pencatatan secara langsung. Dalam hal ini yang dilakukan adalah mengumpulkan data dokumen-dokumen pengolahan data keuangan apa saja yang di pakai oleh PT Sigma Pikir Teladan.
2. Metode Wawancara. Adalah memperoleh informasi dengan cara tanya jawab terhadap sumber informasi yang bersangkutan Untuk mendapatkan informasi yang lengkap maka penulis melakukan metode tanya jawab dengan bagian keuangan yang terlibat dalam mengolah data keuangan yang terjadi dalam perusahaan.
3. Metode Studi Pustaka. Adalah mencari atau mengumpulkan data dari berbagai referensi yang ada baik dari buku, dan sumber-sumber kepustakaan seperti karya ilmiah, dan berbagai literatur-literatur yang ada. Dalam hal ini metode studi pustaka berfungsi sebagai pedoman pengumpulan dan pengkajian data yang ada dalam perusahaan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai lembaga penyedia jasa konsultan, PT Sigma Pikir Teladan menyediakan layanan jasa konsultansi multidisiplin yang profesional sehingga dapat

memberikan layanan terbaik kepada mitra usaha dengan tetap berpegang pada prinsip pelestarian lingkungan. Berdasarkan kualifikasi yang dimiliki, jenis-jenis kegiatan jasa konsultasi yang mampu diberikan oleh PT Sigma Pikir Teladan meliputi: survei lapangan, studi pendahuluan, manajemen proyek, perencanaan desain, pelatihan, studi kelayakan, pengawasan proyek dan studi lingkungan, serta pembinaan masyarakat pedesaan.

3.1 Tinjauan Kasus

Pengolahan data akuntansi secara manual seperti proses yang masih menggunakan pencatatan secara tertulis, serta menggunakan *Microsoft Word 2007* dimana memiliki lebih banyak resiko kehilangan data dan kurangnya efisiensi waktu dibandingkan dengan menggunakan sistem yang terkomputerisasi yang ada pada PT Sigma Pikir Teladan membuat penulis terdorong untuk menerapkan program aplikasi dengan menggunakan zahir *accounting* versi 5.1 agar pengolahan data menjadi lebih cepat, dan akurat.

3.2 Pembahasan

A. Pencatatan Akuntansi Secara Manual

1. Neraca Saldo Awal

Tabel 1. PT Sigma Pikir Teladan
Neraca Saldo Per 28 Februari 2017

AKTIVA		PASSIVA	
Aktiva Lancar:		Hutang:	
Kas	Rp6.457.948	Hutang Usaha	Rp161.005.998
Bank	Rp3.044.642		
Piutang Usaha	Rp246.880.000		
Aktiva Tetap:		Modal	Rp100.000.000
Furniture	Rp9.544.500		
Peralatan Kantor	Rp253.010.000	Saldo Laba	Rp26.974.459
Kendaraan	Rp13.320.000		
(-) Akumulasi Penyusutan	-Rp244.276.634		
Jumlah Aktiva	Rp287.980.456	Jumlah Passiva	Rp287.980.456

2. Jurnal Umum

Tabel 2. PT Sigma Pikir Teladan
Jurnal Umum Maret 2017

Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit
01/03/2017	Biaya Konsumsi	100.000	
	Kas		100.000
02/03/2017	Biaya Konsumsi	119.000	
	Kas		119.000
03/03/2017	Biaya Konsumsi	110.000	
	Kas		110.000
03/03/2017	Biaya Air Minum	130.000	
	Kas		130.000
06/03/2017	Biaya Konsumsi	107.000	
	Kas		107.000
06/03/2017	Perbaikan Kendaraan	123.500	
	Kas		123.500
07/03/2017	Biaya Konsumsi	101.000	
	Kas		101.000
08/03/2017	Kas	35.000.000	
	Pendapatan Jasa		35.000.000
08/03/2017	Biaya Konsumsi	98.000	
	Kas		98.000
09/03/2017	Biaya fotocopy	57.375	
	Kas		57.375
09/03/2017	Biaya Konsumsi	101.000	
	Kas		101.000
10/03/2017	Pembelian ATK	84.000	
	Kas		84.000

10/03/2017	Biaya Konsumsi	100.000	
	Kas		100.000
13/03/2017	Biaya Konsumsi	105.000	
	Kas		105.000
14/03/2017	Pengiriman Dokumen	9.000	
	Kas		9.000
14/03/2017	Bayar Listrik, Air dan Telepon	917.284	
	Kas		917.284
14/03/2017	Bayar Internet	412.500	
	Kas		412.500
14/03/2017	Biaya Konsumsi	117.000	
	Kas		117.000
15/03/2017	Biaya Konsumsi	112.000	
	Kas		112.000
16/03/2017	Biaya Air Minum	130.000	
	Kas		130.000
16/03/2017	Pengiriman Dokumen	45.500	
	Kas		45.500
16/03/2017	Pengiriman Dokumen	36.000	
	Kas		36.000
16/03/2017	Tiket Pesawat	2.145.443	
	Kas		2.145.443
16/03/2017	Bayar Koran Kompas	120.000	
	Kas		120.000
16/03/2017	Biaya Konsumsi	101.000	
	Kas		101.000
17/03/2017	Biaya Konsumsi	108.000	
	Kas		108.000
20/03/2017	Biaya Rumah Tangga Kantor	76.100	
	Kas		76.100
20/03/2017	Scan Peta	150.000	
	Kas		150.000
20/03/2017	Biaya Konsumsi	98.000	
	Kas		98.000
21/03/2017	Biaya fotocopy	19.375	
	Kas		19.375
21/03/2017	Biaya fotocopy	7.000	
	Kas		7.000
21/03/2017	Biaya Konsumsi	109.000	
	Kas		109.000
22/03/2017	Scan Peta	1.400.000	
	Kas		1.400.000
22/03/2017	Biaya Konsumsi	108.000	
	Kas		108.000
23/03/2017	Pengiriman Dokumen	288.000	
	Kas		288.000
24/03/2017	Pengiriman Dokumen	15.000	
	Kas		15.000
24/03/2017	Biaya Konsumsi	98.000	
	Kas		98.000
25/03/2017	Bayar Koran Jurnal Bogor	60.000	
	Kas		60.000
27/03/2017	Pengiriman Dokumen	45.500	
	Kas		45.500
27/03/2017	Biaya Gaji	26.000.000	
	Kas		26.000.000
27/03/2017	Biaya Konsumsi	105.000	
	Kas		105.000
29/03/2017	Kas	30.000.000	
	Pendapatan Jasa		30.000.000
29/03/2017	Biaya Konsumsi	114.000	
	Kas		114.000
30/03/2017	Biaya Lain-lain	225.000	
	Kas		225.000
30/03/2017	Biaya Konsumsi	126.000	
	Kas		126.000
	Jumlah	Rp99.633.577	Rp99.633.577

3. Neraca Saldo

Tabel 3. PT Sigma Pikir Teladan
Neraca Saldo Maret 2017

Rekening	Debit	Kredit
Kas	36.824.371	
Bank	3.044.642	
Piutang Usaha	246.880.000	
Peralatan Kantor	253.010.000	
Akumulasi Penyusutan Peralatan		224.029.313
Kendaraan	13.320.000	
Akumulasi Penyusutan Kendaraan		11.986.496

Furniture	9.544.500	
Akumulasi Penyusutan Furniture	8.260.824	
Hutang Usaha	161.005.997	
Modal	100.000.000	
Pendapatan Jasa	91.974.459	
Biaya Gaji	26.000.000	
Bayar Listrik, Air dan Telepon	917.284	
Pembelian ATK	84.000	
Biaya Rumah Tangga Kantor	76.100	
Perbaikan Kendaraan	123.500	
Biaya Konsumsi	2.137.000	
Biaya Air Minum	260.000	
Biaya fotocopy	83.750	
Pengiriman Dokumen	439.000	
Tiket Pesawat	2.145.443	
Bayar Koran	180.000	
Scan Peta	1.550.000	
Biaya Lain-lain	225.000	
Bayar Internet	412.500	
Jumlah	597.257.090	597.257.090

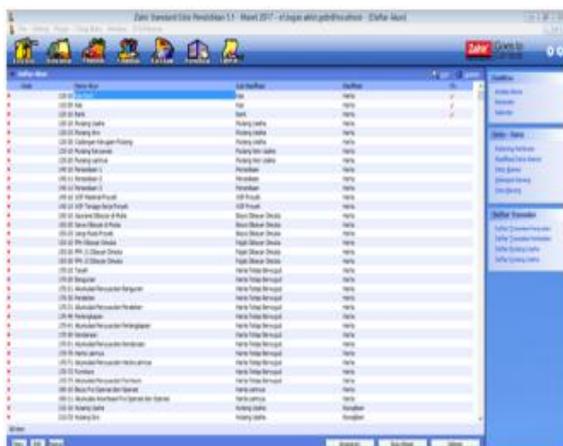
B. Pencatatan Akuntansi Dengan Tool Aplikasi
1. Setup Awal

Zahir Pendidikan Versi 5.1 yang merupakan *software* akuntansi keuangan terbaik penuh inovasi yang sangat berbeda dengan *software* akuntansi lainnya. Mempermudah pembukuan, di mana seluruh jurnal dan laporan keuangan dibuat secara otomatis tanpa perlu mengerti tori akuntansi yang mendalam. Kelebihan lainnya dari *software* akuntansi Zahir Versi 5.1 mempermudah dalam mengambil keputusan bisnis, karena dilengkapi berbagai analisa laporan keuangan perusahaan dan sangat bermanfaat bagi PT Sigma Pikir Teladan.



Gambar 2. Tampilan Informasi Perusahaan

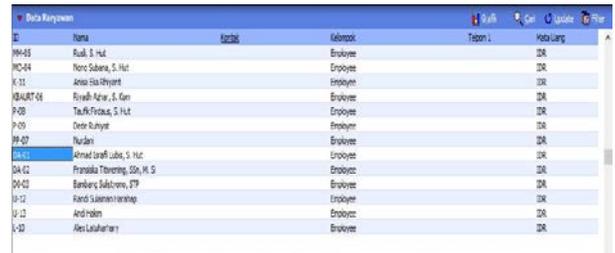
2. Membuat Master Akun



Gambar 3. Tampilan Daftar Akun

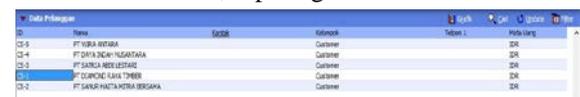
Untuk membuatnya Klik Modul Data-data >> Data

Nama Alamat



Gambar 4. Tampilan Daftar Alamat Karyawan

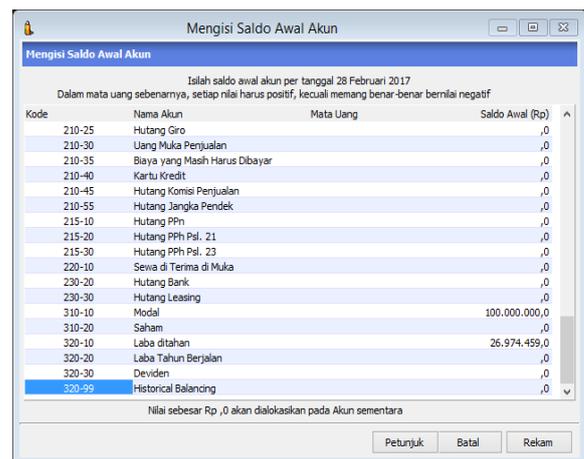
Untuk membuatnya Klik Modul Data-data >> Data Nama Alamat, seperti gambar di bawah ini:



Gambar 5 Tampilan Daftar Alamat Client



Gambar 6. Tampilan Data Nama Alamat Vendor



Gambar 7. Tampilan Saldo Awal Akun

Seperti halnya saldo awal akun, saldo awal piutang usaha disediakan untuk mengisi saldo piutang yang belum terbayar pada bulan sebelum periode awal akuntansi di Zahir. Berikut daftar saldo piutang yang ada ada pada PT Sigma Pikir Teladan per 28 Februari 2017.

Untuk mengisi saldo awal piutang usaha klik *setting* > Saldo Awal> Saldo Awal Piutang Usaha pada menu program. Setelah itu akan muncul jendela saldo awal piutang usaha, klik tombol Baru untuk menginput Saldo Awal Piutang Siswa.



Gambar 8. Tampilan Hasil Input Saldo Awal Piutang Usaha

Seperti halnya saldo piutang, saldo awal hutang

usaha disediakan untuk mengisi saldo hutang hutang yang dibayarkan sebelum awal periode akuntansi di Zahir. Berikut tabel hutang usaha pada PT Sigma Pikir Teladan.

Untuk mengisi saldo awal hutang usaha klik *setting* > Saldo Awal > Saldo Awal Hutang Usaha pada menu program. Setelah itu akan muncul jendela saldo awal hutang usaha, klik tombol Baru untuk menginput saldo awal hutang usaha.

Nama Pemasok	Tanggal	No Invoice	Saldo Hutang
PT Timberdona	28/02/2017	INV-2	Rp 8000000,0
KOPERASI SAWIT BINA SEJAHTERA	28/02/2017	INV-01	Rp 81005997,0

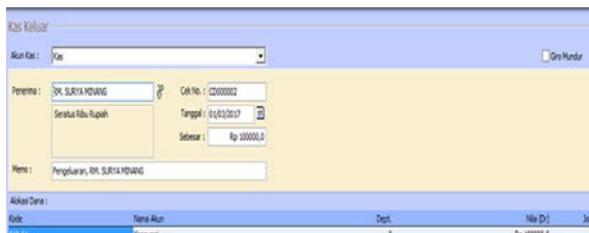
Gambar 9. Tampilan Hasil *Input* Saldo Awal Hutang Usaha

4. Input Data Transaksi

Transaksi Ke -1

Pada tanggal 01 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 100.000 untuk keperluan konsumsi

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar Isi data Pengeluaran untuk Biaya Konsumsi, Klik Rekam

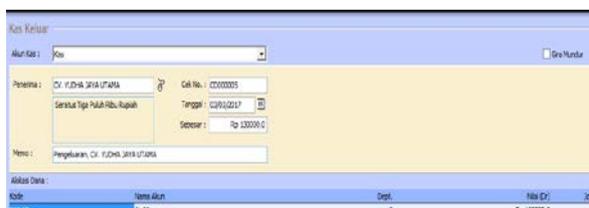


Gambar 10. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke-2

Pada tanggal 03 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 130.000 untuk keperluan biaya air minum

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar kemudian isi data Pengeluaran untuk Biaya Air Minum, Klik Rekam



Gambar 11. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke -3

Pada tanggal 06 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 123.500 untuk perbaikan Kendaraan

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar Isi data Pengeluaran untuk perbaikan Kendaraan,

Klik Rekam



Gambar 12. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 4

Pada tanggal 08 Maret 2017 diterima pendapatan jasa sebesar Rp. 35.000.000

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Masuk Isi data Pendapatan Jasa, Klik Rekam



Gambar 13. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Masuk

Transaksi Ke 5

Pada tanggal 09 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 57.375 untuk keperluan fotocopy

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar Isi data Pengeluaran untuk fotocopy, Klik Rekam



Gambar 14. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 6

Pada tanggal 10 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 84.000 untuk keperluan alat tulis kantor

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar Isi data Pengeluaran untuk alat tulis kantor, Klik Rekam



Gambar 15. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 7

Pada tanggal 14 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 917.284 untuk keperluan listrik, air dan telepon

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar Isi data Pengeluaran untuk listrik, air dan telepon, Klik Rekam



Gambar 16. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 8

Pada tanggal 14 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 412.500 untuk keperluan internet

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran bayar internet, Klik Rekam



Gambar 17. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 9

Pada tanggal 16 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 45.500 untuk keperluan pengiriman dokumen

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran Pengiriman Dokumen, Klik Rekam



Gambar 18. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 10

Pada tanggal 16 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 2.145.443 untuk keperluan tiket pesawat

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran tiket pesawat, Klik Rekam



Gambar 19. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 11

Pada tanggal 16 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 120.000 untuk keperluan bayar koran Kompas

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran bayar koran Kompas, Klik Rekam



Gambar 20. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 12

Pada tanggal 20 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 76.100 untuk keperluan rumah tangga dapur

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran rumah tangga kantor, Klik Rekam



Gambar 21. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 13

Pada tanggal 22 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 1.400.000 untuk keperluan scan peta

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran scan peta, Klik Rekam



Gambar 22. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 14

Pada tanggal 27 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 26.000.000 untuk keperluan pembayaran gaji

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran pembayaran gaji, Klik Rekam



Gambar 23. Tampilan Transaksi Menggunakan Kas Keluar

Transaksi Ke 15

Pada tanggal 30 Maret 2017 dikeluarkan uang sebesar Rp. 225.000 untuk keperluan lain-lain

Pilih Modul Kas dan Bank, Klik Kas Keluar
Isi data Pengeluaran lain-lain, Klik Rekam

01.02 17 Mei, 2017

PT SIGMA PIKIR TELADAN
Laba Rugi
Maret 2017

	5000
	IDR
Pendapatan	
Pendapatan Usaha	
410-10 Pendapatan Jasa	65.000.000,00
Total Pendapatan Usaha	65.000.000,00
Total Pendapatan	65.000.000,00
Biaya atas Pendapatan	
Total Biaya atas Pendapatan	0,00
Laba/Rugi Kotor	65.000.000,00
Pengeluaran Operasional	
Biaya Administrasi & Umum	
610-10 Biaya Gaji	20.000.000,00
610-25 Bayar Listrik, Air dan Telepon	917.204,00
610-35 Asat Tula Kantor	84.000,00
610-45 Biaya Rumah Tangga Kantor	76.100,00
610-50 Perbaikan Kendaraan	123.500,00
610-61 Biaya Konsumsi	2.117.000,00
610-62 Air Minum	200.000,00
610-63 Biaya fotocopy	83.750,00
610-64 Pengiriman dokumen	439.000,00
610-65 Tiket Pesawat	2.145.443,00
610-66 Bayar Koran Kompas	150.000,00
610-67 Scan Foto	1.550.000,00
610-68 Biaya Lain-lain	225.000,00
610-69 Bayar Internet	412.800,00
610-70 Bayar Koran Jawa/Bogor	60.000,00
Total Biaya Administrasi & Umum	34.833.577,00
Total Pengeluaran Operasional	34.833.577,00
Laba/Rugi Operasi	30.366.423,00
Pendapatan Lain	
Total Pendapatan Lain	0,00
Pengeluaran Lain	
Total Pengeluaran Lain	0,00
Laba/Rugi Bersih	30.366.423,00

Gambar 27. Tampilan Laporan Laba Rugi

IV. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan sistem yang masih manual, maka proses pengolahan data akuntansi menjadi tidak efektif dan efisien sehingga menimbulkan hambatan dalam pembuatan laporan karena membutuhkan waktu yang lama dalam pembuatan dan pencarian data.
2. Dengan sistem yang masih manual dapat menimbulkan adanya manipulasi data oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab.
3. Dapat mengurangi kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam proses pengolahan data akuntansi.
4. Dalam hal penyimpanan data di komputer menjadi lebih aman karena adanya fasilitas *back up* data dari aplikasi Zahir Accounting versi 5.1 sehingga sewaktu-waktu jika terjadi kehilangan data tidak perlu khawatir karena cadangan data sudah ada
5. Penggunaan aplikasi Zahir Accounting versi 5.1 dapat menjadi alternatif dalam pemecahan masalah dalam pengolahan data.

REFERENSI

- Hery. 2014. Akuntansi Dasar 1 dan 2. Jakarta: PT Grasindo.
- Himayati. 2008. Eksplorasi Zahir Accounting. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Mulya, Hadri. 2013. Memahami Akuntansi Dasar Pendekatan Teknis Siklus Akuntansi. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Samryn, L.M. 2014. Pengantar Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Transaksi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sujarweni, V.Wiratna. 2015. Sistem Akuntansi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Yuswaanto dan Lo Sanjaya Hanafi. 2013. Komputerisasi Akuntansi Dengan Zahir Accounting. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

PROFIL PENULIS

Lila Dini Utami. Lahir dikota Jakarta, pada tanggal 28 Juni 1988. Lulusan Pasca Sarjana STMIK Nusa Mandiri Jakarta tahun 2014 jurusan Ilmu Komputer. Saat ini berprofesi sebagai Staff Pengajar di BSI dengan jabatan fungsional akademik yakni Assisten Ahli sekaligus Staff di Tim PJJ Elearning.

Nama Rahmat Hidayat, lahir di Sumedang tanggal 11 Mei 1983. Selama sekolah SD sampai dengan SMU penulis menghabiskan waktu di kampung halaman tercinta yaitu Sumedang. Mengawali karir sebagai asisten laboratorium setelah lulus D3 pada tahun 2009 di kampus BSI Margoda. Melanjutkan kuliah S1 dan lulus pada tahun 2010 dan menjadi Staff BAAK BSI di bagian tim jadwal, dimana tugas-tugas yang di kerjakan di tim jadwal membuat jadwal dan memploting dosen-dosen yang ada di kampus Bina Sarana Informatika(BSI). Disamping menjadi staff BAAK, penulis juga melaksanakan tridharma sebagai pengajar. Penulis melanjutkan kuliah S2 dan lulus di tahun 2015 dengan bidang ilmu komputer. Untuk saat ini penulis menjadi staff Pusat Penelitian dan Pengabdian (PPPM) BSI dan lulus jabatan fungsional untuk Asisten Ahli tahun 2017

Implementasi Fungsi Manajemen Pendidikan di SDI Wirausaha Indonesia

Nur Komariah

AMIK BSI Karawang

Jl. Banten No. 1, Karang Pawitan, Karawang

Email: nur.nkh@bsi.ac.id

Abstract - *To build an organization including a school organization, management is essential to its existence. Not a few schools that decline even to bankruptcy due to bad management. This study aims to describe and analyze: (1) curriculum and learning management; (2) Student management; (3) Management of educators and education personnel; (4) Management of facilities and infrastructure; (5) Financing management at SDIT Wirausaha Indonesia. The research method used descriptive qualitative approach. Technique of collecting data is done by interview, documentation and observation. The results of this study are: 1. Management of curriculum and learning in SDIT Entrepreneurship Indonesia implemented by using the POAC management function. 2. Student management is running well. 3. Management of educators and education personnel have been implemented both based on the management function. 4) Facilities and infrastructure management are in accordance with management standards. 5) Financing Management is managed in accountability.*

Keywords: *management, education, elementary school of Islam*

I. PENDAHULUAN

Pendidikan adalah suatu proses merubah manusia menjadi lebih baik, lebih mahir dan terampil. Untuk mencapai tujuan tersebut peran serta guru dan kepala sangat penting. Setiap orang tua menyadari bahwa anak adalah aset masa depan dan merekalah nantinya yang akan meneruskan dan memelihara bangsa ini, itulah sebabnya para orang tua akan menyekolahkan anaknya agar kelak menjadi anak yang religius, cerdas dan terampil. Inilah yang ditawarkan oleh SDIT Wirausaha Indonesia bahwa mereka berusaha untuk menjawab keinginan masyarakat dan terbukti menjadi salah satu sekolah pilihan dan menjadi tujuan para orang tua yang ingin menyekolahkan putranya khususnya di Kecamatan Cikarang Utara.

SDIT Wirausaha Indonesia didirikan pada tahun 2012 dibawah naungan Yayasan Sekolah Wirausaha Indonesia. Sekolah ini sudah memiliki legalitas Izin Operasional bernomor: 503.15/033/XII/ SK-SD/BPMPPT/2013 dan Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 6985139. Sekolah ini memiliki visi: "Menjadi pembibit para wirausaha muslim yang mandiri, kreatif dan inovatif" dan misi :

1. Menjadi lembaga yang melahirkan insan yang berakidah Islam yang kokoh dan jiwa wirausaha yang kuat
2. Menjadi lembaga yang mendidik siswa untuk memahami dan melaksanakan syariah Islam secara menyeluruh
3. Menjadi lembaga yang mendidik siswa untuk menguasai teknologi informasi yang berguna bagi pembelajaran dan kemaslahatan.

Oleh karenanya, sekolah ini terus bergerak dan berbenah diri melakukan penataan, pelatihan dan evaluasi untuk memperbaiki kinerja dan meningkatkan mutu pendidikan. Jumlah siswa SDIT Wirausaha Indonesia saat ini 172 siswa. Berbagai prestasi baik akademik maupun non akademik telah diraihinya.

Salah satu ciri khas dari sekolah ini adalah adanya mata pelajaran Kewirausahaan yang diajarkan sejak siswa berada di kelas I sampai dengan kelas VI. Kurikulum dari mata pelajaran ini tentunya sudah disesuaikan sesuai dengan usia peserta didik. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik para orang tua menyekolahkan anak-anaknya di sekolah ini. Sekolah ini berupaya membangun jiwa peserta didiknya ke depan untuk menjadi seorang wirausaha, yaitu dengan menanamkan paradigma kewirausahaan bagi anak-anak.

Manajemen selalu berupaya melakukan inovasi dan mengembangkan ide-ide baru baik dalam metode pembelajaran untuk siswa dan juga pola manajemen yang tepat bagi guru dan staff. Hal demikian perlu dilakukan mengingat kualitas suatu lembaga pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pembelajaran semata, namun juga dipengaruhi bagaimana lembaga pendidikan tersebut mampu mengelola sumber daya manusianya dengan memberikan motivasi dan potensi SDM nya agar mampu melakukan yang terbaik untuk lembaga.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di SDIT Wirusaha Indonesia. Sekolah ini terletak di Jalan Nakula Raya No.1-4 Perumahan Grand Cikarang City Blok C9 Desa Karang Raharja, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif rancangan studi kasus. Karena rancangan studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang merupakan strategi yang cocok jika pertanyaan suatu penelitiannya adalah bagaimana dan mengapa. Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik terhadap data yang dipaparkan dalam bentuk kata-kata atau gambar. Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2013:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Miles dan Huberman dalam Moleong (2013:4), menyatakan bahwa kehadiran penelitian dilokasi dalam sebuah penelitian kualitatif adalah sesuatu yang mutlak, karena peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian dan sekaligus sebagai pengumpul data. Keuntungan yang diperoleh dari kehadiran peneliti sebagai instrumen adalah subjek lebih tanggap akan kehadiran peneliti, keputusan yang berhubungan dengan penelitian dapat diambil dengan cepat dan terarah, juga dengan informasi dapat diperoleh melalui sikap dan cara informan dalam memberikan informasi.

Informan penelitian adalah Kepala sekolah, Dewan guru, Staf, Pengurus komite, Orang tua siswa. Sumber data bukan manusia adalah berupa dokumen baik yang berupa tulisan maupun gambar atau foto yang berkaitan dengan kegiatan Implementasi Manajemen Pendidikan di SDIT Wirusaha Indonesia. Instrumen utama adalah peneliti sendiri yang terjun kelapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan informasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu: wawancara dengan informan, pengamatan atau observasi dan studi dokumentasi.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong 2013:248). Kegiatan penyajian temuan, peneliti akan menampilkan secara rinci, sistematis, dan menarik dalam bentuk penjelasan dan gambar. Proses analisis data didasarkan pada penyederhanaan dan interpretasi data yang di

laksanakan sebelum, selama dan sesudah proses pengumpulan data.

Proses analisis data didasarkan pada penyederhanaan dan interpretasi data yang dilaksanakan sebelum, selama dan sesudah proses pengumpulan data. proses yang saling berkaitan yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing and verification* (Sugiyono, 2012:335).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

SDIT Wirusaha Indonesia berdiri dan mulai beroperasi pada tahun 2012. Sekolah ini berada di Desa Karang Raharja, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Adapun keadaan siswa pada enam tahun terakhir ini adalah, pada tahun 2012 terdapat 28 siswa, tahun 2013 terdapat 47 siswa, tahun 2014 terdapat 45 siswa, tahun 2015 terdapat 76 siswa, tahun 2016 terdapat 93 siswa serta pada tahun 2017 terdapat 120 siswa.

Manajemen secara umum diartikan sebagai pengelolaan, penataan atau pengaturan. Manajemen menurut R.W. Griffin dalam Ais Zakiyudin (2016:1) adalah serangkaian kegiatan termasuk perencanaan dan pembuatan keputusan, pengorganisasian, pimpinan dan pengendalian yang diarahkan pada sumber daya organisasi (tenaga kerja, keuangan, fisik dan informasi) yang bertujuan untuk mencapai sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien.

Sedangkan manajemen menurut Terry dalam Ambarita (2013:18) terdapat empat fungsi manajemen yaitu:

- 1) *Planning* (perencanaan),
- 2) *Organizing* (Pengorganisasian),
- 3) *Actuating* (pelaksanaan),
- 4) *Controlling* (Pengawasan).

Menurut Burhanuddin dkk (2013:7) diantara substansi dari manajemen pendidikan adalah:

- 1) Kurikulum dan pembelajaran,
- 2) Peserta didik,
- 3) Pendidik dan tenaga kependidikan,
- 4) Sarana prasarana,
- 5) Pembiayaan.

Sedangkan menurut pendapat Abidin Nata (2008:24) bahwa manajemen pendidikan adalah proses keseluruhan kegiatan bersama dalam bidang pendidikan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pelaporan, pengkoordinasian, pengawasan dan evaluasi dengan menggunakan sarana prasarana yang tersedia baik personil, materil maupun spiritual untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif dan efisien. Secara khusus dalam konteks pendidikan, Djarm'an Satori

dalam Ambarita (2013:18) memberikan pengertian manajemen pendidikan dengan menggunakan istilah administrasi pendidikan yang diartikan sebagai “keseluruhan proses kerjasama dengan memanfaatkan semua sumber personil dan material yang tersedia dan sesuai untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien”

3.1. Implementasi Manajemen Kurikulum dan Pembelajaran

Manajemen kurikulum dan pembelajaran dalam pengelolaannya berdasarkan fungsi manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Kurikulum yang digunakan di SDIT Wirusaha Indonesia adalah kurikulum nasional KTSP. Sebelum bel masuk berbunyi, ada siswa yang mendapatkan jadwal menyapu, ada siswa yang bermain dan bercengkrama dan lain-lain di luar kelas. Setelah bel masuk berbunyi siswa dengan cepat dan tertib berbaris di depan kelas masing-masing untuk melakukan pembiasaan yang rutin dilakukan dengan didampingi oleh wali kelas masing-masing.



Gambar 1: Baris Berbaris Siswa

Pembiasaan yang dilakukan adalah menyanyikan lagu-lagu kebangsaan dan lagu daerah, menyanyikan yel-yel sekolah dan kelas serta membaca ikrar ketertiban di lingkungan sekolah. Kegiatan ini dilakukan secara rutin setiap hari sekitar 15 menit. Setelah itu siswa bersiap untuk melakukan sholat duha secara berjamaah yang dilanjutkan dengan berdoa sholat duha. Setelah kegiatan sholat duha selesai, siswa bersiap untuk melakukan pembelajaran dan hafalan Al-Qur'an. Kegiatan ini dilakukan sampai dengan pukul 09.00.

Mulai pukul 09.00 sampai dengan pukul 14.00 siswa melakukan kegiatan belajar-mengajar di kelas. Setelah kegiatan belajar mengajar selesai sebagian anak juga ada yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa seperti kegiatan desain grafis, seni rupa, jarimatika, bahasa mandarin, pramuka, mentoring dan lain-lain.



Gambar 2: Sholat Dhuha Berjamaah

Kurikulum yang diterapkan SDIT Wirusaha Indonesia menerapkan kurikulum KTSP. Hasil wawancara dengan informan mengungkapkan bahwa SDIT Wirusaha Indonesia juga membedakan muatan kurikulum nasional dengan kurikulum muatan lokal sekolah. Jumlah pelajaran muatan nasional 8 mata pelajaran, sedangkan jumlah muatan lokal 7 mata pelajaran. Implementasi manajemen kurikulum dan pembelajaran di SDIT Wirusaha Indonesia dilaksanakan dengan baik.

Fungsi manajemen POAC yang meliputi: 1) Perencanaan (*planning*) meliputi, mendesain kurikulum dan kurikulum yang ditetapkan serta model pembelajaran yang digunakan sehingga dapat menghasilkan output yang baik dan menunjang pendidikan di SDIT Wirusaha Indonesia. 2) Pengorganisasian (*organizing*) meliputi penentuan struktur dan isi program dimana seluruh kelas menggunakan kurikulum KTSP. 3) Pelaksanaan (*actuating*) yaitu merupakan kegiatan penyusunan RPP yang dilakukan sesudah hasil evaluasi dan menjelang ajaran baru, dan 4) Pengawasan (*controlling*) yang dilakukan oleh Kepala Sekolah terhadap pelaksanaan perencanaan kurikulum dan pelaksanaan pembelajaran yang meliputi dokumen perangkat dan pelaksanaan pembelajaran di kelas yang termasuk penilaian hasil belajar.

3.2. Implementasi Manajemen Peserta Didik

SDIT Wirusaha Indonesia melaksanakan proses penerimaan siswa dimulai pada bulan Nopember sebelum awal ajaran baru di mulai. Biasanya pada bulan Desember atau bulan Januari pada tahun berikutnya, pendaftaran sudah ditutup. Hal ini dikarenakan kuota penerimaan siswa baru sangat terbatas, yaitu sekitar 52. 52 anak ini masuk dalam dua rombongan belajar (rombel), dimana masing-masing rombel terdiri atas 26 anak.

Proses penerimaan siswa di SDIT Wirusaha Indonesia adalah melalui Tata Usaha yang dibantu oleh para guru secara bergantian dan terjadwal. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon siswa baru untuk bisa mendaftar di SDIT Wirusaha Indonesia, adalah: mengisi formulir pendaftaran,

menyerahkan fotokopi akta kelahiran calon siswa, fotokopi ktp & kk orang tua dan menyerahkan pas foto terbaru ukuran 4x6.



Gambar 3: Ekskul Pramuka

Pada waktu yang telah ditetapkan, calon siswa baru memasuki tahapan yang cukup penting, yaitu mengikuti test kompetensi. Materi test kompetensi ini adalah membaca, menulis dan berhitung. Tujuan diadakannya test kompetensi ini adalah agar sekolah mengetahui kemampuan siswanya. Hal ini penting agar perkembangan kemampuan anak setelah masuk sekolah dapat diketahui secara terukur, sehingga evaluasi dapat dilakukan secara menyeluruh.

Guru tentu saja memiliki peranan yang sangat besar terhadap keberhasilan pembelajaran di sekolah. Minat, kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh peserta didik tidak akan berkembang secara optimal tanpa bantuan dan motivasi dari guru. Dalam proses belajar mengajar, guru dituntut mempunyai wawasan yang luas dan mampu menjadi fasilitator yang bertugas memberikan kemudahan dalam belajar kepada seluruh peserta didik agar mereka bisa belajar dalam suasana yang menyenangkan, kebahagiaan, penuh semangat, dan berani mengemukakan pendapatnya secara terbuka.

Guru juga harus kreatif dalam merancang bahan pembelajaran, sumber belajar dan menggunakan media yang menarik. Implementasi manajemen peserta didik dimulai dari: 1) Perencanaan (*planning*), yaitu persyaratan administrasi yang harus dipenuhi calon siswa baru, termasuk persyaratan usia yang telah cukup, 2) Pengorganisasian (*organizing*) yaitu proses penerimaan siswa baru dilakukan oleh pegawai tata usaha dan dibantu para guru secara bergantian dan terjadwal, 3) Pelaksanaan (*actuating*) yaitu membangun kedisiplinan siswa dalam mematuhi tata tertib dan menjaga lingkungan sekolah, 4) Pengawasan (*controlling*), yaitu pengawasan terhadap kedisiplinan siswa baik dalam hal tingkat kehadiran maupun pembiasaan-

pembiasaan yang lain yang sudah ditentukan oleh sekolah.

3.3. Implementasi Manajemen Pendidik dan Tenaga Kependidikan

1. Kualifikasi Tenaga Pendidik

Tenaga pendidik (guru) merupakan sumber daya manusia yang sangat penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan, mereka adalah *front-liner* yang berhubungan langsung dengan siswa sehingga berhasil atau tidaknya siswa terletak pada diri seorang guru dalam proses pembelajaran. Proses rekrutmen dan pembinaan terhadap tenaga pendidik adalah sesuatu yang cukup vital. Dalam hal perekrutan guru tentu saja tidak hanya mempertimbangkan sisi akademis nya, namun ada persyaratan lain yang harus dipenuhi yaitu mereka harus memiliki kepribadian yang baik, berintegritas dan memiliki sifat tanggung jawab terhadap sesuatu yang diembannya.

2. Upaya Peningkatan Kemampuan Tenaga Pendidik.

Upaya peningkatan kemampuan pendidik di SDIT Wirausaha Indonesia antara lain dilakukan melalui peltihan, workshop, seminat maupun sistem pendidikan yang lain. Kerjasama yang baik dengan antar sesama guru dan dengan orang tua / wali murid sangat diperlukan, sehingga terjalin hubungan kekeluargaan yang harmonis.

3.4. Implementasi Manajemen Sarana Prasarana

1. Ketersediaan Sarana dan Prasarana.

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor penunjang dalam pencapaian keberhasilan proses belajar mengajar di sekolah. Hal tersebut dapat dicapai manakala ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai disertai dengan pengelolaan yang optimal. SDIT Wirausaha Indonesia secara bertahap berusaha melengkapi sarana prasarana pendidikan yang ada di baik secara fisik maupun non fisik dalam meningkatkan efisiensi proses pembelajaran.

2. Kesesuaian Sarana Prasarana

Kesesuaian sarana prasarana pembelajaran di SDIT Wirausaha Indonesia masih harus dibenahi. Kendala yang dihadapi dalam pengadaan saran prasarana yaitu anggaran dari yayasan yang masih terbatas, sehingga diperlukan skala prioritas dalam melengkapinya.

3.5. Implementasi Manajemen Pembiayaan

Tata kelola manajemen keuangan di SDIT Wirausaha Indonesia dilakukan dengan baik. Hal ini dikarenakan melibatkan orang-orang yang memiliki kemampuan

di bidangnya dan berpengalaman sehingga sistem pertanggungjawaban keuangan bisa dilakukan dengan baik, efektif dan efisien. Pengawasan pelaksanaan anggaran dilakukan baik secara periodik maupun secara insidenyil oleh yayasan.

Fungsi Manajemen mulai dari:

- 1). Perencanaan (*planning*), yaitu perencanaan anggaran untuk keperluan operasional sekolah.
- 2). Pengorganisasian (*organizing*), yaitu penyusunan anggaran belanja sekolah yang melibatkan Kepala Sekolah, Dewan Guru, Tata Usaha dan Komite.
- 3). Pelaksanaan (*actuating*), yaitu berupa penyelenggaraan pembukuan secara tertib dan dapat dipertanggungjawabkan.
- 4). Pengawasan (*controlling*), yaitu melaporkan hasil pelaksanaan anggaran dan membuat laporan saat penutupan buku kas secara periodik.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian tentang Implementasi manajemen pendidikan di dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

4.1. Manajemen Pendidikan Kurikulum dan Pembelajaran

Proses pembelajaran di SDIT Wirusaha Indonesia, yaitu:

- 1) Proses pelaksanaan pembelajaran sudah disusun dalam RPP sebagai penjabaran dari standar isi, standar kompetensi dan kompetensi dasar, program tahunan dan semester.
- 2) Penggunaan media pembelajaran disesuaikan dengan materi yang diajarkan.
- 3) Pihak sekolah mendukung upaya yang dilakukan oleh guru untuk menggali dan berinovasi sehingga pembelajaran menjadi lebih baik,
- 4) Penilaian terhadap siswa dilakukan melalui sikap dan seberapa jauh penguasaan dan pencapaian tujuan pembelajaran yang dicapai oleh siswa. Dengan demikian pelaksanaan kurikulum dan pembelajaran di SDIT Wirusaha Indonesia sudah sesuai dengan harapan.

4.2. Manajemen Peserta Didik

Sekolah sebagai lembaga pendidikan sudah melakukan dengan baik mulai dari proses pendaftaran melayani, membimbing dan mengarahkan peserta didiknya. Manajemen peserta didik memegang peranan penting guna menunjang proses pendidikan disekolah.

4.3. Manajemen Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Manajemen pendidik dan tenaga kependidikan memegang peranan penting untuk menunjang proses pendidikan di SDIT Wirusaha Indonesia. Manajemen pendidik dan tenaga kependidikan memuat kualifikasi pendidik dan tenaga kependidikan sehingga memiliki kualitas yang baik dan mempunyai tugas dan tanggung jawab penuh dalam mendidik anak didiknya.

4.4. Manajemen Sarana dan Prasarana

Manajemen sarana dan prasarana memegang peranan penting menunjang proses pendidikan di SDIT Wirusaha Indonesia. Manajemen sarana dan prasarana diselenggarakan berdasarkan atas kesesuaian kebutuhan dan ketersediaan anggaran yang dimiliki sekolah. Ketersediaan sarana dan prasarana pembelajaran di SDIT Wirusaha Indonesia sudah memadai walaupun masih ada yang perlu dilengkapi.

4.5. Manajemen Pembiayaan

Manajemen pembiayaan di SDIT Wirusaha Indonesia dilaksanakan secara baik dan berhasil guna. Manajemen pembiayaan ini harus dilakukan dengan baik mengingat keterbatasan dana dan kebutuhan sekolah yang harus dilakukan menurut skala prioritas secara efektif dan efisien. Sistem keuangan yang baik memungkinkan untuk membiayai pelaksanaan program secara efisien dan yang terpenting adalah meminimalisir terjadinya penyalahgunaan anggaran.

REFERENSI

- Ambarita, A. (2013). *Kepemimpinan Kepala*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Burhanuddin. (2013). *Manajemen Pendidikan*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Hidayati. (2014). *Manajemen Pendidikan, Standar Pendidik, Tenaga Kependidikan dan Mutu Pendidikan*. At-Ta'lim Jurnal Vol. 21 No.1, halaman 42-53.
- Moleong, L.J. (2013). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nata, A. (2008). *Manajemen Pendidikan Mengatasi kelemahan Pendidikan di Indonesia*. Jakarta: kencana.
- Retno Yuliani, Irawan Suntoro & Supomo

Kandar. (2015). Implementasi Manajemen Pendidikan SDN 1 Gisting Bawah. *Jurnal Manajemen Mutu Pendidikan* Vol.3 No.2, halaman 1-16.

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian*

Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Cet Ke-8. Bandung: Alfabeta.

Suparlan. (2013). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: Penerbit Bumi Aksara.

Zakiyudin, Ais. (2016). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana media