

JURNAL GICI
Volume 6. No.1 Tahun 2016
ISSN 2088 – 1312

SUSUNAN PENGURUS REDAKSI

Pimpinan Umum : Dr. Ahmad Subagyo,SE,MM
Pimpinan Redaksi : Dr. Akhmad Sodikin, SE, MM, M.Si.
Wakil Pimpinan Redaksi : Sugiharto , SH, MM
Redaktur Pelaksana : Ir. Muhammad Masyhuri, MBA.

Redaktur Ahli :

Nurdin Rifai, SE, M.Sc (STIE “GICI”)
Dr. M.Muflih, M.A. (Politeknik Negeri Bandung)
Dr. Oneng Nurul Badariah, MA. (Universitas Muhammadiyah Jakarta)
H.Armanto Wicaksono, SE. Akt. MM. (Universitas Bina Nusantara)

Anggota Redaktur Pelaksana:

Martino Wibowo, SE, M.Si
Krisna Sudjana, SE, MM

Reviewer:

Dr. Ari Warokka (Universitas Negeri Jakarta)
Wahyoe Soedarmono, Ph.D (Universitas Sampoerna)
Dr. Muhammad Anhar (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)
Dr. H. Suwandi (Universitas Bakrie Jakarta)
Dr. H. Desmadi Saharuddin, Lc., MA. (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

Sekretaris Redaksi :

Nuryani Susana , S.Pd, SH, MH.
Desain Grafis : Andhika SP
Tata Usaha dan Sirkulasi : Agustini, S.Kom, MM.

Diterbitkan oleh GICI PRESS

JURNAL GICI adalah Jurnal keuangan dan bisnis yang menyajikan berbagai hasil penelitian baik berbasis pendekatan kualitatif maupun kuantitatif dan diterbitkan secara periodik semesteran (dua kali dalam setahun) dengan mengangkat tema-tema tertentu yang dipilih sesuai dengan issue-issue yang sedang hangat dibicarakan di publik (top issues). Topik yang diangkat berkisar pada masalah keuangan dan bisnis.

Alamat Redaksi :

STIE GICI DEPOK, Jl. Margonda Raya N o. 224
Kota Depok, Jawa Barat.
Telp. 021-7760806, facs . 021-776807.
www.gicibusinessschool.ac.id
e-mail : bgy2000@yahoo.com

KATA PENGANTAR

Tidak terasa waktu terus berjalan, Jurnal GICI telah memasuki tahun ke-enam. Artikel dari berbagai narasumber semakin beragam dengan tinjauan multidisipliner keilmuan dalam melihat bisnis sebagai obyek penelitian. Peran dan perhatian para dosen makin besar dalam ikut berkontribusi memberikan artikel kepada Dewan Redaksi Jurnal GICI saat ini. Sehingga tidak semua artikel yang masuk dapat kami terbitkan dalam edisi No.1 Volume VI tahun 2016 ini.

Kualitas artikel makin ditingkatkan seiring dengan target capaian yang ingin diperoleh sebagai Jurnal Terakreditasi. Beberapa langkah yang telah dilakukan antara lain melibatkan reviewer secara aktif dalam setiap artikel yang akan diterbitkan. Beberapa reviewer yang telah memberikan kontribusinya , antara lain:

1. Dr. Moh. Azhar, SE. Akt. M.Ak. (STIE Indonesia)
2. Wahyoe Soedarmono, Ph.D. (Universitas Sampoerna)
3. Dr. Suwandi, SE.M.Si (Universitas Bakrie)
4. Dr. Desmandi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

Kami ucapkan terima kasih atas perhatian dan perkenan para reviewer untuk mengkaji-ulang artikel para penulis di Jurnal GICI edisi ini. Harapannya, Jurnal GICI akan semakin berkualitas dan dapat memberikan kontribusi positif bagi seluruh sivitas akademika STIE GICI pada khususnya dan Pendidikan Tinggi pada umumnya.

Edisi kali ini diangkat tema besarnya adalah “BISNIS DALAM PERSPEKTIF KEUANGAN DAN SDM”. Topik ini merupakan artikel terbanyak yang diangkat oleh para penulis pada tahun 2016 ini. Selanjutnya untuk penerbitan berikutnya, Dewan redaksi akan mengangkat tema PEMASARAN dalam pendekatan kuantitatif.

Kepada calon penulis artikel berikutnya, kami berharap dapat menyesuaikan dengan topik besar yang akan diangkat dalam Jurnal GICI, edisi no. 2 volume V tahun 2016 ini. Terima kasih atas partisipasi bapak/Ibu yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu dan tenaganya demi terbitnya Jurnal GICI ini.

Perbaikan terus-menerus menjadi kunci peningkatan kualitas.

Depok, Medio 2016

Dewan Redaksi

JURNAL GICI
Vol. 6 No. 1 Tahun 2016

TEMA
BISNIS DALAM PERSPEKTIF KEUANGAN DAN SDM

Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2014 Oleh : Anessa Musfitria	4-13
Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Go Public Di BEI Oleh : Eva Dwijayanti dan Yoyok Priyo Hutomo	14-28
Studi Hubungan Komunikasi Guru dan Kualitas Guru di SMUN 2 Bekasi Oleh: Ricky Rizkie	29-36
Analisis Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bengkel PT. Astra International Tbk - Tso Bogor Siliwangi (Auto2000) Oleh: Mulyana dan Sandi Noorzaman	37-54
Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. HLI Oleh : Rubiah Fitriyanti dan Salbiah	55-61
Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa, Bogor Oleh: Muhammad Masyhuri dan Intan Suryanti	62-73
Analisis Kepuasan Nasabah Kredit Pinjaman Pensiun (Studi Kasus pada Bank Bumi Arta Bogor) <i>Customers Satisfaction Analysis of Pension Loan Credit (a case study at Bumi Arta Bank Bogor)</i> Oleh: Popi Mourina Sorsen dan Maya Andini Kartikasari	74-85
Strategi Operasional Bisnis Konsultan di Jakarta Untuk Meraih Peluang Yang Lebih Baik Oleh: Muhammad Aziz Winardi	86-97
Analisis Pengaruh Pendidikan Keuangan Keluarga, Tempat Tinggal/ <i>Residence</i> , Dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap <i>Financial Literacy</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di UBNAS) Oleh: Florentina Krisanti Sekarwiti dan Armanto Witjaksono	98-114
Pengaruh Budaya Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pada Tenaga Pengajar SMA Negeri 28 Jakarta Oleh: Mei Iswandi dan Itsna Ridwani Zaroh	115-127
Formulasi Strategi Bisnis Mainan PT. STB Bogor Oleh: Altatit Dianawati	128-141
Kontegrasi dan Koreksi Nilai Tukar Mata Uang Antar Negara di Kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara Oleh: Ahmad Subagyo	142-154

**PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERUBAHAN LABA
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2012-2014**

Anessa Musfitria

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Indonesia

Email: musfitriaanessa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. Variabel independennya 8 rasio keuangan yaitu *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Total Debt To Equity Ratio*, *Inventory Turnover*, *Total Asset Turnover*, *Return On Asset*, *Return On Equity* Dan *Net Profit Margin*, sedangkan variable dependennya adalah perubahan laba. Hasil penelitian menunjukkan 6 rasio berpengaruh terhadap perubahan laba dan 2 rasio tidak berpengaruh terhadap perubahan laba,

Abstract

The objective of this study is to research the impact of financial ratios to profit change of manufacturer's enterprises listed in BEI on 2012-2014. The independent variables are *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Total Debt To Equity Ratio*, *Inventory Turnover*, *Total Asset Turnover*, *Return On Asset*, *Return On Equity* and *Net Profit Margin*, while dependent variable is profit change. The result show 6 ratios impact on profit change and 2 ratios did not impact on profit change.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Munculnya pesaing dalam dunia usaha dengan jumlah yang banyak membuat perkembangan dunia usaha semakin kompetitif dan menuntut setiap perusahaan untuk dapat mengelola dan melaksanakan manajemen menjadi lebih profesional. Perusahaan juga diharapkan memiliki kemampuan yang kuat di berbagai bidang seperti bidang keuangan, pemasaran, operasional dan bidang sumber daya manusia.

Salah satu hal yang terpenting dalam penilaian prestasi perusahaan adalah kinerjanya dari tahun ke tahun. Parameter kinerja perusahaan yang sering digunakan adalah laba. Penting bagi pemakai laporan keuangan untuk mengetahui pertumbuhan laba karena peningkatan laba yang diperoleh perusahaan menentukan besarnya tingkat pengembalian kepada pemegang saham atau bagi calon investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi di perusahaan tersebut. Bagi manajemen perusahaan, pertumbuhan laba digunakan sebagai alat untuk menghadapi berbagai kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Kreditur sebelum mengambil keputusan untuk memberi atau menolak permintaan kredit suatu perusahaan, membutuhkan informasi pertumbuhan laba yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan tersebut untuk membayar kembali utangnya ditambah beban bunganya

Analisis rasio berorientasi dengan masa depan yang berarti bahwa analisis rasio dapat digunakan sebagai alat untuk meramalkan keadaan keuangan serta hasil usaha di masa yang akan datang. Oleh karena itu analisis rasio keuangan dapat membantu para pelaku bisnis, pemerintah dan pihak pemakai laporan keuangan lainnya dalam menilai kondisi

keuangan perusahaan yang juga bermanfaat untuk memprediksi laba. Apabila kinerja keuangan perusahaan baik maka pertumbuhan laba meningkat, dan sebaliknya apabila kinerja perusahaan tidak baik maka pertumbuhan laba menurun. Dalam hal ini pertumbuhan laba merupakan peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Enekwe, 2014).

Menurut Fahmi (2012) analisis rasio keuangan merupakan analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu dan membantu menggambarkan tren pola perubahan tersebut untuk kemudian menunjukkan risiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan. Jadi untuk menilai kondisi dan kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan rasio yang merupakan pos-pos laporan keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rasio keuangan mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja keuangan.

Mahaputra (2012) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Profit Margin* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan laba yang berarti rasio-rasio tersebut mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan berinvestasi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Gunawan, Ade dan Wahyuni, Sri Fitri (2013) menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Debt To Asset Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, secara parsial tidak berpengaruh signifikan sedangkan *Inventory Turnover*, *Fixed Asset Turnover* dan *Total Asset Turnover* secara

parsial berpengaruh signifikan. *Current Ratio*, *Debt To Asset Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Inventory Turnover*, *Fixed Asset Turnover* dan *Total Asset Turnovers* simultan berpengaruh Signifikan terhadap perubahan laba.

Penelitian lain yang dilakukan Danny/Amin, Muhammad Nuryanto (2014) menunjukkan bahwa menunjukkan secara simultan *Quick Ratio*, *Dept To Equity Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Inventory Turnover* berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan laba. Sedangkan secara parsial variabel *Quick Ratio* dan *Total Asset Turn Over* tidak terdapat pengaruh terhadap perubahan laba. Sedangkan *Dept To Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* memiliki pengaruh terhadap perubahan laba.

Tahun 2014 Wiyanti, Nanik melakukan penelitian dan menunjukan bahwa *Current Ratio*, *Total Asset Turnover*, *Dept To Equity Ratio* dan *Retunr On Investment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Secara parsial *Current Ratio* dan *Total Asset Turnover* tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perubahan laba. *Dept To Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap perubahan laba. *Return On Investment* berpengaruh signifikan dan negaif terhadap perubahan laba.

Ada beberapa analisis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis dan menilai kondisi keuangan perusahaan serta prospek perubahan labanya. Penelitian ini mengambil 8 (delapan) variabel independent yaitu *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Total Debt To Equity Ratio*, *Inventori Turnover*, *Total Asset Turnover*, *Return On Asset*, *Return On Equity* Dan *Net Profit Margin*.

1.2. Tujuan dan Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan rasio-rasio keuangan dengan pertumbuhan laba. Adanya ketidak-konsistenan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan isu ini menarik untuk diteliti kembali. Beberapa permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- Apakah *Current Ratio* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Quick Ratio* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Inventory Turnover* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Total Asset Turnover* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Debt To Equity Ratio* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Return On Asset* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
- Apakah *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Inventory Turnover*, *Total Asset Turnover*, *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net*

Profit Margin berpengaruh terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Analisis Laporan Keuangan

Menurut Fahmi (2012) laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja perusahaan tersebut. Menganalisis laporan keuangan berarti menilai kinerja perusahaan, baik secara internal maupun untuk dibandingkan dengan perusahaan lain yang berada dalam industri yang sama. Hal ini berguna bagi arah perkembangan perusahaan lain yang berada dalam mengetahui seberapa efektif operasi perusahaan telah berjalan. Analisis laporan keuangan sangat berguna tidak hanya bagi internal perusahaan saja, tetapi juga bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Menurut Hery (2015) Analisis laporan keuangan merupakan suatu metode yang membantu para pengambil keputusan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui informasi yang didapat dari laporan keuangan. Analisis laporan keuangan dapat membantu manajemen untuk mengidentifikasi kekurangan atau kelemahan yang ada dan kemudian membuat keputusan yang rasional untuk memperbaiki kinerja perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Analisis laporan keuangan juga berguna bagi investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan investasi dan kredit.

Menganalisis laporan keuangan berarti menilai kinerja perusahaan, baik secara internal maupun untuk dibandingkan dengan perusahaan lain yang berada dalam industri yang sama. Hal ini berguna bagi arah perkembangan perusahaan lain yang berada dalam mengetahui seberapa efektif operasi

perusahaan telah berjalan. Analisis laporan keuangan sangat berguna tidak hanya bagi internal perusahaan saja, tetapi juga bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya.

2.2. Rasio Keuangan

Rasio ini menggambarkan hubungan /perimbangan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain. Dengan menggunakan alat analisa berupa rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan terutama apabila angka rasio tersebut dibandingkan dengan angka rasio pembanding yang disebut standar (Suad dan Enny, 2007).

Rasio keuangan pada dasarnya disusun dengan menggabungkan angka-angka di dalam atau antara laporan laba rugi dan neraca. Dengan cara rasio semacam itu diharapkan pengaruh perbedaan ukuran akan hilang. Rasio-rasio keuangan menghilangkan pengaruh ukuran dan membuat ukuran bukan dalam angka absolut tetapi dalam angka relatif. Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (Enekwe, 2014).

2.3. Laba

Laba merupakan ringkasan hasil laba bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Sedangkan laba akuntansi (accounting income) didefinisikan sebagai

perbedaan pendapatan yang direalisasikan dari transaksi yang terjadi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut (Suwito, 2005).

Laba adalah informasi penting dalam suatu laporan keuangan, angka ini penting untuk (Subramanyam, 2009) :

- Perhitungan pajak, berfungsi sebagai dasar pengenaan pajak yang akan diterima Negara.
- Menghitung deviden yang akan dibagikan kepada pemilik dan yang akan ditahan dalam perusahaan.
- Menjadi pedoman dalam menentukan kebijaksanaan investasi dan pengambilan keputusan.
- Menjadi dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang.
- Menjadi dasar penghitungan penilaian efisiensi.

3. Pengembangan hipotesis

Menurut penelitian Ningsih (2014) *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif terhadap perubahan laba. Maka hipotesis 1 dari penelitian ini adalah:

H1 : *Current Ratio* (CR) berpengaruh terhadap perubahan laba

Menurut penelitian Noviatiani dan Rosyani (2013), *Quick Ratio* (QR) tidak berpengaruh terhadap perubahan laba. Maka hipotesis 2 penelitian ini adalah:

H2 : *Quick Ratio* tidak berpengaruh terhadap perubahan laba

Menurut Noviatiani dan Rosyani (2013), *Debt To Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap perubahan laba. Maka hipotesis 3 dari penelitian ini adalah:

H3 : *Debt To Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif terhadap perubahan laba.

Menurut penelitian Gunawan dan Wahyuni (2013), *Inventory Turnover* (IT) berpengaruh terhadap perubahan laba. Maka hipotesis 4 dari penelitian ini adalah

H4 : *Inventory Turnover* (IT) berpengaruh terhadap perubahan laba.

Menurut penelitian Ningsih (2014), *Total Asset Turnover* (TAT) berpengaruh terhadap perubahan laba. Maka hipotesis 5 dari penelitian ini adalah

H5 : *Total Asset Turnover* (TAT) berpengaruh terhadap perubahan laba.

Menurut penelitian Ningsih (2014), *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap perubahan laba, maka hipotesis 6 dari penelitian ini adalah

H6 : *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap perubahan laba

Menurut penelitian Mahaputra (2012), *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap perubahan laba. maka hipotesis 7 dari penelitian ini adalah

H7 : *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap perubahan laba

Menurut penelitian Mahaputra (2012), *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh terhadap perubahan laba maka hipotesis 8 dari penelitian ini adalah

H8 : *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh terhadap perubahan laba

H9 : Secara simultan *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Inventory Turnover*, *Total Asset Turnover*, *Return On Asset*, *Return On Equity*, dan *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap perubahan laba.

4. Metodologi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio keuangan dan data laba. Data rasio keuangan yang diolah dari data laporan keuangan tahun 2012-2014 yang terdiri dari laporan neraca dan laporan laba rugi yang berhubungan dengan

penelitian. Penulis menggunakan SPSS seri 22 untuk mengolah data. Perhitungan rasio yang digunakan adalah sebagai berikut (Husnan dan Enny, 2007) :

- Current Ratio (CR) = $\frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$
- Quick Ratio (QR) = $\frac{(\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Utang Lancar}}$
- Inventory Turnover (IT) = $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata Rata Penjualan}}$
- Total Asset Turnover (TAT) = $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$
- Debt To Equity Ratio (DER) = $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$
- Return On Asset (ROA) = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$
- Return On Equity (ROE) = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$
- Net Profit Margin (NPM) = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$

Sedangkan perubahan laba menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Delta Y^t = Y^t - Y^{t-1}$$

Keterangan :

- ΔY^t = perubahan laba 1 pada tahun t
- Y^t = laba perusahaan 1 pada tahun t
- Y^{t-1} = laba perusahaan 1 pada tahun sebelumnya

5. Pembahasan

5.1. Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Rasio dan Deskriptif statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CR	33	,89	1,67	1,2057	,20357
QR	33	,30	2,26	1,2316	,50856
IT	33	2,6	5,6	4,325	,6736
TATO	33	,7	2,8	1,469	,6182
DER	33	,0	2,1	,786	,5776
ROA	33	,45	,87	,6295	,12435
ROE	33	,49	1,14	,7026	,16261
NPM	33	,14	,59	,3292	,13857
PERUBAHAN LABA	33	,0	,9	,216	,2006
Valid N (listwise)	33				

Berdasarkan pada tabel 1 tersebut, *Current Ratio* memiliki nilai rata-rata 1,2057 dengan standar deviasi 0,20357, Adapun nilai minimum dari *Current Ratio* (*CR*) adalah sebesar 0,89 dan nilai maksimum sebesar 1,67. *Quick Ratio* (*QR*) memiliki nilai rata-rata 1,2316 dengan standar deviasi 0,50856, Adapun nilai minimum dari *Quick Ratio* (*QR*) adalah sebesar 0,30 dan nilai maksimum sebesar 2,26.

Inventory Turnover memiliki nilai rata-rata 4,325 dengan standar deviasi 0,6736, Adapun nilai minimum dari *Inventory Turnover* adalah sebesar 2,6 dan nilai maksimum sebesar 5,6. *Total Asset Turnover* memiliki nilai rata-rata 1,469 dengan standar deviasi 0,6182, Adapun nilai minimum dari *Total Asset Turnover* adalah sebesar 0,7 dan nilai maksimum sebesar 2,8. *Dept Equity Ratio* memiliki nilai rata-rata 0,786 dengan standar deviasi 0,5776, Adapun nilai minimum dari *Dept Equity Ratio* adalah sebesar 0,0 dan nilai maksimum 2,1.

Return On Asset memiliki nilai rata-rata 0,6295 dengan standar deviasi 0,12435, Adapun nilai minimum dari *Return On Asset* adalah sebesar 0,45 dan nilai maksimum 0,87. Nilai maximum *Return On Asset* dicapai oleh PT. Unilever Indonesia. Tbk. *Return On Equity* memiliki nilai rata-rata 0,7026 dengan standar deviasi 0,16261, Adapun nilai minimum dari *Return On Equity* adalah sebesar 0,49. dan nilai maksimum 1,14. *Net Profit Margin* memiliki nilai rata-rata 0,3292 dengan standar deviasi 0,13857, Adapun nilai minimum dari *Net Profit Margin* adalah sebesar 0,14 dan nilai maksimum 0,59. Perubahan Laba memiliki nilai rata-rata 0,216 dengan standar deviasi 0,2006, Adapun nilai minimum dari Perubahan Laba adalah sebesar 0,0 dan nilai maksimum 0,9.

5.2. Uji Normalitas & Multikolinearitas

Dari Tabel 2 nilai Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui bahwa nilai variabel *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)*, *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)* dan perubahan laba terdistribusi secara normal karena memiliki tingkat signifikansi di atas 0,5. Sedangkan dari Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model regresi karena semua variabel berada di atas 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga model regresi yang ada layak untuk dipakai.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		CR	QR	IT	TAT	DER	ROA	ROE	NPM	PERUBAHAN LABA
N		33	33	33	33	33	33	33	33	33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,2057	1,2316	4,325	1,469	,786	,6295	,7026	,3292	,216
	Std. Deviation	,20357	,50856	,6736	,6182	,5776	,12435	,16261	,13857	,2006
Most Extreme Differences	Absolute	,172	,170	,134	,137	,133	,174	,173	,176	,175
	Positive	,172	,170	,077	,137	,133	,174	,173	,176	,175
	Negative	-,093	-,104	-,134	-,106	-,095	-,118	-,134	-,124	-,174
Test Statistic		,172	,170	,134	,137	,133	,174	,173	,176	,175
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c	,017 ^c	,138 ^c	,119 ^c	,147 ^c	,012 ^c	,013 ^c	,011 ^c	,012 ^c
a. Test distribution is Normal.										
b. Calculated from data.										
c. Lilliefors Significance Correction.										

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-,749	,489		-1,532	,139			
	CR	-,014	,045	-,120	-,311	,759	,160	6,250	
	QR	-,047	,357	-,054	-,132	,896	,143	7,006	
	IT	,115	,061	,385	1,864	,075	,562	1,781	
	TAT	,200	,080	,616	2,487	,020	,390	2,564	
	DER	,314	,132	,905	2,390	,025	,167	5,991	
	ROA	-,167	,424	-,130	-,393	,698	,219	4,571	
	ROE	-,537	,171	-1,177	-3,139	,004	,170	5,874	
	NPM	1,822	,653	,957	2,789	,010	,203	4,918	

a. Dependent Variable: PERUBAHANLABA

5.3 Uji Autokorelasi

Dari tabel 4 Durbin Watson dengan tingkat nilai signifikansi 5%, dan n 33 diketahui bahwa dL sebesar 0,8612, dU sebesar 2,1814. Adapun hasil perhitungan Durbin Watson sebesar 1,836. Nilai ini berada pada daerah $0,8612 < 1,836 < 2,1814$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berada pada daerah yang tidak mempunyai autokorelasi.

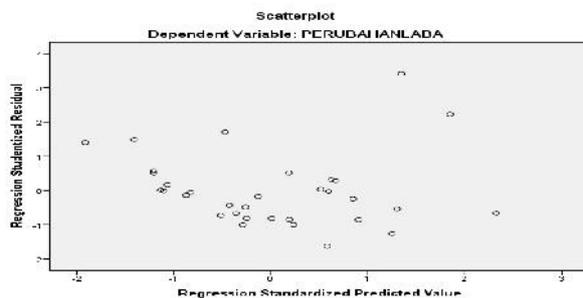
Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,669 ^a	,447	,263	,1722	1,956

a. Predictors: (Constant), NPM, TAT, IT, CR, ROE, ROA, DER, QR
b. Dependent Variable: PERUBAHAN LABA

5.4 Uji Heteroskedastisitas

Dari Gambar 1 terlihat jelas bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul dan memenuhi satu tempat saja serta tidak menunjukkan pola atau bentuk tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

5.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.800	,351		-2,276	,032
	CR	,063	,088	,533	,708	,486
	QR	-.115	,117	-.807	-.990	,332
	IT	,101	,062	,339	1,637	,115
	TAT	,208	,078	,641	2,656	,014
	DER	,339	,127	,975	2,667	,013
	ROA	-.167	,415	-.130	-.401	,692
	ROE	-.588	,175	-1,290	-3,359	,003
	NPM	2,283	,774	1,199	2,948	,007

a. Dependent Variable: PERUBAHAN LABA

Dari tabel 5 diketahui bahwa variabel *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Dept To Equity Ratio (DER)*, dan *Net Profit Margin (NPM)* memiliki koefisien arah positif. Hal ini berarti peningkatan *Current Ratio (CR)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Dept To Equity Ratio (DER)*, dan *Net Profit Margin (NPM)* akan cenderung memiliki perubahan laba yang tinggi. Sedangkan *Quick Ratio (QR)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)* memiliki koefisien araf negatif yang berarti bahwa peningkatan *Quick Ratio (QR)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)* akan cenderung memiliki perubahan laba yang rendah.

5.6. Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t Hitung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.800	,351		-2,276	,032
	CR	,063	,088	,533	,708	,486
	QR	-.115	,117	-.807	-.990	,332
	IT	,101	,062	,339	1,637	,115
	TAT	,208	,078	,641	2,656	,014
	DER	,339	,127	,975	2,667	,013
	ROA	-.167	,415	-.130	-.401	,692
	ROE	-.588	,175	-1,290	-3,359	,003
	NPM	2,283	,774	1,199	2,948	,007

a. Dependent Variable: PERUBAHAN LABA

5.7. Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F Hitung

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,576	8	,072	2,429	,044 ^b
	Residual	,711	24	,030		
	Total	1,287	32			

a. Dependent Variable: PERUBAHANLABA
b. Predictors: (Constant), NPM, TAT, IT, CR, ROE, ROA, DER, QR

Uji ANOVA (*Analysis of Varians*) atau uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 2,429, sedangkan F_{tabel} sebesar 2,36 dengan d.f. pembilang 8, d.f. penyebut 24 dan taraf signifikan $\alpha = 0,05$, sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$. Artinya terdapat pengaruh signifikan *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Dept To Equity Ratio (DER)*, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)* secara simultan atau bersama-sama terhadap perubahan laba.

5.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,263	,172

a. Predictors: (Constant), NPM, TAT, IT, CR, ROE, ROA, DER, QR

Dari tabel 8 diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,447 atau sebesar 44,7%. Hal ini berarti 44,7% dari variabel perubahan laba bisa dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)*, *Dept To Equity Ratio (DER)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)*. Sedangkan sisanya sebesar 55,3% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

6. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Current Ratio (CR)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Quick Ratio (QR)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory Turnover (IT)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Total Asset Turnover (TAT)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Dept To Equity Ratio (DER)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return On Asset (ROA)* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return On Equity (ROE)* secara parsial tidak berpengaruh
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Net Profit Margin (NPM)* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)*, *Dept To Equity Ratio (DER)*, *Inventory Turnover (IT)*, *Total Asset Turnover (TATO)*, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)* berpengaruh terhadap perubahan laba

DAFTAR PUSTAKA

- Enekwe, C. I. 2014. The relationship between financial ratio analysis and corporate profitability: a study of selected quoted oil and gas companies in Nigeria.
- Fahmi, I. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Ke-2. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, A dan Wahyuni, S. F. 2013. Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Perdagangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis vol.13 No. 01 April 2013 ISSN 1696-7619*.
- Hery, 2015, *Analisis Laporan Keuangan* (pendekatan rasio keuangan), Jakarta: Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Husnan, S dan Enny P. 2007, *Manajemen Keuangan*, Edisi Kelima, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Mahaputra, I Nyoman K. A. 2012. Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba. *Jurnal Univesitas Udayana*
- Ningsih, L S. 2014. Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa . *Jurnal Universitas Surakarta*
- Novatiani, R. A dan Rosyani, M. 2012. Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama*
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2009). *Financial Statement Analysis*. New York: McGraw-Hill.
- Suwito, E. 2005. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar di BEI, *Jurnal SNA VIII Solo,15-16 September*

PENGARUH INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG GO PUBLIC DI BEI

Eva Dwijayanti dan Yoyok Priyo Hutomo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

E-mail: hutomopriyo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh informasi akuntansi terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat sahamnya di BEI periode tahun 2012-2014. Dengan variabel independen *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), *Dividend Per Share* (DPS), dan Pertumbuhan Penjualan, serta variabel dependen harga, penelitian ini menggunakan data sekunder dan jumlah sampel yang pakai sebanyak 17 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham, ROE berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap harga saham, EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, PER berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham, DPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Secara simultan, semua variabel bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci : Harga saham, *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Earning Per Share*, *Price Earning Ratio*, *Dividend Per Share* dan Pertumbuhan Penjualan

Abstract

This study aimed to test the significance of the effect of accounting information the stock price at manufacturing consumer goods industry sector listed its shares on IDX-year period 2012-2014. The independent variable are Return On Asset (ROA), Return on Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), Price Earning Ratio (PER), Dividend Per Share (DPS), and Sales Growth, and the price as the dependent variable, this study uses secondary data. The samples used in this study were 17 companies manufacturing consumer goods industry sector with the sampling technique used purposive sampling. The results of this study indicate that ROA affect negatively but not significantly influence stock prices, ROE positive effect but not significant to the stock price, EPS positive and significant impact on stock prices, PER a significant negative effect on stock prices, DPS positive and significant impact on prices stocks, sales growth is positive and significant effect on stock prices. Simultaneously, all the variables together have a significant effect on stock prices.

Keywords: *stock price, Return on Assets, Return on Equity, Earnings Per Share, Price Earning Ratio, Dividend Per Share and Sales Growth*

1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan teknologi, ekonomi, dan bisnis yang semakin kompetitif, maka semakin banyak pula perusahaan yang tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan besar. Semakin besar suatu perusahaan, maka akan semakin kompleks pula aktivitas bisnisnya. Jika usaha atau bisnis yang dijalankan perusahaan semakin besar dan kompleks, dana yang dibutuhkan pun akan semakin besar. Perusahaan tidak mungkin hanya mengandalkan dana yang berada di dalam perusahaan untuk membiayai aktivitas bisnisnya dan menjaga kelangsungan usahanya agar tetap eksis dalam perekonomian, tetapi perusahaan juga akan membutuhkan sumber dana lain yang berasal dari luar perusahaan. Pasar modal merupakan tempat bertemunya para pemilik modal dan yang membutuhkan modal. Perusahaan dapat memanfaatkan pasar modal sebagai alternatif tempat penghimpunan dana selain sistem perbankan.

Dalam perdagangan saham, harga saham dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Ada saatnya harga saham itu mengalami peningkatan (*bullish*), namun ada saatnya harga saham itu juga mengalami penurunan (*bearish*). Oleh sebab itu sebelum investor memutuskan untuk melakukan investasi, ada baiknya investor tersebut melakukan analisis yang dapat memberikan gambaran tentang return yang akan diterima di masa depan.

Seiring dengan semakin pesatnya perdagangan saham dan tingginya tingkat risiko saham, maka kebutuhan akan informasi akuntansi yang relevan dan memadai bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi juga meningkat. Informasi merupakan hal yang penting bagi investor karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan

atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan. Informasi yang lengkap, akurat, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Informasi-informasi akuntansi tersebut diperlukan untuk mengetahui variabel-variabel yang berhubungan dengan fluktuasi harga saham dan hubungan antar variabel.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut di atas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Go Public di BEI". Berdasarkan latar belakang dan uraian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap harga saham ?
2. Apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap harga saham ?
3. Apakah *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham ?
4. Apakah *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh terhadap harga saham ?
5. Apakah *Dividend Per Share* (DPS) berpengaruh terhadap harga saham ?
6. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham ?
7. Apakah *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), *Dividend Per Share* (DPS) dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap harga saham ?

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap harga saham
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham
3. Untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham
4. Untuk mengetahui pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap harga saham
5. Untuk mengetahui pengaruh *Dividend Per Share* (DPS) terhadap harga saham
6. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap harga saham
7. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), *Dividend Per Share* (DPS) dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan terhadap harga saham.

2. Tinjauan Teori dan Hipotesis

ROA mengukur tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA semakin tinggi keuntungan. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan menjadikan investor tertarik akan nilai saham. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Akroman (2009) dan Rinati (2009) menyebutkan bahwa ROA mempengaruhi harga saham.

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh signifikan dari ROA terhadap harga saham.

Rasio hasil pengembalian ekuitas atau ROE menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi *Return on Equity* berarti semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Jika semakin rendah rasio ini, berarti posisi pemilik perusahaan semakin lemah. ROE yang tinggi umumnya mempunyai korelasi positif dengan harga saham dan dipastikan investor menyukai

nilai ROE yang tinggi. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Yuliawati (2013) dan Firdaus (2013) yang membuktikan bahwa ROE berpengaruh terhadap harga saham.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh signifikan dari ROE terhadap harga saham.

Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan ditunjukkan oleh besarnya EPS dari perusahaan yang bersangkutan. Pada umumnya, investor akan mengharapkan manfaat dari investornya dalam bentuk laba per lembar saham. Makin tinggi nilai EPS akan menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang akan disediakan untuk pemegang saham (Dharmastuti 2004:18). Pengaruh EPS terhadap harga saham disebutkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Djauharotun (2005) dan didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Octavia (2010).

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh signifikan dari EPS terhadap harga saham.

PER menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. Perusahaan yang diharapkan akan tumbuh tinggi (mempunyai prospek baik) mempunyai PER yang tinggi, sebaliknya perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan rendah akan mempunyai PER yang rendah. PER sangat mempengaruhi harga saham disebutkan dalam penelitian yang dilakukan Hamka (2012).

Hipotesis 4: Terdapat pengaruh signifikan dari PER terhadap harga saham.

DPS atau dividen per lembar saham merupakan keuntungan setiap lembar saham yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham sebagai imbalan atau balas jasa atas kepemilikan suatu saham tertentu dan dapat berupa dividen tunai atau dividen saham, tetapi yang lebih sering dibagikan adalah dividen tunai. Menurut Intan dalam Putri (2012), DPS yang tinggi mencerminkan perusahaan memiliki prospek yang baik karena dapat membayarkan DPS yang tinggi. Hal itu dapat menarik investor untuk membeli saham perusahaan tersebut, sehingga permintaan saham perusahaan tersebut akan meningkat. Jika permintaan terhadap saham tersebut meningkat, harga sahamnya akan naik.

Hipotesis 5: Terdapat pengaruh signifikan dari DPS terhadap harga saham.

Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat akan diikuti pula oleh peningkatan pendapatan bahkan laba perusahaan. Jika pendapatan dan laba yang dihasilkan melalui penjualan terus meningkat, perusahaan tentunya akan mampu untuk membayar dividen kepada para pemegang sahamnya secara konsisten. Hal ini dapat menarik minat investor untuk menanamkan dananya pada saham perusahaan. Semakin banyak investor yang tertarik, permintaan terhadap saham juga akan meningkat sehingga harga saham pun dapat mengalami peningkatan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Utama (2014) dan Pasaribu (2008) menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi harga saham.

Hipotesis 6: Terdapat pengaruh signifikan dari Pertumbuhan Penjualan terhadap harga saham.

Dari beberapa hipotesis yang sudah dijelaskan diatas, informasi akuntansi yang berupa ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan Pertumbuhan Penjualan mempengaruhi harga saham karena sebagai bahan pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya.

Hipotesis 7: Terdapat pengaruh signifikan dari ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan terhadap harga saham.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan (*Applied Research*) yaitu penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah. Penelitian terapan bertujuan menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanasi yaitu penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh suatu variabel dengan variabel yang lain

3.2 Data yang Digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang bersumber dari catatan yang ada padaperusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau dapat dilakukan dengan menggunakan data dari Biro Pusat Statistik (BPS) (Danang, 2013:21).

Data yang diperlukan akan diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang berasal dari website BEI www.idx.com pada periode 2012-2014, sedangkan data harga saham diperoleh dari www.sahamok.com dan www.yahoofinance.com serta dari berbagai sumber-sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari:

- a) Laporan Keuangan Tahunan (*Annual Report*) yang diterbitkan oleh perusahaan yang menjadi objek penelitian.
- b) Laporan Harga Saham Penutupan Tahunan (31 Desember) Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2014
- c) Laporan Neraca dan Laporan Laba Rugi Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2012-2014

3.3 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan studi dokumentasi. Metode observasi merupakan telaah pustaka dengan mengamati jurnal-jurnal terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi-informasi berdasarkan sumber data yang berwujud data sekunder atau data yang sebelumnya telah tersedia. Data tersebut diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) dan referensi-referensi yang berkaitan dengan masalah dalam skripsi ini.

1. Populasi

Populasi atau *Universe* adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satu-satuan/individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satu-satuan/individu-individu ini disebut unit analisis. Unit analisis mungkin merupakan orang, rumah tangga, tanah pertanian, perusahaan dan lain-lain dalam bentuk yang biasa dipakai dalam survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang *go public* yang terdaftar di BEI dari tahun 2012 hingga tahun 2014.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili dari keseluruhan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni metode yang berdasarkan pada pertimbangan dan kriteria-kriteria tertentu. Hanya yang memiliki kriteria tertentu dari penelitian saja yang dijadikan sampel penelitian. Oleh karena itu sampel dari perusahaan yang masuk di BEI harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang listing di BEI yang mempunyai data keuangan yang lengkap dan dapat diandalkan kebenarannya dari periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2014
- b. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak *delisting* di BEI selama periode penelitian

c. Perusahaan yang saham-sahamnya aktif diperdagangkan di BEI pada tahun 2012 sampai tahun 2014.

d. Perusahaan tidak dalam keadaan merugi
Adapun kriteria dalam perhitungan sampel perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Jumlah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dari tahun 2012 - 2014	37
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak membagikan dividen	(6)
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang datanya tidak lengkap	(4)
Lembaga keuangan yang <i>Sales Growth negatif</i>	(10)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel penelitian	17

Jadi, dari perhitungan diatas dapat ditetapkan bahwa sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 17 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014.

3.4 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan terikat.

1. Variabel Terikat

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah harga saham penutupan.

2. Variabel Bebas

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Return On Asset (ROA)

$$(ROA = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset})$$

Mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktivananya.

2. Return On Equity (ROE)

$$(ROE = \text{Laba Bersih} / \text{Total Ekuitas})$$

Mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan modalnya.

3. Earning Per Share (EPS)

$$(EPS = \text{EAT} / \text{Jumlah Saham yg Beredar})$$

Pemberian keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

4. Price Earning Ratio (PER)

$$(PER = \text{Harga saham per lembar} / \text{Earning per lembar})$$

Melihat harga saham relatif terhadap *earning* nya.

5. Dividen Per Share (DPS)

$$(DPS = \text{Dividen} / \text{jumlah saham yang beredar})$$

Merupakan keuntungan setiap lembar saham yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham.

6. Pertumbuhan Penjualan

Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya).

3.5 Alat Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu, analisis regresi berganda menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Dalam penggunaan persamaan regresi terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

Setelah persamaan regresi terbebas dari asumsi dasar tersebut maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian hipotesis.

3.6 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode OLS merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (Best Linier Unbias Estimator/BLUE) (Ghozali, 2009). Kondisi akan terjadi apabila memenuhi beberapa asumsi klasik seperti normalitas, tidak ada multikolinearitas yang sempurna antar variabel bebas, tidak ada autokorelasi dan heteroskedastisitas.

3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu, analisis regresi berganda menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun model regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + X_1 \text{ ROA} + X_2 \text{ ROE} + X_3 \text{ EPS} + X_4 \text{ PER} + X_5 \text{ DPS} + X_6 \text{ Sales Growth} + E$$

Y = Harga Saham

a = Konstanta

X₁ - X₆ = Koefisien Regresi ROA =

Return on Asset ROE = *Return on Equity*

EPS = *Earning Per Share* PER = *Price*

Earning Ratio DPS = *Dividen Per Share*

Sales Growth = Pertumbuhan Penjualan

E = *error*

3.8 Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan uji yang berupa langkah pembuktian dugaan peneliti atau hipotesis. Langkah ini untuk menguji kebenaran hipotesis yang dikemukakan peneliti secara linier. Uji hipotesis yang dilaksanakan peneliti sebagai berikut :

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dengan persentase.

Dalam penelitian ini, nilai R^2 yang digunakan adalah *Adjusted R²* karena merupakan salah satu indikator untuk mengetahui pengaruh pertambahan suatu variabel independen ke dalam suatu persamaan regresi. Penelitian menggunakan *Adjusted R²* karena jika jumlah variabel independen lebih dari dua variabel, lebih baik digunakan *Adjusted R²*. *Adjusted R²* diperoleh dari rumus sebagai berikut :

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - R^2)$$

Dimana :

R^2 adalah koefisiensi determinasi
n adalah jumlah sampel pengamatan
k adalah jumlah variabel independen

Uji R^2 merupakan pengujian yang digunakan untuk seberapa besar variabel dependen dapat disajikan oleh variabel independen. Nilai R^2 besarnya antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin tinggi nilai R^2 , menunjukkan semakin besar pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Jika *R-square* sama dengan 1, berarti variabel independen berpengaruh secara sempurna terhadap variabel dependen, tetapi jika *R-square* sama dengan nol, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.10 Uji Koefisien Regresi Serentak (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

H₀ : variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H₁ : variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Terima H₀ jika angka signifikansi lebih besar dari $\alpha = 5\%$, tolak H₀ jika angka signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 5\%$. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikansi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

3.11 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Selain untuk uji pengaruh, uji ini juga dapat digunakan untuk mengetahui tanda koefisien regresi masing-masing variabel bebas sehingga dapat ditentukan arah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.12 Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan kuantitatif dengan teknik regresi berganda atau multiple regression untuk menguji pengaruh informasi akuntansi (ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan Pertumbuhan Penjualan) terhadap variabel dependen yaitu Harga Saham. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang menggunakan rumus-rumus statistik yang disesuaikan judul penelitian dan rumusan masalah untuk perhitungan angka-angka dalam rangka menganalisis data yang diperoleh. Analisis kuantitatif ini dilakukan dengan perhitungan komputer program statistik yaitu program SPSS agar hasilnya akurat dan cepat. Pada penelitian ini program SPSS yang digunakan yaitu SPSS 21.

4. Analisis Dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Data

Tabel 1 . Deskripsi Data

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std Dev
ROA	51	0,0238	0,5730	0,15743	0,13603
ROE	51	0,0339	1,8880	0,302	0,3993
EPS	51	12	8101	894,626	1730,089
PER	51	0,00004	0,19200	0,04794	0,03880
DPS	51	2	12000	1295,92	2997,63
SG	51	0,00194	0,56756	0,16380	0,11954
HS	51	180	390000	42164,8	87280,92

Sumber : data diolah, 2016

Berdasarkan hasil deskriptif statistik pada tabel 1 di atas diketahui nilai terendah untuk variabel *ROA* adalah sebesar 0,0238 dengan nilai tertinggi sebesar 0,5730 dan standar deviasi sebesar 0,13603 serta nilai rata-rata sebesar 0,157. Nilai Terendah untuk variabel *ROE* adalah sebesar 0,0339 dengan nilai tertinggi sebesar 1,8880 dan standar deviasi sebesar 0,399 dan nilai rata-rata sebesar 0,302. Nilai terendah untuk variabel *EPS* adalah sebesar 12 dengan nilai tertinggi sebesar 8101 dan standar deviasi sebesar 1730,089 dan nilai rata-rata sebesar 894,626. Nilai terendah untuk variabel *PER* adalah sebesar 0,00004 dengan nilai tertinggi sebesar 0,19200 dan standar deviasi sebesar 0,03880 dan nilai rata-rata sebesar 0,04794. Nilai terendah untuk *DPS* adalah sebesar 2 dengan nilai tertinggi sebesar 12.000 dan standar deviasi sebesar 2997,63 dan nilai rata-rata sebesar 1295,92. Nilai terendah untuk pertumbuhan penjualan adalah sebesar 0,00194 dengan nilai tertinggi sebesar 0,56756 dan standar deviasi sebesar 0,11954 dan nilai rata-rata sebesar 0,16380.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian ada masalah ketidaknormalan data, terjadi multikolonieritas, dan ada masalah heteroskedastisitas untuk memperbaiki model dilakukan transformasi model pada variabel *ROA*, *ROE*, *EPS*, *DPS* dan harga saham dengan menggunakan transformasi data dalam bentuk logaritma natural (*Ln*). Hasil uji asumsi klasik hasil transformasi tersebut dapat dijelaskan di bawah ini.

4.3 Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Z hitung	Sign	Kesimpulan
Residual	0,831	0,494	Normal

Sumber : data diolah, 2016

Hasil uji normalitas pada tabel 2, menunjukkan bahwa nilai probabilitas pada jumlah sampel (*N*) sebesar 51 adalah 0,494, hal ini menunjukkan bahwa nilai 0,494 > 0,05, berarti sebaran data berdistribusi normal.

4.4 Uji Multikolonieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
LnROA	0,114	8,790	Bebas Multikolonier
LnROE	0,129	7,739	Bebas Multikolonier
LnEPS	0,640	1,561	Bebas Multikolonier
PER	0,675	1,634	Bebas Multikolonier
LnDPS	0,612	2,360	Bebas Multikolonier
SG	0,906	1,104	Bebas Multikolonier

Sumber: Data diolah (2016)

Dengan melihat hasil pengujian multikolinearitas di atas, diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Begitu juga nilai VIF masing- masing variabel lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang sempurna antara variabel bebas (*independent*), sehingga model regresi ini tidak ada masalah multikolinearitas.

4.5 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t-hitung	Prob	Kesimpulan
LnROA	-0,549	0,586	Bebas Heteroskedastisitas
LnROE	-0,614	0,542	Bebas Heteroskedastisitas
LnEPS	-0,464	0,645	Bebas Heteroskedastisitas
PER	-1,030	0,309	Bebas Heteroskedastisitas
LnDPS	0,213	0,832	Bebas Heteroskedastisitas
SG	0,298	0,767	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2016)

Hasil pengujian pada tingkat signifikansi 5% menunjukkan nilai probabilitas masing- masing variabel bebas lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan untuk keempat variabel tidak ada masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.6 Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 21 diperoleh nilai *Durhin-Watson* sebesar 1. Dengan nilai *Durhin-Watson* 1,753, jumlah sampel 51 (n) dan jumlah variabel independen 6 (k=6). Oleh karena nilai DW 1,753 lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari 4-du, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi.

Tabel 5. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,961 ^a	,923	,913	,626802575132734	1,753

a. Predictors: (Constant), LnEPS, SG, PER, LnROE, LnDPS, LnROA

b. Dependent Variable: LnHS

4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t-hitung	P value
Konstanta	5,017	0,597	8,401	0,000
LnROA	-0,112	0,351	-0,319	0,751
LnROE	0,264	0,291	0,907	0,369
LnEPS	0,180	0,60	3,006	0,004
PER	-10,662	2,920	-3,651	0,001
LnDPS	0,660	0,058	11,381	0,000
SG	2,136	0,779	2,742	0,009
R-Squared	0,923			
Adj. R-Squared	0,913			
F-Hitung	87,941			
Probabilitas F	0,000			

Sumber: Data diolah (2016)

Hasil pengolahan data untuk regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 4.9 di atas. Dari tabel tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\text{LnHS} = 5,017 - 0,112\text{LnROA} + 0,264\text{LnROE} + 0,180\text{LnEPS} - 10,662\text{PER} + 0,660\text{LnDPS} + 2,136\text{SG}$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut: Nilai konstanta bernilai positif yaitu 5,017, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan SG konstan, maka harga saham sebesar 5,017. Koefisien regresi variabel ROA (b1) bernilai negatif yaitu sebesar -0,112. Koefisien regresi variabel ROE (b2) bernilai positif yaitu sebesar 0,264. Koefisien regresi variabel EPS (b3) bernilai positif yaitu sebesar 0,180. Koefisien regresi variabel PER (b4) bernilai negatif yaitu sebesar -10,662. Koefisien regresi variabel DPS (b5) bernilai positif yaitu sebesar 0,660. Koefisien regresi variabel SG (b6) bernilai positif yaitu sebesar 2,136.

4.8 Pengujian Hipotesis Uji t

Tabel 7. Rangkuman Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	P	t-tabel	Kesimpulan
LnROA	-0,319	0,751	2,01537	Ho diterima
LnROE	0,907	0,369	2,01537	Ho diterima
LnEPS	3,006	0,004	2,01537	Ho ditolak
PER	-3,651	0,001	2,01537	Ho ditolak
LnDPS	11,381	0,000	2,01537	Ho ditolak
SG	2,742	0,009	2,01537	Ho ditolak

Sumber: Data diolah (2016)

a. Return On Asset (X1)

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel ROA (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,319 dengan probabilitas 0,751. Oleh karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel atau probabilitas 0,751 lebih besar dari 0,05 maka H₀ diterima, yang berarti bahwa variabel *return on asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

b. Return On Equity (X2)

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel ROE (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,907 dengan probabilitas 0,369. Oleh karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel atau probabilitas 0,369 lebih besar dari 0,05 maka H₀ diterima, yang berarti bahwa variabel *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

c. Earning Per Share (X3)

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel EPS (X3) diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,006 dengan probabilitas 0,004. Oleh karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau probabilitas 0,004 lebih kecil dari 0,05 maka H₀ ditolak, yang berarti bahwa variabel *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

d. Price Earning Ratio (X4)

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel PER (X4) diperoleh nilai t-hitung sebesar -3,651 dengan probabilitas 0,001. Oleh karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau probabilitas 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka H₀ ditolak, yang berarti bahwa variabel *price earning ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

e. *Dividend Per Share (X5)*

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel DPS (X5) diperoleh nilai thitung sebesar 11,381 dengan probabilitas 0,000. Oleh karena nilai thitung lebih besar dari ttabel atau probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel *dividend per share* berpengaruh signifikan terhadap harga di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

f. *Pertumbuhan Penjualan (X6)*

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel *Pertumbuhan Penjualan (X6)* diperoleh nilai thitung sebesar 2,742 dengan probabilitas 0,009. Oleh karena nilai thitung lebih besar dari ttabel atau probabilitas 0,009 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel *pertumbuhan penjualan* berpengaruh signifikan terhadap harga di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2012-2014.

4.9 Pengujian Hipotesis Uji F

Dari hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 87,941 dengan probabilitas sebesar 0,000, karena nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel atau probabilitas Fhitung (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan *Pertumbuhan Penjualan* secara bersama-sama terhadap harga saham.

4.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan bantuan program SPSS, dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi yang disesuaikan atau *adjusted R^2* sebesar 0,913. Hal ini berarti 91,3% variasi harga saham dijelaskan oleh variasi perubahan faktor-faktor ROA, ROE, EPS, PER, DPS dan *Pertumbuhan Penjualan*, sementara sisanya sebesar 8,7% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.

5. Simpulan

1. Berdasarkan output uji statistik F secara bersama-sama (simultan) variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 87,941 dengan nilai signifikansi 0,000, karena probabilitasnya lebih kecil 0,05 atau 5% maka dapat diambil kesimpulan variabel *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Earning per share (EPS)*, *Price Earning Ratio (PER)*, *Dividen Per Share (DPS)*, dan *Pertumbuhan Penjualan* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan koefisien determinasi atau *adjusted R^2* sebesar 0,913 yang berarti bahwa 91,3% harga saham dapat dijelaskan oleh variabel independennya (ROA, ROE, EPS, PER, DPS, SG) sedangkan sisanya ($100\% - 91,3\% = 8,7\%$) dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model transformasi regresi.

2. Dari output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel ROA sebesar -0,112 dengan nilai signifikansi sebesar 0,751 dimana berada diatas 0,05 ($0,751 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ROA secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham.
3. Berdasarkan output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel ROE sebesar 0,264 dengan nilai signifikansi sebesar 0,369 dimana berada diatas 0,05 ($0,369 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ROE secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap harga saham.
4. Berdasarkan output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel EPS sebesar 0,180 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 dimana berada dibawah 0,05 ($0,004 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel EPS secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.
5. Berdasarkan output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel PER sebesar -10,662 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana berada dibawah 0,05 ($0,001 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel PER secara parsial mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.
6. Dari output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel DPS sebesar 0,660 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana berada dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel DPS secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.
7. Berdasarkan output uji t menunjukkan hasil koefisien regresi variabel SG sebesar 2,136 dengan nilai signifikansi sebesar 0,009 dimana berada dibawah

0,05 ($0,009 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel SG secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Akroman. (2009). *Pengaruh Rasio Keuangan (ROA dan ROE) dan EVA terhadap harga saham pada perusahaan yang terdaftar di JII*. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Brigham, F. E., & Houston, J. F. (2010). *Management ' Essentials of Financial Management*. San Francisco : Cengage Learning.
- Djauharotun. (2005). *Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap harga saham pada perusahaan Tekstil dan Garmen di BEJ*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Fahmi, Irham. (2013). *Rahasia Saham dan Obligasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Fahmi, Irham. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung : CV Alfabeta.
- Firdaus, Akhmad. (2013). *Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar terhadap harga saham syariah pada industri barang konsumsi yang terdaftar di daftar efek syariah tahun 2008-2011*.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamka, A. M. S. (2012). *Pengaruh Variabel Earning Per Share (EPS), Price Earning Ratio (PER), dan Return On Equity (ROE) Terhadap Harga Saham*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Hanafi, M. M. (2012). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA.
- Hanafi, M. M & Halim, Abdul. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hartono, Jogiyanto. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2012). *Management ' Fundamental of Financial Management*. New York : Financial Times Prentice Hall.
- Husnan, Suad. (2005). *Dasar-dasar Teori Portofolio*. Yogyakarta : AMPYKPN.
- Octavia, Evi. (2010). *Pengaruh Faktor Fundamental terhadap Harga Saham Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia 2003-2007*. Universitas Widyatama, Bandung. *Jurnal Akuntansi Krida Wacana*. Vol. 10, No. 2: Hal. 181-212.
- Pasaribu, R. B. F. (2008). *Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2003-2006*. Perbanas, Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2 No. 2: Hal. 101-113.
- Putri, Rescyana. (2012). *Pengaruh Dividend Per Share, Return On Equity dan Net Profit Margin terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2010*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta. *Jurnal Nominal*. Vol. 1, No.1: Hal. 104-123.
- Rinati, Ina. (2009). *Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Tercantum Dalam Indeks LQ45*. Universitas Gunadarma, Depok. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 1, No. 2: Hal. 119-131.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Sutedi, Adrian. (2013). *Pasar Modal*. Bandung : Alfabeta.
- Widoatmodjo, Sawidji. (2015). *Pengetahuan Pasar Modal*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

- Wijaya, I.P.A.S & Utama, I. M. K. (2014). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal serta Harga Saham*. Universitas Udayana, Bali. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.6, No.3: Hal. 514-530.
- Yuliani, Yuyun & Supriadi, Yoyon. (2014). *Pengaruh Earning Per Share dan Dividend Per Share Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Go Public*. STIE Kesatuan, Bogor. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. Vol. 2, No. 2:Hal.111-118.
- Yuliawati, E. R. (2013). *Pengaruh Dividend Per Share, Return On Equity, Net Profit Margin, Likuiditas Saham, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap harga saham*. Universitas Pasundan, Bandung.
- Indonesia Stock Exchange (2015). Laporan Keuangan & Tahunan. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx>. Diakses tanggal 14 Desember 2015.
- Saham OK. (2015). Dividen Perusahaan Publik BEI. <http://www.sahamok.com/dividen/>. Diakses tanggal 26 Desember 2015.
- Yahoo Finance. (2016). Business Finance, Stock Market, Quotes, News. <https://ca.finance.yahoo.com/q?s=HMSP.JK&q1=0>. Diakses tanggal 07 Januari 2016.
- E-Bursa. (2015). Stock Historical. https://www.e-bursa.com/index.php/nav_c/historical_nav_view/. Diakses tanggal 20 Desember 2015.

Studi Hubungan Komunikasi Guru dan Kualitas Guru di SMUN 2 Bekasi

Ricky Rizkie

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email : rickyrizkie@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah membahas komunikasi guru dengan kualitas guru. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis yaitu merupakan penelitian dengan mencari fakta interpretasi hubungan antara variabel, sedangkan metode yang digunakan adalah metode observasi atau survey untuk mengetahui hubungan antar variabel. Untuk memperoleh data penelitian digunakan skala komunikasi guru dan skala kualitas guru. Instrumen berupa daftar pertanyaan (kuesioner) yang terstruktur dengan penilaian menggunakan skala Likert. Hasil analisa memperlihatkan, bahwa komunikasi guru secara simultan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kualitas guru pada SMUN 2, Bekasi, yang ditunjukkan melalui koefisien korelasi = 0.774 dan koefisien regresi adalah $Y = 18,85 + (1,02) X$ dapat diartikan variasi yang terjadi pada Kualitas guru (Y) dapat dijelaskan oleh Komunikasi guru (X). Jadi membuktikan bahwa variabel bebas berjalan seiring dengan variabel terikat. Hal ini berarti semakin tinggi korelasi komunikasi guru maka kualitas guru juga tinggi, demikian pula sebaliknya.

Kata kunci: Guru, Komunikasi, Kualitas, Korelasi.

Abstract

The goal of this research is to analysis the relationship between teacher communication to teacher quality. This research was an analysis descriptive aim that was research by looking for interpretation fact relationship between variable, but method have use is observation method or survey to know the relationship between variable. To get research teacher communication scale and teacher quality scale are use to obtain research data. The instrument have use is question list (questioner) that structural by using Likert scale. The analysis shows that teacher communication simultan cously have significant relationship with teachers quality in SMUN 2, Bekasi. This is show by coefficient of correlation $r = 0.774$ and cofficient regretion is $Y = 18,85 + (1,02) X$. in percentase which means that variance of teacher quality can be explained by teacher communication. So, it proves that the one independent variables are moving along with the dependent variable. This means that the higher supported by correlation of the teacher communication resulting a high employees work productivity.

Keywords : Teacher, Communication, Quality, Correlation

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen Sumber daya manusia adalah ilmu yang mempelajari membangun, meningkatkan dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki individu untuk kemajuan suatu organisasi (organization development) Siagian Sondang P, 2006). Dimulai dengan bentuk budaya organisasi dan perilaku organisasi, hingga perilaku sederhana sampai yang kompleks. Ilmu manajemen sumber daya manusia diterapkan pula dalam semua bidang. Penerapan manajemen sumber daya manusia dalam bidang organisasi pendidikan adalah untuk membantu agar bakat yang ada dalam diri seseorang dapat dikembangkan sebaik-baiknya tanpa adanya hambatan dan faktor-faktor yang ada dalam kepribadiannya. Dalam upaya peningkatan Sumberdaya Manusia, peranan pendidikan cukup menonjol. Menurut UU No. 20 tahun 2003 pasal 3, dikatakan: "Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermanfaat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk perkembangan potensi siswa didik agar menjadi peserta didik yang beriman, bertakwa pada Tuhan, berakhlak mulia, sehat berilmu, kreatif, mandiri dan menjadi warga yang demokratis dan bertanggung jawab." Oleh karena itu sangat penting bagi pembangunan nasional untuk memfokuskan peningkatan mutu pendidikan. Pendidikan yang bermutu akan diperoleh pada sekolah yang bermutu, dan sekolah yang bermutu akan menghasilkan Sumberdaya Manusia yang bermutu pula.

Berdasarkan Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah, dalam konteks pendidikan, pengertian mutu mencakup input, proses dan output.

1. Input pendidikan adalah segala sesuatu yang harus tersedia karena dibutuhkan untuk berlangsungnya proses. Input sumberdaya meliputi sumberdaya manusia dan sumberdaya selebihnya (peralatan, perlengkapan, uang, bahan, dan lainnya).
2. Proses pendidikan, proses yang dimaksud adalah proses pengambilan keputusan, proses pengelolaan kelembagaan, proses belajar mengajar, proses monitoring dan evaluasi.
3. Output pendidikan merupakan kinerja sekolah. Kinerja sekolah adalah prestasi sekolah yang dihasilkan dari perilaku sekolah.

Dari berbagai kegiatan, interaksi belajar mengajar dapat dipandang sentral peranannya, sebab baik disadari atau tidak bahwa sebagian dari waktu dan perhatian guru banyak dicurahkan untuk menggarap proses belajar mengajar dan berinteraksi dengan siswanya. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik mengungkapkan masalah ini dengan hubungan komunikasi guru dan kualitas guru, merupakan sumber daya penting dalam proses belajar mengajar agar mendapat kinerja yang baik. Dengan demikian untuk memecahkan masalah ini maka penelitian ini perlu dilakukan.

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan minat belajar para siswa terhadap kegiatan belajar dan mengajar.

1.3 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan dalam pengembangan teori sebagai masukan dan memperluas wawasan bagi kajian ilmu kependidikan dan ilmu sumber daya manusia.
2. Kegunaan pengembangan praktis:

- a. Penelitian dan analisis tentang manajemen sumber daya manusia dalam organisasi kependidikan
- b. Pendidik dan Guru di berbagai lingkungan pendidikan sekolah dan luar sekolah.
- c. Konsultan atau konselor untuk memberikan layanan kepada masyarakat dalam pemecahan masalah dunia pendidikan.
- d. Pengelola atau manajer sumber daya manusia profesional di bidang lembaga pendidikan
- e. Hasil penelitian sebagai bahan evaluasi dan introspeksi bagi seorang Guru

2. Tinjauan Pustaka, Dasar Teori Dan Hipotesis

Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai salah satu faktor produksi dalam organisasi tidak lain merupakan unsur utama dalam menciptakan dan merealisasikan peluang, sehingga lembaga dapat mencapai taraf bermutu. Perencanaan dalam manajemen SDM sangat penting karena tanpa perencanaan yang matang maka tujuan dan harapan organisasi dapat tidak terlaksana. Manajemen SDM akan dapat berjalan dengan baik apabila dilakukan secara terencana, sadar dan sistematis guna menghasilkan SDM yang berkualitas. Ada tiga kategori kemampuan SDM yang berkualitas, yaitu kemampuan dan keahlian yang bersifat konseptual (*conceptual skill*), keahlian yang bersifat human (*human skill*), dan keahlian yang bersifat teknikal (*technical skill*)

(Sedarmayanti, 2009). Berdasarkan federasi dan organisasi profesional guru sedunia mengungkapkan bahwa “peranan guru sekolah tidak hanya sebagai transmitter dari ide tetapi juga berperan sebagai transformer dan kata lisator dari nilai dan sikap”. Pengertian mutu yang diambil dari America Society for Quality Control, mengatakan “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied need*”.

2.1 Kualitas

Menurut Kotler (2000), total quality management adalah konsep bahwa kualitas “dikendalikan oleh konsumen” dan karenanya perusahaan atau organisasi harus menilai persepsi konsumen atau kualitas. Service Quality (Determinan Kualitas jasa) menurut Philip Kotler, Wujud Termasuk fasilitas fisik, peralatan dan penampilan individu. Realibilitas adalah Kemampuan personal untuk melaksanakan secara akurat dan bebas, Responsif adalah Kemauan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat, Jaminan yaitu Pengetahuan dan etika pegawai, serta kemampuan untuk mem Membangkitkan kepercayaan dan keyakinan tinggi, Empati yaitu Kepedulian akan kemampuan pegawai dan perhatian individu.

Model Total Quality Management - TQM (Kotler, 1994)

Salah satu kerangka model TQM:

1. *Ethics* / etika
2. *Integrity* / integritas
3. *Trust* / kepercayaan
4. *Training* /diklat
5. *Teamwork* / kerja sama
6. *Leadership* / kepemimpinan
7. *Recognition* / akredibilitas
8. *Communication* / komunikasi

Model TQM di atas menunjukkan suatu *philosophy* bahwa mutu yang diinginkan didapat dari kekuatan kepemimpinan, perencanaan, *design*, dan peningkatan inisiatif. Kedelapan elemen kunci tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat bagian, yaitu sebagai berikut.

1. *Foundation*, termasuk di dalamnya *ethics, integrity, and trust*.
2. *Building Bricks*, termasuk di dalamnya *training, teamwork, and leadership*.
3. *Binding Mortar*, termasuk di dalamnya adalah *communication*.
4. *Roof* adalah *recognition*.

2.2 Teori Komunikasi

Schemerhorn (2003) mengatakan bahwa komunikasi dapat di artikan sebagai proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka. Green dalam bukunya *Smart Parenting* (2005 ; 29) mengatakan bahwa dalam diri seorang anak terdapat tiga kondisi berpikir yang berbeda yaitu :

1. Sadar
Dimana anak paling siaga dan sadar, mereka sangat mudah memberi perhatian pada apa yang terjadi di sekeliling mereka, informasi mudah diserap, anak-anak senang mengekspresikan diri mereka pada publik, mereka bisa menjadi logis, mengatur detil-detil, langsung pada pokok persoalan.
2. Bawah sadar
Anak-anak menyaring informasi, mereka dapat memberi perhatian ke dalam dan keluar pada saat bersamaan dan mereka bisa menjadi bingung.

3. Tidak sadar
Anak-anak sangat mudah melayang, mereka berpikir sendirian, dengan baik sekali, kemalu-maluan, mereka merasakan keseluruhan situasi daripada detil-detil dan mereka membuat hubungan kreatif.

Dalam merasakan kondisi pikir antara sadar, bawah sadar, dan tidak sadar, kondisi berpikir sangat dipengaruhi secara visual, auditori dan kinestetik anak.

2.3 Hipotesis Penelitian

Satu variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut disusun dalam satu konstelasi sebagaimana terlihat pada gambar berikut.

Komunikasi Guru → Kualitas Guru

Berdasarkan korelasi antar variabel diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :
Apakah terjadi hubungan positif atau negatif antara komunikasi guru terhadap kualitas guru dalam kegiatan belajar?

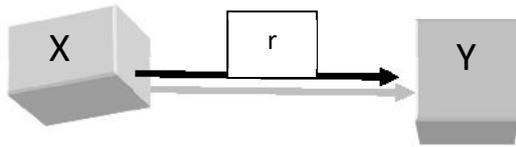
3. Metodologi Penelitian

Populasi Dan Teknik Penentuan Sampel

Dengan n = 25 murid atas dasar teori Gay dan Diehl, dari total populasi 90 murid sebagai sample awal dan untuk banyaknya responden penelitian adalah n = 90 murid dengan total populasi adalah 90 murid.

Deskripsi Operasional Variabel

Dalam paradigma ini terdapat satu variabel independen dan satu variabel dependen,. Penulisan simbol dalam uraian dan gambar : X, Y, r.



Gambar 3.1

X = Komunikasi Guru, Y = Kualitas Guru

Gambar 3.1 adalah paradigma satu variabel independen X dan satu variabel dependen Y. Untuk mencari hubungan X dengan Y, menggunakan teknik korelasi sederhana. Data yang digunakan adalah data interval dan hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatif dengan menggunakan Statistik Parametris yaitu Korelasi Pearson Product Moment.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Instrumen yang baik harus memenuhi dua syarat penting yaitu valid dan reliable (Sugiyono, 2009 : 312)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) komunikasi guru (X) dan Kualitas Guru (Y) dan pengolahannya dibantu dengan program komputer SPSS versi 13.0. Pengambilan data untuk uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada tanggal 9 Januari 2010 terhadap 90 responden dari 90 populasi murid secara acak. Setelah dilakukan kalibrasi instrumen penelitian melalui uji validitas dan realibilitas, maka pengambilan data penelitian dilakukan pada tanggal 11 Januari 2010 dengan menyebarkan kuesioner kepada murid di Lingkungan SMUN 2 Bekasi sebanyak 90 responden.

Instrumen Penelitian

Alat ukur penelitian ini berbentuk angket, dengan tingkat pengukuran ordinal, katagori terdiri dari atas 5 tingkatan.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

1	Ko mun ikasi guru (X)	<ul style="list-style-type: none"> a). Memberikan contoh berkomunikasi b). komunikasi antara orangtua dan guru c). Saling menghargai antara guru dan siswa d). Kemampuan Menjelaskan pesan e). Kemampuan menyampaikan pesan f). Komunikasi antara guru dan siswa g). Kemampuan dalam melakukan presentasi di dalam kelas h). kemampuan menghubungkan perilaku guru i). Media komunikasi yang digunakan j). sistem komunikasi yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> 31-33 34-36 37, 38, 39 90, 41, 42 43, 44, 45 46, 47, 48 49, 50, 51 52, 53, 54 55, 56, 57 58, 59, 60
2	Kua litas guru (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a) Kualifikasi Pendidikan b) Menguasai teori belajar dan prinsip-prinsip pembelajaran yang mendidik c) Prestasi d) Pergaulan / sosialisasi e) Materi pelajaran f) Penghargaan g) Menguasai Karakteristik peserta didik h) Menguasai standar kompetensi dan kompetensi dasar mata pelajaran yang diampu i) Mengembangkan keprofesionalan secara berkelanjutan dengan melakukan tindakan reflektif j) Jarak tempuh sekolah dan rumah 	<ul style="list-style-type: none"> 61, 62, 63 64, 65, 66 67, 68, 69 70, 71, 72 73, 74, 75 76, 77, 78 90, 80, 81 82, 83, 84, 85, 86, 87 88, 89, 90

Sumber : Hasil Pengembangan

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisa korelasi antara variabel dependen Komunikasi Guru dengan variabel independen Kualitas Guru menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Dari hasil perhitungan komputer dengan program SPSS versi 13.0 disajikan sebagai berikut

Tabel 4.1 Korelasi Antara Komunikasi Guru Terhadap Kualitas Guru

		total_x	total_y
total_x2	Pearson Correlation	1	.757(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
total_y	Pearson Correlation	.757(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

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

Tabel 4.2 Pedoman Intrepretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,909	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Tabel 4.3 Regresi Sederhana Hubungan Komunikasi Guru terhadap Kualitas Guru Coefficients(a)

Model		Unstandardized coefficient	Std error	Standardized Coefficient	t	Sig.
1	(Constant)	18.85	8.72		2.16	0.04
	Total_X	1.02	0.18	0.75	5.55	0.00

a.dependent variable: Total_y

Dari tabel koefisien tersebut di atas, maka nilai persamaan regresi sederhana dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18,85 + (1,02) X$$

Besarnya koefisien R dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini :

Tabel 4.4 Ringkasan Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757(a)	.573	.554	6.53447

a Predictors: (Constant), total_x

b Dependent Variable: total_y

5. Simpulan dan Saran

Simpulan

- 1) Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang kuat antara komunikasi terhadap kualitas guru dengan nilai r sebesar 0,757, karena berada pada interval koefisien 0,60 – 0,909. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel bebas komunikasi guru mempunyai hubungan atau korelasi yang kuat dan searah dengan variabel Kualitas Guru
- 2) Konstanta sebesar 18,85 artinya jika Komunikasi Guru (X₂) nilainya adalah 0, maka Kualits Guru (Y') nilainya positif yaitu sebesar 18,85.
- 3) Koefisien regresi variabel Komunikasi Guru (X) sebesar 1,02 artinya jika Komunikasi Guru mengalami peningkatan 1 satuan maka Kualits Guru (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 1,02. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara jika Komunikasi Guru dengan Kualits Guru, semakin baik Komunikasi Guru terhadap guru semakin meningkatkan Kualitas Guru pada guru SMUN 2 Bekasi.

- 4) Tabel di atas menunjukkan koefisien korelasi R sebesar 0,757. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel Kualitas Guru (Y) dan variabel komunikasi (X).
- 5) Dari hasil perhitungan uji t dengan menggunakan komputer program SPSS versi 13.0 diperoleh t_{hitung} sebesar 5,55 sedangkan harga t_{tabel} pada taraf signifikan 0,090 dengan derajat kebebasan (df) 88 sebesar 2. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} . maka dapat dinyatakan bahwa hubungan kedua variabel tersebut sangat signifikan. Artinya, hipotesis teruji atau dengan kata lain bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Hubungan Komunikasi Guru dengan Kualitas Guru Di SMUN 2 Bekasi.
- 6) Karena nilai Alpha Cronbach = 0.712 > dari r tabel maka kuesioner yang diuji coba terbukti reliabel. Nilai Alpha Cronbach = 0.712 terletak diantara > 0.60 s.d. 0.80 (tabel Alpha) sehingga tingkat reliabilitasnya adalah reliable.

Saran

Dari beberapa kesimpulan tersebut di atas dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Dalam cara berkomunikasi guru, para guru perlu mempelajari lebih jauh dalam berkomunikasi baik lisan maupun dalam menggunakan media komunikasi dalam pembelajaran, antara lain melalui perbaikan dalam cara berpresentasi / berkomunikasi dan kemampuan serta keahlian guru menggunakan media visual dalam pembelajaran kelas akan memberikan pengaruh kepada kualitas

pembelajaran. Selain itu kemampuan berkomunikasi bukan hanya di depan kelas saja tapi perhatikan juga peran komunikasi sosial antar guru dengan guru, guru dan orang tua, serta guru dan murid agar kebutuhan akan berafiliasi terpenuhi.

- 2) Pada dasarnya kualitas guru belajar guru di SMUN 2 Bekasi sudah baik, tetapi untuk lebih mengetahui kualitas guru dan juga meningkatkan kualitas guru maka sebaiknya pihak manajemen SMUN 2 Bekasi memberikan angket evaluasi terhadap atas kualitas guru, lalu hasilnya disosialisasikan kepada para guru, agar para guru mengetahui kebutuhan dan keinginan dari siswa/i dan orang tua murid dan, sehingga keinginan dan kebutuhan siswa/i dan orang tua dapat dipertimbangkan pihak sekolah. Untuk mengetahui kualitas guru, lebih baik jangan satu tahun sekali melainkan per periode tertentu karena kebutuhan dan keinginan pasar dapat berubah.

Implikasi

- Akan terjadi saling menghormati, menghargai dan memahami antara guru dan murid
- Perubahan dan cara berkomunikasi guru akan mempengaruhi dan ditiru oleh murid, semakin positif perubahan dan cara komunikasi guru akan semakin memberikan pengaruh positif terhadap murid. Kemampuan berkomunikasi yang baik dalam kegiatan transfer ilmu pembelajaran baik menggunakan media pembelajaran atau tidak, akan memberikan persepsi yang positif bagi siswa/i dan kemampuan guru berkomunikasi dalam lingkup sosial antara guru, siswa dan orang

tua murid, akan memberikan nilai positif bagi guru dan sekolah.

Daftar Pustaka

Budi, TP (2006) SPSS 13.0 Terapan : Riset Statistik Parametrik, Penerbit : Andi.

Sugioyono (2009) Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D), Bandung : Alfabeta

Hariandja, MTE, (2005) Manajemen Sumber Daya Manusia : Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian, dan Peningkatan Produktivitas Pegawai, Cetakan ketiga, PT Grasindo, Jakarta.

Sedarmayanti, (2009), Manajemen Sumber Daya Manusia : Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil, cetakan ketiga, PT. Refika Aditama

Rudolf D, M.D., Cassel, PM. Ed., Ferguson, ED (2004) Discipline Without Tears, How to Reduce Conflik and Establish Cooperation in the Classroom. Mississauga, Ont: Wiley

Siagian, SP. (2006), Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan ketiga belas, Bumi Aksara, Jakarta.

Robbins, SP. (2007) Perilaku Organisasi Buku 1, , Jakarta: Salemba Empat.

Natha, KS (2008) The Total Quality Management As a New Management Framework For Optimazation, ISSN 1410-4628. Vol 13 No 1

ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN BENGKEL PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK - TSO BOGOR SILIWANGI (AUTO2000)

Mulyana dan Sandi Noorzaman

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: elum.tea@live.com dan s_noorzaman@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh komunikasi organisasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000) secara parsial maupun simultan. Data diperoleh dari 52 karyawan bengkel Auto2000. Penelitian ini menggunakan dua variabel: yakni kinerja karyawan (Y) sebagai faktor terikat, dan komunikasi organisasi (X_1) dan motivasi (X_2) sebagai variabel bebas. Metode analisis yang dipakai adalah analisis regresi berganda, koefisien determinasi, F hitung dan t hitung. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan dalam komunikasi organisasi dan motivasi akan meningkatkan maupun menurunkan kinerja karyawan. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas memberikan dampak positif dalam mempengaruhi kinerja karyawan bengkel, dan variabel motivasi merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000)

Kata kunci: Komunikasi Organisasi, Motivasi dan Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study was to analyze and examine the influence of organizational communication and motivation on employee performance workshop PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000) partially or simultaneously. Data obtained from 52 employees Auto2000 workshop. This study uses two variables: the employee performance (Y) as the dependent factors, and organizational communication (X_1) and motivation (X_2) as independent variables. The analytical method used is multiple regression analysis, the coefficient of determination, F count and T count. The results showed that indicates a change in organizational communication and motivation will improve or degrade the performance of employees. It can be concluded that two independent variables have a positive impact in influencing employee performance workshops and motivational variables is the most dominant variable affecting employee performance workshop PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000)

Keywords: Organizational Communication, Motivation and Employee Performance

1, Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

PT Astra International Tbk (Astra) merupakan salah satu perusahaan konglomerat yang memiliki beberapa unit bisnis atau anak perusahaan terbesar di Indonesia. Perusahaan induk investasi ini sering dianggap sebagai tolok ukur perekonomian Indonesia karena kehadirannya di berbagai sektor. Pada semester 1 Tahun 2015, PT Astra International Tbk mempekerjakan lebih dari 227.099 orang di 191 perusahaan.

Toyota Sales Operation atau yang lebih dikenal dengan Auto2000 merupakan salah satu anak perusahaan yang dimiliki oleh PT Astra International, Tbk yang ruang lingkup bisnisnya bergerak di bidang otomotif dengan merk "TOYOTA". Selain memasarkan jenis kendaraan roda empat bermerk Toyota, Auto2000 juga memberikan fasilitas layanan purna jual yang baik kepada para pelanggannya dalam hal melakukan perawatan dan perbaikan mobil dan kemudahan dalam memperoleh suku cadang asli serta didukung oleh tenaga kerja yang dapat dipercaya.

PT. Astra International Tbk – TSO cabang Bogor Siliwangi mengalami penurunan kinerja pada aspek keuangan (*gross profit*), dan target kendaraan yang melakukan servis berkala (SBE Rate) dibengkel tidak tercapai 100 persen, kinerja bengkel pada bulan januari 2015 hanya tercapai 82%, bulan februari 2015 sebesar 84% sedangkan pada bulan maret 2015 tercapai 94% terhadap target untuk *gross profit*. Pencapaian untuk SBE Rate dalam triwulan 2015 untuk bulan januari tercapai 88%, februari tercapai 85% sedangkan pada bulan maret tercapai 88%, seperti terlihat jelas pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1: Kinerja Bengkel
PT. Astra International Tbk -
TSO Bogor Siliwangi
2015

x1.000				
<i>Gross Profit</i>	Bulan	Target	Act	%
	Jan	670.259	549.127	82
	Feb	591.470	498.759	84
	Mar	702.003	660.107	94
<i>SBE Rate</i>	Bulan	Target	Act	%
	Jan	52%	46%	88
	Feb	52%	44%	85
	Mar	52%	46%	88

Sumber: Kinerja bengkel PT. Astra International Tbk
Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi
(Auto2000) Tahun 2015

Selain dipengaruhi oleh faktor eksternal kinerja bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) tentunya tidak lepas dari kinerja para karyawan sebagai sumber daya manusia dalam sebuah organisasi. Dengan menurunnya kinerja bengkel tentu saja berdampak juga terhadap menurunnya kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000), pencapaian kinerja bengkel untuk *Service Advisor* tercapai mendekati target pada bulan januari 2015, *Toyota Technician* tercapai mendekati target pada bulan maret 2015 dan *Toyota Home Service* tercapai mendekati target pada bulan februari 2015 sedangkan pencapaian unit paling tinggi pada bulan maret 2015, seperti tersaji pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2: Kinerja Karyawan Bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi 2015

Bulan	SA		Technician		THS		Act Unit
	Target	Act	Target	Act	Target	Act	
Jan	10	9,0	3,15	3,00	4,00	3,44	277
Feb	10	8,5	3,15	2,90	4,00	3,86	284
Mar	10	8,7	3,15	3,10	4,00	3,66	301

Sumber: Kinerja bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) Tahun 2015

Untuk meningkatkan kinerja karyawan tentunya dibutuhkan kerjasama (*teamwork*) dalam melaksanakan pekerjaan lapangan yaitu dengan berbagi ilmu dan pengetahuan antar sesama karyawan dalam menyelesaikan semua permasalahan lapangan. Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah Komunikasi Organisasi & Motivasi Kerja (Sunarcaya, 2008 dalam Sehfudin, 2011).

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap kinerja karyawan di lingkungan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000)?
2. Bagaimana pengaruh Motivasi Kerja terhadap kinerja karyawan di lingkungan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000)?
3. Bagaimana pengaruh Komunikasi Organisasi & Motivasi Kerja terhadap kinerja karyawan di lingkungan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000).
- 2) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000).
- 3) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh komunikasi organisasi & motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000).

2. Tinjauan Pustaka

MSDM lebih memfokuskan pada pembahasan mengenai pengaturan peranan manusia dalam mewujudkan tujuan yang optimal. Pengaturan ini meliputi masalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian tenaga kerja untuk membantu terwujudnya tujuan perusahaan, pegawai, dan masyarakat. Jelasnya MSDM mengatur tenaga kerja manusia sedemikian rupa sehingga terwujud tujuan perusahaan, kepuasan pegawai dan masyarakat. Menurut Hasibuan (2011:10) MSDM adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, pegawai, dan masyarakat. Menurut Mangkunegara (2011) kinerja adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

Kinerja individu adalah bagian hasil dari kerja pegawai baik dari segi kualitas dan kuantitas berdasarkan standar kerja yang telah ditentukan, sedangkan kinerja organisasi adalah gabungan dari kinerja individu dan kinerja kelompok. Armstrong dan Baron dalam Sehfudin (2011) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil dari proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ada 2 Faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain:

1. Faktor Individu

- a) Faktor kepribadian yaitu kepercayaan diri, dimana semakin tinggi kepercayaan diri karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan, maka semakin tinggi kinerja karyawan tersebut.
- b) Faktor motivasi, ketika seorang pemimpin mendorong karyawannya untuk suatu tujuan tertentu seperti pemberian insentif (Luthans, 2006).
- c) Faktor kemampuan (*skill*) yaitu kemampuan/keahlian karyawan dalam menyelesaikan tugas sesuai dengan standar kerja di perusahaan.
- d) Faktor kepuasan kerja yaitu perasaan/sikap karyawan terhadap pekerjaannya (Brahmasari dan Suprayetno, 2008)
- e) Faktor pengetahuan pekerjaan yaitu luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan ketrampilan kerja (Brahmasari dan Suprayetno, 2008).

2. Faktor Organisasi

- a) Faktor gaya kepemimpinan yaitu faktor yang mendorong karyawan untuk berkomitmen pada organisasinya agar mempunyai kemauan yang kuat untuk menjadi anggota organisasi tersebut dan membuang keinginan untuk berpindah (Budihardjo, 2008).

- b) Faktor tim kerja yaitu kualitas dukungan yang di berikan oleh rekan kerja.
- c) Faktor komunikasi organisasi yaitu suatu proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seseorang ke orang lain (Thoha, 2005).
- d) Faktor teknologi dan fasilitas yaitu dimana perusahaan menggunakan teknologi sesuai kebutuhan kerja karyawan dan memfasilitasi kebutuhan kerja karyawan (Luthans, 2006).
- e) Faktor konteks organisasi yaitu dimana organisasi memberikan penghargaan kepada karyawan untuk mencoba memotivasi kinerja mereka dan mendorong loyalitas dan retensi (Luthans, 2006).

Menurut Sedarmayanti (2007) dalam Widodo (2015), instrumen pengukuran kinerja merupakan alat yang dipakai dalam mengukur kinerja individu seorang pegawai yang meliputi, yaitu:

1. Prestasi Kerja, hasil kerja pegawai dalam menjalankan kerja, baik secara kualitas maupun kuantitas kerja.
2. Keahlian, tingkat kemampuan teknis yang dimiliki oleh pegawai dalam menjalankan tugas yang dibebankan kepadanya. Keahlian ini biasa dalam bentuk kerjasama, komunikasi, insentif dan lain – lain.
3. Perilaku, sikap dan tingkah laku pegawai yang melekat pada dirinya dalam melaksanakan tugas – tugasnya. Pengertian perilaku di sini juga mencakup kejujuran, tanggung jawab dan disiplin.
4. Kepemimpinan, merupakan aspek kemampuan manajerial dan seni dalam memberikan pengaruh kepada orang lain untuk mengoordinasikan pekerjaan secara tepat dan cepat, termasuk pengambilan keputusan, dan penentuan prioritas.

Berhasil tidaknya kinerja yang telah dicapai oleh organisasi tersebut dipengaruhi oleh tingkat kinerja karyawan secara individual maupun secara kelompok. Dengan asumsi semakin baik kinerja karyawan maka diharapkan kinerja organisasi akan semakin baik. Dengan demikian kinerja karyawan dapat memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pencapaian kinerja sebuah organisasi. Beberapa pendekatan untuk mengukur sejauh mana karyawan mencapai suatu kinerja secara individual adalah sebagai berikut (Bernardin dalam Sehfudin, 2011):

1. Kualitas
Tingkat dimana hasil aktifitas yang dilakukan mendekati sempurna dalam arti menyesuaikan beberapa cara yang ideal dari penampilan aktifitas ataupun memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu aktifitas.
2. Kuantitas
Jumlah yang dihasilkan (jumlah unit), jumlah siklus aktifitas yang diselesaikan.
3. Ketepatan Waktu
Tingkat suatu aktifitas diselesaikan pada waktu awal yang diinginkan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktifitas lain.
4. Efektifitas
Tingkat penggunaan sumber daya manusia organisasi dimaksimalkan dengan maksud menaikkan keuntungan dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.
5. Kemandirian
Tingkat dimana seorang karyawan dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa minta bantuan bimbingan dari pengawas untuk menghindari hasil yang merugikan.

Komunikasi dalam organisasi dapat terjadi dalam bentuk kata-kata yang tertulis atau yang diucapkan, simbol-simbol yang menghasilkan perubahan tingkah laku dalam organisasi, baik antara manajer dengan karyawan yang terlibat dalam pemberian atau pertukaran informasi (Sunarcaya dalam Sehfudin, 2011). Menurut Robbins (2013), komunikasi merupakan sebuah pentransferan makna maupun pemahaman makna kepada orang lain dalam bentuk lambang, simbol, atau bahasa tertentu sehingga orang yang menerima informasi memahami maksud dari informasi tersebut.

Goldharber mengemukakan bahwa “Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.” (Muhamad dalam Manopo, 2014).

Dengan kata lain komunikasi merupakan jalan bagi organisasi untuk saling memahami satu sama lain dan mengkoordinasikan kegiatan mereka untuk mempertahankan hubungan yang lebih baik. Untuk itulah komunikasi sangat diperlukan dalam sebuah organisasi. Komunikasi pada prinsipnya mengadakan hubungan sesuai dengan perkataan diatas disebutkan pemindahan atau penyampaian atau pengoperan lambang - lambang (biasanya dalam bentuk kata - kata) untuk merubah tingkah laku orang lain. Pang Lay Kim dan Hazil (2014) menyatakan bahwa komunikasi sesungguhnya, adalah lebih luas daripada hubungan menghubungi saja, juga meliputi cara penyampaian maksud manajemen, mengatakan sesuatu atau menunjukkan bagaimana sesuatu tersebut harus dikerjakan dan sebaliknya ia juga, meliputi

syarat bahwa manajemen itu harus mendengarkan pula pendapat orang lain yang dikatakan itu.

Dari uraian tersebut diatas terlihat adanya cara menyampaikan maksud yaitu dengan cara merumuskan komunikasi sebagai tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang – lambang yang mengandung arti atau makna.

Jaringan merupakan sebuah sistem dari garis komunikasi yang berhubungan dengan pengirim dan penerima di dalam sebuah fungsi sosial organisasi, yang mempengaruhi perilaku individu yang bekerja di dalamnya dan posisi individu yang bekerja dalam jaringan tersebut (Ruslan, 2010).

Pace & Faules (2015) membagi 4 (empat) fungsi jaringan komunikasi, yaitu:

1. Keteraturan Jaringan adalah jaringan komunikasi yang teratur berhubungan dengan tujuan organisasi mengenai jaminan kesesuaian untuk perencanaan, jaminan produktivitas, termasuk kontrol - kontrol, pesan - pesan, bentuk perintah dan umpan balik sub ordinat dengan superior (yang lebih tinggi dalam tugas aktivitas. Contohnya pernyataan kebijakan dan aturan-aturan).
2. Inovatif Jaringan adalah jaringan komunikasi inovatif yang berusaha keras untuk memastikan adaptasi organisasi terhadap pengaruh internal dan eksternal (teknologi, sosiologi, pendidikan, ekonomi, politik) dan dukungan terhadap kelanjutan produktivitas dan keefektifan, termasuk pemecahan masalah, adaptasi atau perubahan strategis dan proses implementasi ide baru.

3. Keutuhan Integratif atau pemeliharaan jaringan adalah termasuk perasaan terhadap diri sendiri, gabungan (solidaritas) dan kerja yang secara langsung berhubungan dengan tujuan organisasi, terutama masalah moral karyawan.

4. Jaringan Informatif Instruktif bertujuan untuk menjamin tujuan yang lebih cocok, sesuai, bermoral dan institusional. Dengan demikian akan meningkatkan produktivitas kinerja karyawan.

Berdasarkan fungsionalnya arus komunikasi yang terjadi dalam organisasi formal terdiri dari arus vertikal (dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas) dan arus horisontal (lateral atau silang).

1. Arus Komunikasi Vertikal dari Atas ke Bawah

Komunikasi ini merupakan saluran yang paling sering digunakan dalam organisasi. Arus komunikasi ini adalah pengiriman pesan dari pimpinan (supervisi) ke bawahan (subordinate). Arus ini digunakan untuk mengirim perintah, petunjuk, kebijakan, memorandum untuk pekerja pada tingkat yang lebih rendah dalam organisasi. Masalah yang paling mendasar komunikasi dari atas ke bawah hanya mempunyai satu arah saluran, yakni tidak menyediakan feedback (umpan balik) dari pekerja dalam organisasi itu. Asumsinya adalah jika pekerja mengetahui apa yang diketahui oleh manajer, maka mereka akan memaksakan diri untuk menyelesaikan masalah organisasi atau perusahaan (Pace & Faules, 2015).

2. Arus Komunikasi Vertikal dari Bawah ke Atas

Komunikasi ini adalah komunikasi yang berasal dari bawahan (*subordinate*) kepada atasan (supervisi) dalam rangka menyediakan *feedback* (umpanbalik) kepada manajemen.

Para pekerja menggunakan saluran komunikasi ini sebagai kesempatan untuk mengungkapkan ide-ide atau gagasan yang mereka ketahui. Asumsi dasar dari komunikasi ini adalah bahwa pekerja harus diperlakukan sebagai *partner* dalam mencari jalan terbaik untuk mencapai tujuan. Komunikasi dari bawah ke atas akan menarik ide-ide dan membantu pekerja untuk menerima jawaban yang lebih baik tentang masalah dan tanggung jawabnya serta membantu kemudahan arus dan penerimaan komunikasi dari bawahan keatas (Mulyana, 2010).

3. Arus Komunikasi Horisontal

Komunikasi ini merupakan arus pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara pimpinan dan bawahan. Hasil dari beberapa studi mengungkapkan bahwa sekitar 2/3 dari organisasi yang ada menggunakan arus komunikasi ini. Komunikasi horisontal atau komunikasi lateral/silang merupakan arus pemahaman yang paling kuat dalam komunikasi. Komunikasi ini berfokus pada koordinasi tugas, penyelesaian masalah, pembagian informasi, dan resolusi konflik. Banyak pesan akan mengalir pada semua lini tanpa melalui penyarangan. Komunikasi horisontal sangat penting bagi pekerja pada tingkat bawah untuk selalu berkomunikasi antara atasan dengan bawahan (Sunarcaya dalam Sehfudin, 2011).

Menurut Handoko dalam Sehfudin (2011) motivasi diartikan sebagai keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan pendorong yang akan mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan dirinya.

Mathis (2012) motivasi merupakan hasrat dalam seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan Robbins (2013). Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu proses dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan - kegiatan yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan.

Siagian (2010) mengemukakan bahwa dalam kehidupan berorganisasi, termasuk kehidupan berkarya dalam organisasi bisnis, aspek motivasi kerja mutlak mendapatkan perhatian serius dari para manajer. Karena 4 (empat) pertimbangan utama yaitu:

1. Filsafat hidup manusia berkisar pada prinsip "*quit pro quo*" yang dalam bahasa awam dicerminkan oleh pepatah yang mengatakan "ada ubi ada talas, ada budi ada balas".
2. Dinamika kebutuhan manusia sangat kompleks dan tidak hanya bersifat materi, akan tetapi juga bersifat psikologis.
3. Tidak ada titik jenuh dalam pemuasan kebutuhan manusia.
4. Perbedaan karakteristik individu dalam organisasi ataupun perusahaan, mengakibatkan tidak ada satupun teknik motivasi yang sama efektifnya untuk semua orang dalam organisasi juga untuk seseorang pada waktu dan kondisi yang berbeda - beda.

Mangkunegara (2011) mengemukakan bahwa terdapat 2 (dua) teknik memotivasi kerja karyawan yaitu:

1. Teknik pemenuhan kebutuhan karyawan, artinya bahwa pemenuhan kebutuhan karyawan merupakan fundamental yang mendasari perilaku kerja.
2. Teknik komunikasi persuasif, merupakan salah satu teknik memotivasi kerja karyawan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi karyawan secara ekstra logis. Teknik ini dirumuskan dengan istilah "AIDDAS" yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (aksi atau tindakan), dan *Satisfaction* (kepuasan). Penggunaannya, pertama kali pemimpin harus memberikan perhatian kepada karyawan tentang pentingnya tujuan dari suatu pekerjaan agar timbul minat karyawan terhadap pelaksanaan kerja, jika telah timbul minatnya maka hasratnya akan menjadi kuat untuk mengambil keputusan dan melakukan tindakan kerja dalam mencapai tujuan yang diharapkan oleh pimpinan. Dengan demikian, karyawan akan bekerja dengan motivasi tinggi dan merasa puas terhadap hasil kerjanya.

Teori motivasi yang paling terkenal adalah hierarki kebutuhan-*Abraham Maslow*, yang membuat hipotesis bahwa dalam setiap diri manusia terdapat lima hierarki kebutuhan, yaitu:

1. Fisiologis: meliputi rasa lapar, haus, berlidung, seksual, dan kebutuhan fisik lainnya.
2. Rasa aman: Meliputi rasa ingin melindungi dari bahaya fisik dan emosional.
3. Sosial: Meliputi rasa kasih sayang, kepemilikan, penerimaan, dan persahabatan.

4. Penghargaan: Meliputi faktor - faktor penghargaan internal seperti hormat diri, otonomi, dan pencapaian; dan faktor - faktor penghargaan eksternal seperti status, pengakuan dan perhatian.
5. Aktualisasi diri: Dorongan untuk menjadi seseorang sesuai kecakapannya; meliputi pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang, dan pemenuhan diri sendiri.

Menurut teori tersebut mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang benar-benar terpenuhi secara lengkap, sebuah kebutuhan yang pada dasarnya telah dipenuhi tidak lagi memotivasi. Jadi bila ingin memotivasi seseorang, menurut Maslow, perlu memahami tingkat hierarki dimana orang tersebut berada saat ini dan fokus untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan di atas tingkat tersebut. Kelima kebutuhan tersebut sangat penting dan terkait dalam bentuk tingkatan yang teratur. Satu tingkat kebutuhan menjadi kuat setelah tingkat kebutuhan yang lebih rendah terpenuhi kepuasannya.

2.1 Hipotesis

Menurut Pace & Faules (2015) bahwa karyawan yang memiliki informasi yang lebih baik akan menjadi karyawan yang lebih baik pula. Berdasarkan pendapat di atas dapat diketahui bahwa komunikasi yang baik akan membuat karyawan menjadi karyawan yang baik pula, artinya bahwa karyawan ini dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Jika karyawan bersemangat dalam bekerja, maka kinerjanya akan meningkat. Selain itu akan terbentuk komitmen karyawan untuk mencapai kinerja yang telah ditetapkan.

Sunarcaya (2008) dalam Sehfudin (2011) menyatakan bahwa motivasi yang dimiliki karyawan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:
H2: Motivasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang menggabungkan metode deskriptif dengan metode korelasional. Menurut Sugiyono (2012) penelitian deskriptif yaitu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Menurut Ruslan (2010) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode korelasional adalah metode untuk mencari hubungan dan pengaruh diantara variabel-variabel yang diteliti. Metode korelasi ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lainnya (Sanusi, 2011).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Sanusi, 2011).

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Terkait dengan data sekunder, peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut (Sanusi, 2011). Penelitian menggunakan 50 pernyataan tertutup (11 pernyataan untuk variabel Y, 22 pernyataan untuk variabel X_1 dan 17 pernyataan untuk variabel X_2) dengan angka penafsiran skala likert sehingga responden hanya dapat memilih *sangat setuju*, *setuju*, *cukup setuju*, *kurang setuju*, dan *tidak setuju*.

Penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dengan cara *Non Probability Sampling*. Populasinya adalah semua karyawan bengkel PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000) yang mempunyai Nomor Registrasi Pegawai atau yang mempunyai masa kerja minimal 1 tahun sebanyak 52 orang. Teknik pengambilan sampling menggunakan *Non Probability Sampling* (sampel jenuh/sensus) dengan alasan agar hasil penelitian lebih mewakili, sehingga penelitian lebih objektif dimana penarikan sampel berdasarkan jumlah karyawan bengkel. Jadi, dalam penelitian jumlah anggota populasi sama dengan jumlah anggota sample (52 orang karyawan). Adapun responden yang dijadikan sampel terdiri dari: 1 KaBeng, 8 *Service Advisor*, 7 *Foreman*, 27 Teknisi, 7 *Partman*, dan 2 *Pre Deliveryman*.

Dalam penelitian ini digunakan metode Analisis Kuantitatif, yaitu analisa data yang digunakan untuk perhitungan rumus-rumus tertentu yang didapat dalam suatu proses pengujian terlebih dahulu (Ruslan, 2010). Alat analisis yang digunakan, antara lain:

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis ini menunjukkan bahwa variabel dependen akan bergantung terpengaruh pada lebih dari satu variabel independen.

Persamaan regresi berganda menurut Sugiyono (2012) adalah sebagai berikut:

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

Teknik analisis yang digunakan sesuai dengan model diatas adalah regresi berganda dimana nilai variabel diperoleh dari hasil survei yang perhitungannya menggunakan skala likert.

Angka 5 = sangat setuju

Angka 4 = setuju

Angka 3 = cukup setuju

Angka 2 = kurang setuju

Angka 1 = tidak setuju

2) Uji R² (koefisien determinasi)

Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus Pearson Product Moment dengan rumus sebagai berikut (Sanusi, 2011):

$$r = \frac{n \sum x_i x_{tot} - (\sum x_i)(\sum x_{tot})}{\sqrt{\left\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\right\} \left\{n \sum x_{tot}^2 - (\sum x_{tot})^2\right\}}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

3) Uji t

Dalam penelitian ini menggunakan uji t, untuk menguji variabel bebas secara satu persatu ada atau tidaknya pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Kita dapat melakukan uji ini dengan mudah dan singkat melalui SPSS.

Rumus uji t adalah:

$$t_o = \frac{b_i}{Sb_i}$$

4) Uji F

Dalam penelitian ini mengandung uji F, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi organisasi (X1), motivasi kerja (X2), terhadap kinerja karyawan (Y). dengan Rumus uji F :

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

3.1 Deskripsi Responden

Dari para responden diperoleh gambaran profil karyawan Bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) sebagai berikut : Mayoritas karyawan berusia 20 – 25 tahun, berpendidikan SLA, sudah bekerja 5 – 10 tahun, dengan golongan 2A – 2C, dan berpenghasilan Rp 4 – 5 juta.

3.2 Validitas dan Reliabilitas Data

Dari uji validitas yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien korelasi (r hitung) setiap butir pernyataan lebih besar dari r tabel (0,2732). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti adalah valid dan kuesioner dapat digunakan.

Dari uji reliabilitas yang telah dilakukan diperoleh nilai alpha *cronbach* dari semua variabel lebih besar dari batas minimal (0,600). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen yang dipakai dalam penelitian ini reliabel (dapat diandalkan) dan responden cukup konsisten dalam menjawab pernyataan – pernyataan pada instrumen.

Dari deskripsi responden dapat dinyatakan bahwa kinerja karyawan cukup baik, komunikasi organisasi berjalan cukup baik, dan motivasi karyawan sangat baik.

3.3 Uji Asumsi Klasik

Dari uji asumsi Klasik yang telah dilakukan dapat dinyatakan bahwa data nilai variabel berdistribusi normal, dan tidak terjadi masalah multikolinieritas, maupun heteroskedastisitas.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel komunikasi organisasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Hasil analisis regresi dengan menggunakan IBM SPSS versi 22 tampak pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,230	5,903	
	Komunikasi Organisasi	0,237	0,066	0,443
	Motivasi Kerja	0,323	0,104	0,382

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi $Y = 1,230 + 0,237 X_1 + 0,323 X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada komunikasi organisasi dan motivasi di bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000).

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$a = 1,230$; Nilai konstanta variabel kinerja karyawan (Y) sebesar 1,230, artinya jika komunikasi organisasi dan motivasi tidak mengalami kenaikan atau penurunan satu satuan maka kinerja karyawan nilainya sebesar 1,230.

$b_1 = 0,237$; Koefisien regresi variabel komunikasi organisasi (X_1) sebesar 0,237, artinya jika komunikasi organisasi mengalami kenaikan atau penurunan satu satuan, maka kinerja karyawan akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,237 dengan asumsi variabel motivasi bernilai tetap.

$b_2 = 0,323$; Koefisien regresi variabel motivasi (X_2) sebesar 0,323, artinya jika motivasi mengalami kenaikan atau penurunan satu satuan, maka kinerja karyawan akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,323 dengan asumsi variabel komunikasi organisasi bernilai tetap.

Hasil pengujian dengan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa:

- Variabel komunikasi organisasi (X_1) berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien sebesar 0,237. Hal ini menyatakan bahwa jika komunikasi organisasi semakin baik, maka akan meningkatkan kinerja karyawan bengkel dan jika komunikasi organisasi kurang baik, maka akan menurunkan kinerja karyawan bengkel tersebut.
- Variabel motivasi (X_2) berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien sebesar 0,323. Hal ini menyatakan bahwa jika motivasi semakin tinggi, maka akan meningkatkan kinerja karyawan bengkel begitupun sebaliknya yaitu jika motivasi semakin rendah, maka akan menurunkan kinerja karyawan bengkel tersebut.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja karyawan bengkel dilihat dari *Standardized Coefficients (Beta)* adalah variabel komunikasi organisasi yang memiliki nilai 0,443 sedangkan untuk variabel motivasi hanya memiliki nilai 0,382.

Walaupun demikian kedua variabel tersebut memiliki peranan yang sama pentingnya untuk meningkatkan kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000).

4.2 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan komunikasi organisasi dan motivasi dengan kinerja karyawan, dengan mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel komunikasi organisasi dan motivasi secara bersama-sama yang mampu menjelaskan variasi nilai kinerja karyawan.

Tabel 4 Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,746 ^a	,557	,539	3,581

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Komunikasi Organisasi

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan
Sumber : Data Primer diolah, 2016

Dapat dilihat pada Tabel 4 nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,539 atau 53,9%. Nilai koefisien determinasi 53,9% menunjukkan bahwa persentase sumbangan komunikasi organisasi dan variabel motivasi terhadap variasi kinerja karyawan bengkel sebesar 53,9%, atau variasi variabel komunikasi organisasi dan motivasi yang digunakan mampu menjelaskan 53,9% variasi variabel kinerja karyawan, sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.3 Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel komunikasi dan motivasi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan kriteria pengambilan keputusan (tingkat signifikansi yang digunakan 0,05) Ho diterima dan Ha ditolak jika $-t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 5 Uji Hipotesis t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	,208	,836
Komunikasi Organisasi	3,607	,001
Motivasi Kerja	3,106	,003

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan
Sumber : Data Primer diolah, 2016

Ho : Komunikasi organisasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan
Ha : Komunikasi organisasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Tabel distribusi t pada 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = jumlah responden (n = 52) – jumlah variabel bebas (k = 2) – 1 = 49 menunjukkan nilai t tabel = 2,010. Tabel 4.68 menunjukkan nilai t hitung 3,607 dan signifikansi 0,001.

Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, artinya komunikasi organisasi secara partial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Nilai t hitung positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin baik komunikasi organisasi maka semakin meningkat kinerja karyawan.

Semakin baik komunikasi organisasi pada bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000), maka akan menaikkan kinerja karyawan bengkel tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu alat terpenting dalam menjalankan fungsi manajemen terutama untuk mendukung kebijakan – kebijakan yang dikeluarkan top management (Soedarsono 2014:50).

1. Pengujian koefisien regresi variabel motivasi (X2)

Ho : motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Ha : motivasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Tabel 4.68 menunjukkan nilai t hitung 3,106 dan signifikansi 0,003. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, artinya motivasi secara partial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan nilai t hitung positif maka pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi motivasi maka semakin meningkat kinerja karyawan. Semakin tinggi motivasi kerja pada bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000), maka akan meningkatkan kinerja karyawan bengkel tersebut. Dengan demikian kinerja (performance) SDM merupakan hasil dari motivasi dan kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang sesuai dengan deskripsi pekerjaan (Soedarsono 2014:88).

4.4 Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh komunikasi dan motivasi secara bersama – sama terhadap kinerja karyawan.

Dengan kriteria pengambilan keputusan (tingkat signifikansi yang digunakan 0,05) Ho diterima dan Ha ditolak jika F hitung > F tabel atau nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 6. Uji Hipotesis F (ANOVA)

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1 Regression	30,806	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Komunikasi Organisasi

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Tabel distribusi F dengan 5%, df1 = jumlah variabel (3) – 1 = 2 dan df2 = 49 menunjukkan nilai F tabel = 3,187. Tabel 4.69 menunjukkan nilai F hitung 30,806 dan nilai signifikansi 0,000. Karena F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya komunikasi organisasi dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000).

5. Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi organisasi berpengaruh positif terhadap pencapaian kinerja karyawan di bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000). Artinya semakin baik komunikasi organisasi akan semakin baik kinerja karyawan bengkel tersebut.
2. Motivasi karyawan bengkel sangat berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000). Artinya semakin baik motivasi akan semakin baik kinerja karyawan bengkel tersebut.

3. Secara simultan, komunikasi organisasi dan motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000).

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Komunikasi organisasi yang diharapkan pada bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) adalah “Memuaskan”, sementara semua pesaing melakukan perbaikan terus – menerus (continues improvement). Oleh karena itu disarankan agar pihak manajemen tidak terlena dengan apa yang ada sekarang dan tetap melakukan perbaikan untuk mencegah terjadinya penurunan kinerja karyawan. Untuk lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi atas penerapan komunikasi organisasi pada bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) maka penulis menyarankan setiap karyawan bengkel agar lebih bersikap terbuka dalam menjalin komunikasi organisasi.

Untuk penerapannya pada setiap apel pagi karyawan bengkel, Service Manager dapat menyampaikan pencapaian kinerja bengkel dengan mengingatkan semua lapisan karyawan bengkel, sehingga semua karyawan bengkel mempunyai target harian yang jelas. Setiap karyawan bengkel senior mampu membantu karyawan junior dalam hal pelaksanaan tugas harian dan berbagi pengalaman untuk mencapai target yang diharapkan dengan demikian dapat meningkatkan kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000)

2. Mengingat motivasi merupakan hal yang sangat krusial dalam menunjang keberhasilan perusahaan maka motivasi kerja bagi pekerja sangat penting untuk dapat terpenuhi di dalam suatu organisasi. Namun oleh karena motivasi seseorang bersifat fluktuatif yang pada saat tertentu bisa saja rendah, maka disarankan agar manajemen PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000) untuk benar-benar mempertimbangkan secara matang keinginan dan harapan karyawannya untuk dapat diwujudkan agar motivasi kerja mereka kuat. Dengan demikian organisasi dan pekerja sama-sama saling memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam bekerja. Motivasi karyawan bengkel perlu dibina melalui kerjasama yang baik diantara individu-individu termasuk atasan langsung di lingkungan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000). Sebagai implementasinya, setiap karyawan bengkel mampu memenuhi kebutuhan dan selalu menghargai karyawan bengkel lainnya.

3. Komunikasi organisasi merupakan aspek yang bermanfaat untuk melaksanakan seluruh aspek kegiatan pengelolaan organisasi serta membentuk standar prosedur pelaksanaan kerja dan standar kinerja, sedangkan motivasi merupakan bentuk sikap seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja. Untuk meningkatkan kinerja karyawan bengkel PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation Bogor Siliwangi (Auto2000), penulis menyarankan agar dibuatkan key performance indikator yang disosialisasikan untuk setiap individu, dan untuk setiap individu yang mempunyai nilai kinerja tinggi diberikan reward.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2015). *Manajemen Komunikasi Korporasi*. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo
- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep & Aplikasi*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Amir, M. F. (2015). *Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Hasibuan, M. S.P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
http://auto2000.co.id/page/sekilas_auto2000
- Kim, P. L. dan Hazil. (2014) *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Malthis, R. L. dan J. H. Jackson, (2012). *Human Resource Management (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Edisi Dua belas. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Cetakan Sepuluh. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Manopo J.V., (2014). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membentuk Efektivitas Kerja Karyawan CV. Magnum Sign And Print Advertising Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 2 (3): 357-372
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pace, RW dan Faules, DF. (2015). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pongki P, (2015). Laporan Keuangan PT Astra International Tbk Semester 1 Tahun 2015. <http://www.astra.co.id/Media/DetailPressRelease/214/Laporan-Keuangan-PT-Astra-International-Tbk-Semester-1-Tahun-2015>. Diakses 14/08/2015
- Robbins, S. P. (2013). *Perilaku Organisasi*. Jilid III. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Edisi Kelima. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Sadriyansyah (2015). Peran Camat Dalam Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Long Ikis. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 3 (2): 392-406
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sehfidin, A (2011). *Pengaruh gaya kepemimpinan, Komunikasi organisasi dan motivasi Kerja terhadap kinerja karyawan*. Jurnal Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Siagian, S.P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Soedarsono, D.K. (2014). *Sistem Manajemen Komunikasi: Teori, Model & Aplikasi* (Edisi-2). Bandung. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Soemohadiwidjojo, A.T. (2015). *Panduan Praktis Menyusun KPI*. Jakarta: Penerbit Raih Asa Sukses.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, S. E. (2015). *Manajemen pengembangan sumber daya manusia*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

Lampiran

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,745	0,2732	Valid
P2	0,523	0,2732	Valid
P3	0,694	0,2732	Valid
P4	0,657	0,2732	Valid
P5	0,774	0,2732	Valid
P6	0,759	0,2732	Valid
P7	0,748	0,2732	Valid
P8	0,461	0,2732	Valid
P9	0,534	0,2732	Valid
P10	0,652	0,2732	Valid
P11	0,632	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer diolah,2016

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Komunikasi Organisasi (X₁)

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P12	0,596	0,2732	Valid
P13	0,378	0,2732	Valid
P14	0,561	0,2732	Valid
P15	0,625	0,2732	Valid
P16	0,416	0,2732	Valid
P17	0,467	0,2732	Valid
P18	0,638	0,2732	Valid
P19	0,493	0,2732	Valid
P20	0,539	0,2732	Valid
P21	0,508	0,2732	Valid
P22	0,666	0,2732	Valid
P23	0,785	0,2732	Valid
P24	0,612	0,2732	Valid
P25	0,707	0,2732	Valid
P26	0,699	0,2732	Valid
P27	0,611	0,2732	Valid
P28	0,751	0,2732	Valid
P29	0,496	0,2732	Valid
P30	0,363	0,2732	Valid
P31	0,716	0,2732	Valid
P32	0,762	0,2732	Valid
P33	0,409	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer diolah,2016

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Motivasi (X₂)

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P34	0,286	0,2732	Valid
P35	0,401	0,2732	Valid
P36	0,549	0,2732	Valid
P37	0,653	0,2732	Valid
P38	0,639	0,2732	Valid
P39	0,338	0,2732	Valid
P40	0,450	0,2732	Valid
P41	0,322	0,2732	Valid
P42	0,311	0,2732	Valid
P43	0,439	0,2732	Valid
P44	0,292	0,2732	Valid
P45	0,627	0,2732	Valid
P46	0,438	0,2732	Valid
P47	0,734	0,2732	Valid
P48	0,551	0,2732	Valid
P49	0,399	0,2732	Valid
P50	0,528	0,2732	Valid

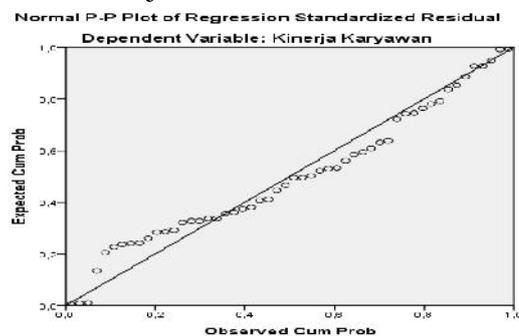
Sumber : Data Primer diolah,2016

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

No.	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Kritis	Kriteria
1	Y	0,907	0,600	Reliabel
2	X ₁	0,924	0,600	Reliabel
3	X ₂	0,837	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah,2016

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas



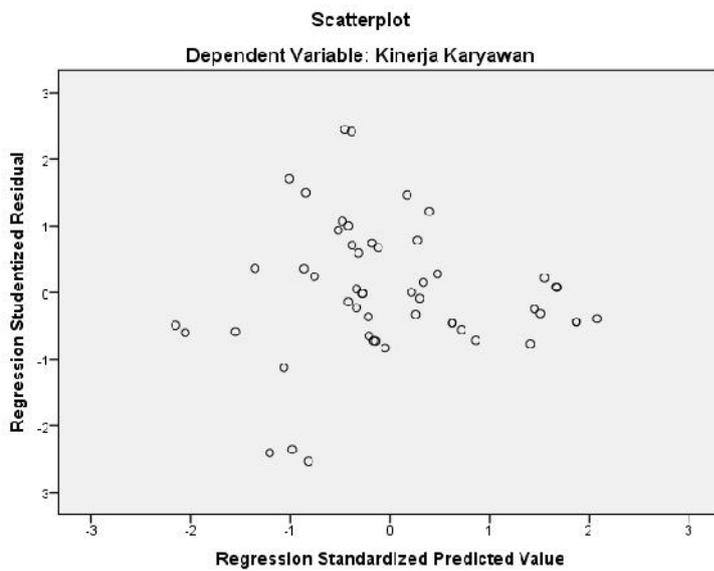
Lampiran Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Komunikasi Organisasi	,598	1,672
	Motivasi Kerja	,598	1,672

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data Primer diolah 2016



PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. HLI

Rubiah Fitriyanti dan Salbiah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: cibisalbiah@gmail.com dan Email: fitri_rubi@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap kinerja karyawan PT. HLI. Metodologi penelitian ini yang dipakai adalah dengan menggunakan data primer melalui wawancara langsung menggunakan kuesioner serta melibatkan seluruh karyawan PT HLI yang berjumlah 50 orang sebagai responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan dengan tingkat kategori cukup.

Kata kunci : Budaya Organisasi, Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this research is to investigate the influence of organizational culture towards PT. HLI's employees performance and to what extent of the influence level. Research method used of this was primary data through direct interview using questionnaires to all 50 respondents of PT. HLI's employees. The research found that organization culture has influenced to the employees' performance with a moderate level.

Keyword: Organizational Culture , Employee Performance

1. Pendahuluan Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial pada dasarnya manusia mempunyai sifat untuk bersosialisasi, bekerja sama, dan merasa butuh akan keberadaannya dengan manusia lain. Keberadaan sebuah organisasi sangat diperlukan sebagai suatu wadah yang dapat menghimpun atau mempermudah manusia dalam bersosialisasi dan bekerja sama. Suatu organisasi baik perusahaan maupun lembaga pemerintahan dalam melakukan kegiatannya memerlukan sumber daya manusia yang mendukung usaha pencapaian tujuan suatu organisasi yang telah ditentukan. Dalam pencapaian tujuan perusahaan atau lembaga pemerintahan banyak unsur-unsur yang menjadi hal penting dalam pemenuhannya, diantaranya adalah budaya organisasi yang diterapkan dalam perusahaan atau lembaga pemerintahan. Sumber daya yang telah tersedia jika tidak dikelola dengan baik maka tidak akan mencapai tujuan yang telah direncanakan. Oleh karena itu diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional. Sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional cenderung memiliki kinerja yang lebih baik, sehingga upaya peningkatan kualitas kinerja karyawan sangat penting untuk diperhatikan oleh pimpinan organisasi.

Salah satu hal yang berkaitan dengan kinerja adalah budaya organisasi, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam lingkungan internal suatu organisasi karena keragaman budaya yang ada dalam suatu organisasi sama banyaknya dengan jumlah individu yang ada di dalam organisasi. Keberhasilan suatu organisasi sangat erat kaitannya dengan kualitas kinerja para anggotanya, suatu organisasi

dituntut untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerja setiap anggota, agar setiap anggota semakin terpacu untuk meningkatkan kualitas dirinya masing-masing. Karyawan yang mempunyai kualitas dan produktifitas yang tinggi dapat dilihat dari hasil kerja, tugas dan hasil kegiatan dalam kurun waktu tertentu.

Suatu organisasi harus mempunyai ciri khas tersendiri agar dapat membedakan antara organisasi yang satu dengan organisasi lainnya, ciri khas ini menjadi identitas dalam organisasinya. Ciri khas inilah yang dinamakan budaya organisasi. Budaya organisasi adalah sebuah sistem makna bersama yang dianut oleh para anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi-organisasi lainnya. Sistem makna bersama ini adalah sekumpulan karakteristik kunci yang dijunjung tinggi oleh organisasi. Budaya organisasi mengacu pada nilai-nilai, norma-norma, kepercayaan dan cara berperilaku menjadi ciri bagaimana suatu kelompok atau individu dalam menyelesaikan suatu permasalahan. Hal ini juga menjadi acuan seorang pemimpin atau management dalam bertindak mengembangkan organisasinya.

Aktifitas untuk menentukan berhasil tidaknya suatu pekerjaan yang dilakukan dalam organisasi adalah penilaian pelaksanaan seluruh kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Aktifitas ini lazimnya disebut dengan penilaian kerja. Pelaksanaan suatu pekerjaan tanpa diikuti oleh penilaian tidaklah dapat diukur dan diketahui seberapa besar tingkat pencapaian tujuan yang telah dicapai. Penilaian pekerjaan pada dasarnya adalah manifestasi dari penilaian pekerjaan pegawai. Keberhasilan penentuan pencapaian tugas terhadap individu akan dapat mengarahkan penetapan kinerja organisasi.

Budaya organisasi yang kuat adalah organisasi yang mempunyai anggota yang loyal terhadap organisasi. Pedoman bertingkah laku bagi orang-orang dalam perusahaan digariskan dengan jelas, dimengerti, dipatuhi dan dilaksanakan oleh orang-orang yang bekerja menjadi sangat kohesif. Sedangkan budaya organisasi lemah, nilai-nilai yang dianut tidak begitu kuat sehingga jatidiri organisasi tidak begitu menonjol.

Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan untuk melaksanakan tugas sesuai tanggungjawab yang diberikan. Salah satu sikap karyawan yang bisa menjadi penilaian yang baik adalah tanggungjawab karyawan terhadap tuntutan perusahaan yang diberikan kepadanya, sehingga munculnya berbagai pengembangan yang dilakukan karyawan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. HLI.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. HLI.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Budaya Organisasi

Menurut Susanto dalam Sudaryono (2014:36) Budaya organisasi adalah nilai-nilai yang menjadi pegangan sumberdaya manusia dalam menjalankan kewajiban dan perilakunya di dalam organisasi.

Nilai – nilai tersebut yang akan member jawaban apakah suatu tindakan benar atau salah dan apakah suatu perilaku dianjurkan atau tidak sehingga berfungsi sebagai landasan untuk berperilaku.

Menurut Davis dalam Sudaryono (2014:39) setiap organisasi memiliki makna tersendiri terhadap kata budaya, yaitu : identitas, ideologi, etos, pola eksistensi, aturan, pusat kepentingan, filosofis tujuan, spirit, sumber informasi, gaya, visi, dan acara. Robbins dalam Sudaryono (2014:39) mengemukakan tujuh karakteristik prima budaya organisasi sebagai berikut :

- 1 Inovasi dan keberanian mengambil risiko (*innovation and risk taking*), sejauh mana para karyawan didorong untuk inovasi dan pengambilan risiko .
- 2 Perhatian terhadap detail (*attention to detail*), sejauh mana para karyawan diharapkan memperlihatkan posisi kecermatan, analisis, dan perhatian pada perincian.
- 3 Berorientasi kepada hasil (*outcome orientation*), sejauh mana manajemen memfokus pada hasil, bukan pada teknis dan proses dalam mencapai hasil itu.
- 4 Berorientasi kepada manusia (*people orientation*), sejauh mana keputusan manajemen memfokus pada hasil, bukan pada teknis dan proses dalam mencapai hasil itu .
- 5 Berorientasi tim (*team orientation*), sejauhmana kegiatan kerja diorganisasikan sekitar tim – tim bukan individu .
- 6 Agresif (*Agressiveness*), sejauh mana orang-orang itu agresif dan kompetitif, bukannya bersantai-santai .
- 7 Stabil (*Stability*), sejauh mana keinginan organisasi menekankan diterapkannya status quo sebagai kontras dari pertumbuhan.

2.2. Kinerja Karyawan

As'ad dalam Sudaryono (2014:63) menyatakan bahwa kinerja merupakan kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Hal ini menjelaskan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai seorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Kinerja seseorang dapat terlihat melalui aktivitasnya dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Aktivitas ini menggambarkan bagaimana ia berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, kinerja seseorang terkait dengan bagaimana ia melakukan tugas dan hasil yang telah diraih.

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika (Prawirosentono, 2012:5). Rumusan diatas menjelaskan bahwa kinerja adalah tingkat keberhasilan seseorang atau lembaga dalam melaksanakan pekerjaannya. Dari definisi diatas, terdapat setidaknya empat elemen yaitu :

1. Hasil kerja yang dicapai secara individual atau secara institusi, berarti bahwa kinerja tersebut adalah "hasil kerja" yang diperoleh secara sendiri-sendiri atau berkelompok.
2. Dalam melaksanakan tugas, orang atau lembaga diberikan wewenang dan tanggungjawab, berarti orang atau lembaga diberikan hak dan kekuasaan untuk bertindak sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan baik.

Meskipun demikian orang atau lembaga tersebut, tetap harus dalam kendali, yakni mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada pemberi hak dan wewenang.

3. Pekerjaan harus dilakukan secara legal, berarti dalam melaksanakan tugas-tugas individu atau lembaga ,harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan.
4. Pekerjaan tidaklah bertentangan dengan moral atau etika.

Berkaitan dengan kinerja, seseorang yang memiliki tingkat kinerja tinggi dan mencapai sasaran yang ditetapkan sebelumnya disebut efektif. Sebaliknya, seseorang yang tingkat kinerjanya rendah dan tidak mencapai standar yang telah ditetapkan sebelumnya disebut tidak efektif. Selanjutnya, apabila seseorang mencapai kinerja atau sasaran tertentu dengan biaya atau pengorbanan yang sekecil-kecilnya disebut efisien, sedangkan apabila seseorang yang mencapai kinerja atau sasaran tertentu dengan biaya atau pengorbanan yang tinggi disebut inefisiensi.

3. Metodologi Penelitian

Untuk mengetahui hasil penelitian, digunakan teknis analisis data uji validitas, uji reliabilitas, rekapitulasi rata-rata sampel, Metode suksesif interval, Uji Normalitas, Regresi Sederhana, Korelasi , Koefisien determinasi, dan Uji t.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Dari data yang terkumpul dapat dikatakan bahwa responden/karyawan PT.HLI didominasi oleh laki-laki (74%), berusia 36 – 45 tahun (58%), berpendidikan diploma (60%), dan telah bekerja lebih dari 1 tahun (100%).

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil validitas dan reliabilitas seperti yang tertera pada tabel di bawah ini.

A. Uji validitas

a. Variabel X (Budaya Organisasi)

Nomor Pernyataan	Skor Validitas (r Hitung)	r Tabel	Keputusan
		(n = 50-2, = 5 %)	
1	0.570	0,279	Valid
2	0.457	0,279	Valid
3	0.592	0,279	Valid
4	0.537	0,279	Valid
5	0.545	0,279	Valid
6	0.651	0,279	Valid
7	0.673	0,279	Valid
8	0.541	0,279	Valid
9	0.519	0,279	Valid
10	0.579	0,279	Valid

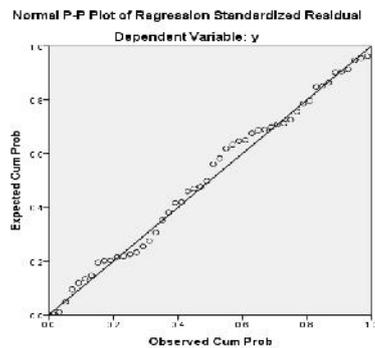
b. Variabel Y (Kinerja Karyawan)

Nomor Pernyataan	Skor Validitas (r Hitung)	r Tabel	Keputusan
		(n = 50-2, = 5 %)	
1	0.651	0,279	Valid
2	0.671	0,279	Valid
3	0.564	0,279	Valid
4	0.688	0,279	Valid
5	0.528	0,279	Valid
6	0.667	0,279	Valid
7	0.696	0,279	Valid
8	0.614	0,279	Valid
9	0.552	0,279	Valid
10	0.729	0,279	Valid

Sumber: Data Primer (Kuesioner) diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r table (0.279) dan bernilai positif, maka setiap pernyataan variabel Budaya organisasi (X) dan Kinerja karyawan (Y) dinyatakan valid sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

4.3. Uji Normalitas Data



Asumsi normalitas adalah jika titik-titik data hasil regresi tersebar di seputar garis diagonal pada grafik normal P-P PLOT. Berdasarkan hasil ini maka data memenuhi persyaratan normalitas.

4.4. Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.712	4.212		3.730	.001
	X	.484	.138	.451	3.505	.001

a. Dependent Variable: Y

Tabel di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi sederhana $Y = 15,712 + 0,484X$

Hal ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada pengaruh budaya organisasi (variabel budaya organisasi dianggap nol) maka nilai kinerja karyawan sebesar nilai a = 15,712. Bila variabel budaya organisasi mengalami kenaikan di tingkat satu satuan maka nilai Y (Kinerja Karyawan) mengalami kenaikan sebesar 0,484 satuan.

4.5. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.204	.187	5.93610

a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan tabel diatas menggunakan diketahui bahwa nilai $r = 0,45$. Artinya sesuai dengan tabel interval korelasi bahwa variabel budaya organisasi (X) memiliki korelasi cukup dan positif dengan variabel kinerja karyawan (Y). Berdasarkan tabel di atas juga dapat diketahui nilai koefisien determinasi ($R^2 = 20,37\%$) artinya bahwa kontribusi variabel X (budaya organisasi) terhadap variasi variabel Y (kinerja karyawan) sebesar 20,37%, sedangkan sisanya 79,63% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.6. Uji t

Berdasarkan perhitungan dari t_{tabel} dan t_{hitung} di atas dapat dilihat bahwa $t_{tabel} = 2,010$ dan $t_{hitung} = 3,505$. Karena $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini membuktikan bahwa budaya organisasi mempengaruhi kinerja karyawan.

5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan di PT. HLI maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
2. Kontribusi variabel budaya organisasi dan variabel kinerja karyawan berada pada kategori cukup.

Beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk pimpinan di PT. HLI, penerapan budaya organisasi di perusahaan lebih ditingkatkan melalui tata tertib di dalam perusahaan untuk mencapai kinerja karyawan yang lebih baik di masa depan.

2. Bagi peneliti berikutnya yang berminat melakukan penelitian mengenai kinerja karyawan di PT. HLI, dapat meneliti dari aspek lainnya seperti kepemimpinan, motivasi, kompensasi, iklim kerja dan lainnya, karena masih ada 79,63% faktor lainnya yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Laksumi, AR. (2011). *Budaya Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Mangkunegara, PA. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyanto, H & Anna, W. (2010). *Penelitian Metode dan Analisis*. Semarang: Cv Agung
- Prabundu, MT. (2014). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sanusi, A (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sinambela, Lijan Poltak. (2012). *Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sudaryono. (2014). *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia Perkantoran Sentra.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner, Analisis Data Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT Buku Seru.
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana Preneda Media Group.

Sujarweni, VW. (2014). *SPSS untuk penelitian*. Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Pustaka Baru Press

Yani, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI PT SANPRIMA SENTOSA, BOGOR

Muhammad Masyhuri dan Intan Suryanti
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI
Email: masyhuri.muhammad@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa Cabang Bogor. Selain itu, penelitian ini akan menganalisis faktor apakah yang berpengaruh paling dominan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Beat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan populasi adalah para konsumen dari PT Sanprima Sentosa. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan mengambil sampel responden sejumlah 100 orang yang dilakukan dengan teknik pengambilan sampel secara tidak acak. Hasil analisis awal yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator yang digunakan valid untuk mengukur variabel yang ada. Hasil analisis ini selanjutnya membuktikan bahwa dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine how much quality products and price have influence in the consumer's decision to buy Honda Beat motorcycles in the PT Sanprima Sentosa, Bogor. In addition, this study will analyze the factors that influence whether the most dominant factor in influencing consumers to buy a Honda. The method used in this research is a quantitative method with PT Sanprima Sentosa's customers is taken as population. Data collection methods used in this study are primary data with total sample used was 100 people with the technique of was non random sampling. The preliminary analysis performed indicates that a valid indicator used to measure the existing variable. The results of further analysis found that of the two variables used in this study the quality product becomes the most dominant variable in influencing purchasing decision.

Keywords : Quality Product, Price, Purchasing Decision

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang industri motor. Padatnya aktivitas di zaman modern ini menyebabkan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari misal dalam bekerja agar lebih mudah beraktivitas lebih cenderung menggunakan kendaraan motor.

Dari waktu ke waktu pengguna kendaraan bermotor pun semakin meningkat. Produsen kendaraan motor pun semakin banyak dan jenis-jenis motor yang ditawarkan ke konsumen semakin bervariasi. Hal ini dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk kendaraan bermotor. Saat ini industri otomotif di Indonesia, terutama untuk kendaraan roda dua, sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini didorong oleh belum tersedianya kendaraan umum yang efisien bagi mobilitas masyarakat. Selain itu, kemudahan proses pembayaran dengan meluasnya perusahaan pembiayaan juga ikut mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi sehari-hari.

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua, untuk terus mendorong penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Merek Honda sebagai pelopor serta pemimpin pasardalam industri otomotif terutama kendaraan roda dua di Indonesia, sangat perlu untuk memilih strategi yang tepat dalam mempertahankan dan menumbuhkan penjualannya di tengah persaingan yang ketat dengan produsen lain seperti Yamaha dan Suzuki.

Kekuatan pasar saat ini berada di tangan konsumen, dimana yang memegang peranan penting dalam menentukan pilihan dan memutuskan pembelian produk yang dibutuhkan adalah konsumen. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor-faktor tersebut adalah kualitas produk dan harga (Anggar PP, 2012).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian pelanggan. Kualitas produk adalah sebuah konsep yang memiliki ribuan pengikut. Cara untuk menciptakan merek yang baik menurut logika, adalah dengan menciptakan produk yang kualitasnya lebih baik. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Dengan adanya kualitas yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik suatu produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Disinilah dapat dilihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan *brand image* (citra merek) dari produk tersebut.

Selain kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran. Kombinasi nilai dan harga tidak terlepas dari keputusan pembelian.

Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi pelanggan dalam memutuskan pembelannya. Pelanggan biasanya akan membandingkan harga dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk, serta sejumlah uang yang harus mereka keluarkan. Hal ini akan membuat harga pada suatu produk menjadi salah satu hal yang dikenali oleh pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi pembeli dalam memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa?
2. Apakah harga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa?
3. Apakah kualitas produk dan harga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan membeli sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT Sanprima Sentosa secara simultan.

1.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa dan
 $H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa.
2. $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa dan
 $H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa.
3. $H_0 : \beta_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa
 $H_a : \beta_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Sanprima Sentosa.

II. Metodologi Penelitian

Studi ini memakai jenis penelitian kuantitatif dengan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui kuesioner dan data sekunder melalui studi pustaka jurnal dan penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan di PT Sanprima Sentosa yang beralamat di Jl Jend. Sudirman No 52 Bogor. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai Maret 2016. Populasi penelitian ini adalah konsumen di PT Sanprima Sentosa. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan (Frendy dalam Nawawi (2012), dan digunakan rumus:

$$n = \frac{2}{4 \mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} = 96 \quad 100 \text{ sampel}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel.

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% =1.96

μ = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau pengambilan sampel secara tidak acak, dimana teknik pengambilan ini tidak member peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dalam prakteknya, peneliti menggunakan *accidental sampling* atau metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat menyebarkan kuesioner dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data selama penelitian.

III. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 61 orang atau 61% dan yang berjenis kelamin wanita berjumlah 39 orang atau 39%. Hal ini mengindikasikan bahwa porsi konsumen laki-laki masih mendominasi pasar pembeli sepeda motor.

1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jumlah responden yang berusia kurang dari 23 tahun ada 59 orang atau 59%, yang berusia 23-35 tahun ada 22 orang atau 22%, dan yang berusia lebih dari 35 tahun ada 19 orang atau 19%. Secara umum ini dapat disimpulkan bahwa konsumen pembeli sepeda motor merupakan dari kalangan usia muda atau usia produktif.

1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil survey menunjukkan jumlah responden pelajar/mahasiswa ada 27 orang atau 27%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri ada 10 orang atau 10%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta ada 51 orang atau 51%, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya ada 12 orang atau 12%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli sepeda motor (63%) adalah dari kalangan pekerja tetap (karyawan).

1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Dari hasil survey terlihat jumlah responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp.2.000.000 ada 23 orang atau 23%, responden yang memiliki pendapatan Rp.2.000.000 - Rp.5.000.000 ada 68 orang atau 68%, dan responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.5.000.000 ada 9 orang atau 9%. Dapat disimpulkan secara umum, sebagian besar responden (91%) berpendapatan kurang dari lima juta rupiah rata-rata per bulan.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Pada validitas, kolom yang dilihat adalah *corrected item-total correlation*. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,1966$. Untuk melihat tingkat validitas semua item pertanyaan kuesioner disusun, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

2.1 Variabel Kualitas Produk

Tabel 2.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Produk)

Item	R hitung	R tabel	Ket
Kekuatan mesin	0.521	0.1966	Valid
Daya tahan fisik motor	0.495	0.1966	Valid
Desain yang menarik	0.499	0.1966	Valid
Desain yang inovatif	0.553	0.1966	Valid
Fitur yang canggih	0.538	0.1966	Valid

Sumber :Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari uji validitas di atas untuk N item pernyataan = 100 disimpulkan bahwa item pernyataan untuk Variabel X₁ (kualitas produk) telah valid karena telah melebihi r_{tabel} 0,1966 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

2.2 Variabel Harga

Tabel 2.2 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Harga)

Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Sesuai ekonomi konsumen	0.439	0.1966	Valid
Harga yang terjangkau untuk semua kalangan	0.645	0.1966	Valid
Kualitas yang sesuai keinginan konsumen	0.663	0.1966	Valid
Kesesuaian manfaat yang diberikan	0.467	0.1966	Valid
Kemampuan bersaing harga dengan kompetitor	0.493	0.1966	Valid

Sumber :Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari uji validitas di atas untuk N item pernyataan = 100 dapat di simpulkan bahwa item pernyataan untuk Variabel X₂ (harga) telah valid karena telah melebihi r_{tabel} 0,1966 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

2.2 Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 2.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Kesesuaian dengan nilai kepercayaan	0.629	0.1966	Valid
Kesesuaian dengan kelas sosial	0.634	0.1966	Valid
Pengaruh keluarga	0.508	0.1966	Valid
Pengaruh peran	0.584	0.1966	Valid
Kesesuaian usia	0.421	0.1966	Valid
Kesesuaian dengan kemampuan ekonomi	0.473	0.1966	Valid
Kesesuaian dengan gaya hidup	0.510	0.1966	Valid
Pengaruh motivasi	0.421	0.1966	Valid
Pengaruh persepsi	0.548	0.1966	Valid
Keyakinan terhadap produk	0.629	0.1966	Valid

Sumber :Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari uji validitas di atas untuk N item pernyataan = 100 dapat di simpulkan bahwa item pernyataan untuk Variabel Y (keputusan pembelian) telah valid karena telah melebihi r_{tabel} 0,1966 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

3. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan bila digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel /handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Di bawah ini disajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikatnya.

3.1 Variabel Kualitas Produk

Tabel 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kualitas Produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	5

Sumber : Hasil penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari Tabel uji reliabilitas di atas untuk kuisisioner berjumlah 100 pada uji variabel X₁ (kualitas produk) dengan item pernyataan sebanyak 5 menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,755 yang artinya telah reliabel sesuai dengan kriteria uji reliabilitas *Cronbach's alpha* melebihi 0,600.

3.2 Variabel Harga

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Harga)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	5

Sumber : Hasil penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari Tabel uji reliabilitas di atas untuk kuisisioner berjumlah 100 pada uji variabel X₂ (harga) dengan item pernyataan sebanyak 5 menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,767 yang artinya telah reliabel sesuai dengan kriteria uji reliabilitas *Cronbach's alpha* melebihi 0,600.

3.3. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	10

Sumber : Hasil penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari Tabel uji reliabilitas di atas untuk kuisisioner berjumlah 100 pada uji variabel Y (keputusan pembelian) dengan item pernyataan sebanyak 10 menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,840 yang artinya telah reliabel sesuai dengan kriteria uji reliabilitas *Cronbach's alpha* melebihi 0,600.

4. Uji Asumsi Klasik

4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji F dan uji T mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*, data residual dikatakan berdistribusi normal bila nilai *Asymp. Sig (2-tailed) > taraf nyata (α = 5%)*. Di bawah ini hasil uji normalitas.

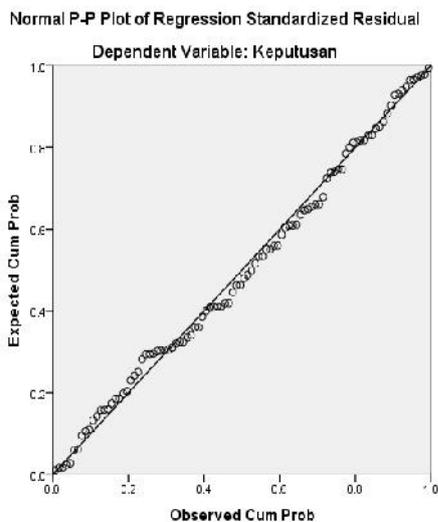
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorv-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a)}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98984745
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{cd}

a) Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Pada Tabel di atas menunjukkan uji normalitas data dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorv-Smirnov*, pada data tersebut terlihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.200, hal ini menyatakan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) pada data ini lebih besar dari taraf nyata ($= 5\%$) atau 0,05.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Grafik

Variabel penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal karena selain pada pendekatan *Kolmogorv-Smirnov* yang telah menyatakan data berdistribusi normal, hal ini didukung oleh gambar di atas yang menunjukkan uji normalitas data dengan menggunakan pendekatan grafik. Pada pendekatan grafik ini, grafik di atas menunjukkan distribusi data yang menyebar di antara garis diagonal, hal ini berarti variabel berdistribusi normal.

4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat atau tidak sebuah penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat *Value inflation factor* (VIF) pada model regresi, apabila VIF lebih besar dari 5 ($VIF > 5$) dan *Tolerance* lebih besar dari 1, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya, dan apabila VIF lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$) dan *Tolerance* lebih kecil dari 1, maka variabel tersebut tidak mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Produk	.685	1.460
Harga	.685	1.460

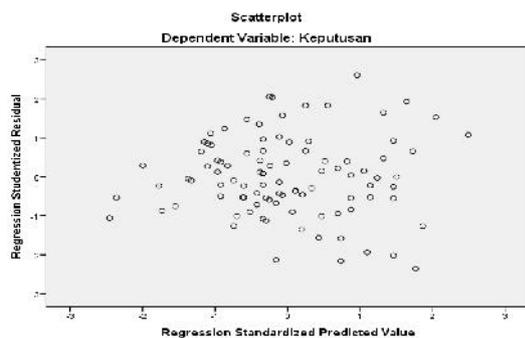
a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari Tabel uji multikolinearitas di atas didapatkan bahwa VIF lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$) dan *Tolerance* lebih kecil dari 1 yang berarti bahwa pada model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat atau tidaknya sebuah penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusannya yaitu : Jika ada pola tertentu, seperti titik - titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot untuk uji heteroskedastisitas diatas didapatkan pola yang jelas, seperti titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa dalam regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

X_1, X_2 = Variabel independen (Kualitas Produk dan Harga)

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Tabel 5 Hasil Koefisien Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.785	2.676		4.405	.000
Produk	.765	.148	.448	5.168	.000
Harga	.620	.153	.351	4.048	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 11,785 + 0,765 X_1 + 0,620 X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b_1) menunjukkan nilai yang positif, yaitu $0.765 X_1$; ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk mempunyai hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian. Apabila variabel kualitas produk (b_1) mengalami peningkatan, maka akan diimbangi dengan peningkatan pada variabel keputusan pembelian. Kenaikan satu satuan dari variabel kualitas produk akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0.765 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga (b_2) menunjukkan nilai yang positif, yaitu $0.620 X_2$; ini dapat diartikan bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Apabila variabel harga (b_2) mengalami peningkatan, maka akan diimbangi dengan peningkatan pada variabel keputusan pembelian. Kenaikan satu satuan dari variabel harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0.620 satuan.
3. Dari kedua variabel bebas yang digunakan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan adalah variabel kualitas produk, karena memiliki nilai koefisien regresi lebih tinggi dibandingkan dengan variabel independen lainnya yang diteliti (harga) yaitu sebesar $0,765$.

6. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.501	.490	3.457

a. Predictors: (Constant), Harga, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Hasil analisa berdasarkan Tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar $0,490$ yang berarti bahwa kemampuan variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Harga) dalam menjelaskan variasi variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar $49,0\%$, sedangkan sisanya $51,0\%$ dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau Uji-t bertujuan menguji hipotesis 1 dan 2, hipotesis 1 yaitu untuk mengetahui variabel independen (kualitas produk) secara individu (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), hipotesis 2 yaitu untuk mengetahui variabel independen harga secara individu (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Di bawah ini disajikan hasil Uji-t dengan menggunakan SPSS versi 22.

Tabel 7 Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.785	2.676		4.405	.000
Produk	.765	.148	.448	5.168	.000
Harga	.620	.153	.351	4.048	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Berdasarkan Tabel di atas, maka untuk menentukan H_0 maupun H_a ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) yaitu 1,985. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

H_a diterima dan H_0 ditolak karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti hipotesis kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat diterima. Dapat diinterpretasikan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

H_a diterima dan H_0 ditolak karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti hipotesis harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat diterima. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

8. Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak/simultan atau Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Di bawah ini disajikan hasil Uji F dengan bantuan SPSS versi 22.

Tabel 8 Nilai F Hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1161.889	2	580.944	48.603	.000 ^b
	Residual	1159.421	97	11.953		
	Total	2321.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Harga, Produk

Sumber : Hasil Penelitian, 2016 (Data hasil diolah)

Kaidah pengujian signifikansi :

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

$F_{tabel} = df1 = \text{Jumlah Variabel} - 1$

$$df1 = 3 - 1 = 2$$

$$df2 = n - \text{jumlah variabel}$$

$$df2 = 100 - 3 = 97$$

$$F_{tabel} = 3,09$$

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, karena $F_{hitung} > F_{table}$. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Dari analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sanprima Sentosa.

- Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sanprima Sentosa.
- Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sanprima Sentosa.
- Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen lebih dominan daripada harga.

4.2 Saran

Dengan kesimpulan tersebut maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

- PT Sanprima Sentosa sebaiknya selalu memperhatikan faktor kualitas produk yang akan dikeluarkan dari segi desain, variasi, fitur, manfaat dan kekuatan produk karena sebelum konsumen memutuskan untuk membeli biasanya pelanggan akan melihat factor-faktor tersebut yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Semakin baik tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kemungkinan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk.
- PT Sanprima Sentosa sebaiknya juga selalu memperhatikan dan mempertimbangkan harga yang akan ditetapkan karena sebelum konsumen memutuskan untuk membeli biasanya pelanggan akan membandingkan harganya dengan jenis produk yang sama di tempat lain atau harga pasaran dan memperhatikan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Semakin kompetitif harga untuk semua kalangan, maka semakin tinggi tingkat kemungkinan konsumen dalam memutuskan membeli produk.

- Penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti dapat menambah variabel independen lain sehingga dapat diketahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga perlu dilakukan penelitian ulang untuk mengetahui peningkatan keputusan pembelian setelah meningkatkan faktor-faktor kualitas produk dan memberikan harga yang lebih kompetitif untuk semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggar PP, K. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2012). *Principle of marketing* (edisi 13). Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kus Adi, D. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen yang Melakukan Pembelian di Indomaret Sedati Sidoarjo)*. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim. Surabaya.
- Lestari, D. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Stie Gici Business School*. Skripsi STIE GICI Business School. Depok.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Penerbit : Cakra Ilmu. Yogyakarta.

- Nawawi, M. (2012). *Populasi dan sampel*.
<http://iyosrosmana.wordpress.com/2012/06/19/populasi-dan-sampel/sample-tidak-diketahui>.
 Diakses pada 2 November 2015
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit : LaksBang PRESSindo. Yogyakarta.
- Purwati, Setiawan, H. Rohmawati. (2012). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS), Vol.2, No.3.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit : Salemba Empat. Malang.
- Subagyo, A & Wibowo, M. (2015). *Pedoman penulisan skripsi STIE GICI Business School*. Depok: Penerbit GICI Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Penerbit : Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Penerbit : PUSTAKABARUPRESS. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. Jauzi, A. Mulyana, A. Karno, N B. Marwadi Kurniawan, P. Nugroho, W. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Penerbit : IPB Press. Bogor.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit : CAPS (Center Of Academic Publishing Service). Jakarta.

Analisis Kepuasan Nasabah Kredit Pinjaman Pensiun (Studi Kasus pada Bank Bumi Arta Bogor) *Customers Satisfaction Analysis of Pension Loan Credit (a case study at Bumi Arta Bank Bogor)*

Popi Mourina Sorsen dan Maya Andini Kartikasari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email : popymourina@ymail.com; maya.said2001@gmail.com

Abstrak

Bank Bumi Arta adalah bank swasta yang ada di Bogor dengan bisnis utamanya adalah melayani pembayaran pensiun serta kredit untuk para pensiunan. Tujuan penelitian adalah (1) untuk menganalisa kepuasan pelanggan Bank Bumi Arta terhadap kualitas layanan produk kredit pensiunan (2) untuk menganalisa kinerja Bank Bumi Arta atas kualitas layanan yang ditentukan dari tingkat kepuasan pelanggan pensiunan. Metode penelitian yang digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA), Cartesian diagram, gap analysis dan Customer Satisfaction Index (CSI). Dari analisis diagram cartesian IPA atas kuadran ke-1 yang merupakan prioritas utama dalam penelitian ini, terdapat 3 atribut yang harus diperbaiki dalam pemberian pelayanan pelanggan, yakni proses aplikasi kredit pensiunan yang perlu cepat dan mudah, persyaratan dokumen yang wajib diisi dalam pengajuan kredit yang tidak sulit, dan kecepatan respon pegawai di dalam melayani pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai CSI yang sebesar 77,49%, hal ini berarti konsumen Bank Bumi Arta cukup puas terhadap kinerja layanan yang diberikan.

Kata kunci: Bank, pensiunan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

Abstract

Bumi Arta Bank is the one of private bank in Bogor that serve payment of pension salary and have pension loan credit as a core product. The objective of this research are, (1) To analyze the satisfaction of pension customers of Bumi Arta Bank to the quality of service pension loan credit products, (2) To analyze the performance of Bumi Arta Bank on the quality of services which determine the levels of customer satisfaction of pensioners. The method used in this research is importance performance analysis (IPA), cartesian diagram, gap analysis and customer satisfaction index (CSI.) Based on IPA analysis from cartesian diagram on 1st quadrant which is a top priority in this research there are 3 attribute that should be improved its services, that are retirement loan credit application process is fast and easy, requirements documents in the filing of a pension loan is not difficult, and the officers responsive in serving customers. Based on calculation the CSI value is 77.49% which mean that customers are satisfied with the service performance of Bumi Arta Bank.

Keyword: Banking, pensioners, service quality, customer satisfaction

1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia saat ini dinilai cukup pesat, terlihat dari perubahan yang begitu cepat dalam hal kemajuan teknologi serta kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang mengharuskan bank untuk melakukan antisipasi melalui kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat bertahan dalam memberikan pelayanan secara berkesinambungan dalam meningkatkan kepuasan nasabahnya. Perbankan juga dituntut agar semakin meningkatkan pelayanannya untuk menarik minat nasabah terhadap produk dan jasanya. Tingginya tuntutan masyarakat kepada bank dalam hal mutu pelayanan mendorong pihak bank untuk lebih aktif dalam pemberian pelayanan yang berkualitas. Salah satu strategi bank untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya adalah dengan memberikan pelayanan melebihi tingkat harapan nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas nasabah akan loyal terhadap produk atau jasa perbankan dan enggan untuk berpindah ke produk atau bank lain.

Bank Bumi Arta adalah salah satu bank swasta di kota Bogor yang mengutamakan kepuasan nasabahnya dan salah satu produk unggulan yang diberikan oleh Bank Bumi Arta adalah kredit pinjaman pensiun dimana nasabahnya adalah pensiunan PNS, ABRI/POLRI, Veteran dan janda/duda dari pensiunan tersebut. Produk kredit pinjaman pensiun merupakan fasilitas pinjaman berupa uang yang dapat digunakan untuk usaha maupun untuk konsumsi. Untuk menunjang pemasaran produk kredit pinjaman pensiun, Bank Bumi Arta bermitra dengan Tabungan Pensiun (Taspen) dan Asuransi Sosial Angkatan Bersenjata Republik Indonesia (Asabri).

Agar dapat bersaing dengan bank lain yang memasarkan produk sejenis, Bank Bumi Arta harus melakukan berbagai jenis upaya dalam pemasaran produk kredit pinjaman pensiun, dengan memberikan keunggulan yang tidak diberikan oleh bank pesaing dan juga harus memperhatikan dalam proses pelayanannya agar nasabah puas dengan jasa perbankan yang diberikan oleh Bank Bumi Arta. Karena nasabah tidak hanya mencari bank yang memberikan keunggulan terhadap produknya tetapi juga menginginkan agar dapat dilayani dengan baik dan memuaskan. Mengingat sangat pentingnya aspek pelayanan dan kepuasan nasabah dalam bisnis perbankan maka penelitian ini dilakukan.

2. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana tingkat kepentingan nasabah pensiunan Bank Bumi Arta Bogor terhadap kualitas pelayanan produk kredit pinjaman pensiun, (2) Bagaimana kinerja Bank Bumi Arta Bogor terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan tingkat kepuasan nasabah pensiunan.

Dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis tingkat kepentingan nasabah pensiunan Bank Bumi Arta Bogor terhadap kualitas pelayanan produk kredit pinjaman pensiun, (2) Menganalisis kinerja Bank Bumi Arta Bogor dalam terhadap kualitas pelayanan yang menentukan tingkat kepuasan nasabah pensiunan.

3. Kerangka Teoritis Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2010) manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan. Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Secara luas, berarti pemasaran adalah proses penciptaan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Kualitas Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), jasa adalah segala aktivitas dan berbagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak kepada pihak lain yang secara esensial jasa ini tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan atas apapun. Selanjutnya Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2011), menyatakan bahwa jasa adalah semua kegiatan ekonomi yang menghasilkan *output* tidak berupa produk fisik atau konstruksi yang secara umum dikonsumsi pada saat diproduksi dan memberi nilai tambah dalam bentuk seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.

Menurut Tjiptono (2011), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas jasa pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan, khususnya dalam dunia perbankan. Menurut Rangkuti (2008), terdapat lima kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas jasa, yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik. Pada Bank Bumi Arta kelima kriteria tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan yang dimiliki oleh petugas untuk melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan, cepat, akurat dan memuaskan, sehingga nasabah dapat mengetahui, melihat dengan jelas dan dapat memberikan penilaian terhadap proses pelayanan yang diberikan.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kemampuan untuk membantu nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Hal ini mencakup bagaimana Bank Bumi Arta Bogor dalam menanggapi keluhan nasabah mengenai pelayanan yang tidak atau kurang memuaskan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan dalam memberikan keamanan terhadap jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada nasabah, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Yaitu proses pelayanan yang diberikan oleh Bank Bumi Arta Bogor terhadap nasabah, meliputi penampilan fasilitas seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk terhadap harapan-harapannya dengan indikator sebagai berikut (Kotler dan Keller, 2009):

1. *Re-purchase*

Adalah membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.

2. Menciptakan *Word-of-Mouth*

Dalam hal ini pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.

3. *Less Attention to Competitors*

Artinya pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.

4. *Purchase of other product*

Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, artinya pelanggan akan membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009), alat-alat yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah:

1. Sistem keluhan dan saran

Keluhan dan saran yang diberikan oleh pelanggan dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping (mystery shopping)*

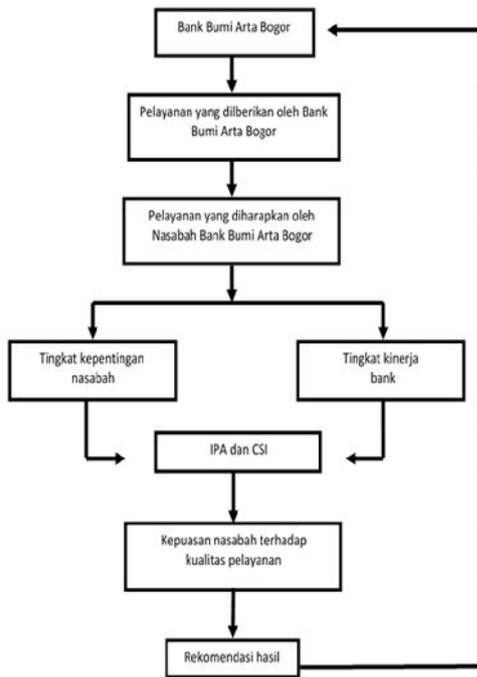
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial, yang kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari pesaing.

3. *Lost customer analysis*

Dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti menggunakan jasa perusahaan atau yang telah pindah ke perusahaan pesaing agar dapat memahami mengapa hal tersebut terjadi. Ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan dan melakukan perbaikan layanan.

4. Survei kepuasan pelanggan

Dilakukan dengan melakukan metode survei, baik melalui pos, telepon, *email*, atau wawancara langsung dengan pelanggan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

4. Analisis dan Hasil Penelitian

4.1 Data Sampel

Sampel dipilih dengan metode *non probability sampling* atau penarikan sampel secara tidak acak, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Sugiyono (2014), dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Respondennya adalah nasabah pensiunan yang mempunyai rekening kredit pinjaman pensiun di Bank Bumi Arta Bogor. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (10%)

Jumlah nasabah Bank Bumi Arta Bogor sampai dengan bulan Juli 2016 adalah sebanyak 292 nasabah, sehingga diperoleh sampel sejumlah :

$$n = \frac{292}{1 + 292(0,1)^2} = 74,48$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah responden yang menjadi sampel sebanyak 75 orang nasabah pensiunan yang mempunyai rekening pinjaman pensiun di Bank Bumi Arta Bogor. Responden/nasabah pensiunan Bank Bumi Arta Bogor dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan (57%), usia 51-60 tahun (44%), berstatus pernikahan janda/duda (55%), pekerjaan ibu rumah tangga (53%), dengan pendidikan terakhir SMA (64%).

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari kuesioner maupun wawancara langsung kepada nasabah dan kepada karyawan Bank Bumi Arta Bogor, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur, internet dan studi kepustakaan yang sesuai dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan variabel/atribut lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*). Variabel dan atribut pertanyaan dinilai dengan menggunakan kategori pengukuran lima skala likert.

Jawaban diberi skor sesuai dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan dengan menggunakan teknik analisis *importance performance analysis* (IPA) dan *customer satisfaction index* (CSI).

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan kepada semua sampel yang berjumlah 75 responden. Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang peubah yang diteliti. Untuk mengetahui valid tidaknya pertanyaan dalam kuesioner, maka harus dibandingkan dengan r tabel (taraf sig 5% = 0,227).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Quest.	Nilai r tabel	Tk. Kepentingan	Tk. Kinerja	Ket.
1	P1	0.227	0.578	0.540	Valid
2	P2	0.227	0.568	0.450	Valid
3	P3	0.227	0.492	0.375	Valid
4	P4	0.227	0.368	0.444	Valid
5	P5	0.227	0.362	0.521	Valid
6	P6	0.227	0.553	0.506	Valid
7	P7	0.227	0.545	0.419	Valid
8	P8	0.227	0.535	0.489	Valid
9	P9	0.227	0.546	0.334	Valid
10	P10	0.227	0.341	0,375	Valid
11	P11	0.227	0.532	0.409	Valid
12	P12	0.227	0.329	0.446	Valid
13	P13	0.227	0.494	0.510	Valid
14	P14	0.227	0.400	0.459	Valid
15	P15	0.227	0.564	0.414	Valid

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keandalan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jika digunakan berulang-ulang selalu menghasilkan hasil yang sama (Sugiyono, 2014). Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor pertanyaan yang valid Instrumen yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi, jika nilai koefisien yang diperoleh > 0,60 (Ghozali, 2002). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat cronbach's alpha pada kolom *cronbach's alpha if item deleted*.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Pernyataan	Cronbach Alpha	Nilai kritis Cronbach Alpha	Ket.
1	Tk. Kepentingan	0.754	0.60	Reliabel
2	Tk. Kinerja	0.710	0.60	Reliabel

Dari tabel hasil uji validitas dan reliabilitas diatas dapat dinyatakan bahwa data variabel yang terkumpul valid dan reliabel.

4.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah pensiunan Bank Bumi Arta Bogor. Metode IPA merupakan pengukuran tingkat kepentingan atribut dengan tingkat pelaksanaan kinerja dari suatu atribut. Rentang skala penilaian berguna menentukan secara pasti jawaban responden sesuai nilai skor yang diperoleh. Rentang skala dengan rumus berikut:

$$\frac{X_{ib} - X_{ik}}{\text{Banyaknyaskalapengukuran}}$$

$$= \frac{[(5.75) - (1.75)]}{5} = 60$$

Keterangan :

X_{ib} : Skor terbesar (5-1) terhadap 75 responden

X_{ik} : Skor terkecil (1-5) terhadap 75 responden

Perhitungan rata-rata kinerja \bar{X} dan kepentingan \bar{Y} seluruh nasabah.

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum Xi$ = Jumlah skor tingkat kinerja

$\sum Yi$ = Jumlah skor tingkat kepentingan

n = jumlah responden

penjabaran tiap atribut \bar{X} , \bar{Y} dalam diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran yaitu:



Gambar 2. Diagram Kartesius

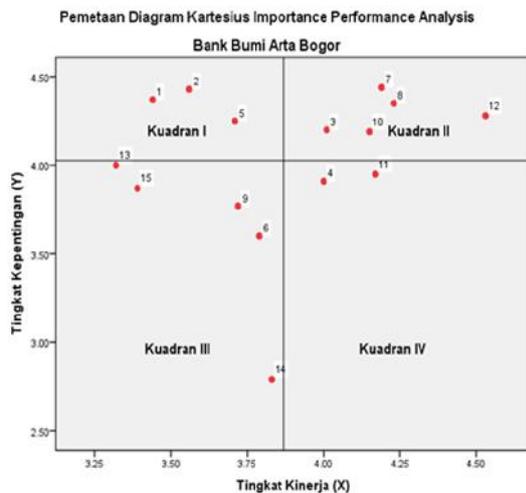
Penentuan posisi atribut-atribut yang berjumlah 15 atribut ditentukan berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut. Penentuan sumbu X sebesar 3.87 dan sumbu Y sebesar 4.03 diperoleh dari rata-rata atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Keempat kuadran menggambarkan kondisi yang berbeda satu sama lain.

Tabel keper

Tabel 3. Nilai rataan penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja

No	Atribut	Skor Rataan	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	P1	4.37	3.44
2	P2	4.43	3.56
3	P3	4.20	4.01
4	P4	3.91	4.00
5	P5	4.25	3.71
6	P6	3.60	3.79
7	P7	4.44	4.19
8	P8	4.35	4.23
9	P9	3.77	3.72
10	P10	4.19	4.15
11	P11	3.95	4.17
12	P12	4.28	4.53
13	P13	4.00	3.32
14	P14	2.79	3.83
15	P15	3.87	3.39
Rataan		4.03	3.87

Penjabaran nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut pada tabel diatas dapat dilihat pada diagram kartesius. Diagram kartesius berfungsi untuk melihat pembagian prioritas atribut mana yang harus dipertahankan, ditingkatkan dan yang berlebihan. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi dari 15 atribut kualitas pelayanan. Dalam diagram kartesius terbagi menjadi 4 kuadran, yaitukuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan).



Gambar 3. Diagram Kartesius

Keterangan atribut:

1. Proses pengajuan kredit pinjaman pensiun cepat dan mudah
2. Persyaratan dokumen dalam pengajuan kredit pinjaman pensiun tidak sulit
3. Pada saat akad kredit petugas menjelaskan secara rinci mengenai pasal-pasal yang terdapat pada surat perjanjian kredit
4. Petugas memberikan solusi terhadap keluhan dan masalah nasabah
5. Petugas cepat tanggap dalam melayani nasabah
6. Untuk pinjaman *Take Over* petugas mendampingi nasabah sampai proses pelunasan selesai
7. Kredit pinjaman pensiun diasuransikan
8. Tidak dikenakan denda dalam hal angsuran yang menunggak
9. Keamanan saat berada di Bank
10. Petugas mudah saat dihubungi
11. Memberikan bingkisan/souvenir kepada nasabah yang mengajukan kredit pinjaman pensiun
12. Petugas melayani nasabah dengan sopan ramah dan menyenangkan
13. Lokasi mudah dijangkau dan strategis
14. Karyawan berpakaian rapi
15. Tersedianya ruang tunggu yang nyaman

Letak kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja ini memungkinkan pihak bank untuk segera melakukan perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh nasabah dalam jangka waktu yang relatif dekat. Interpretasi kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kerjanya rendah. Hal ini dinilai penting bagi nasabah tetapi kinerja yang dirasakan rendah. Perusahaan perlu memprioritaskan dan meningkatkan kinerja dari atribut ini. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Proses pengajuan kredit pinjaman pensiun cepat dan mudah (1), Persyaratan dokumen dalam pengajuan kredit pinjaman pensiun tidak sulit (2), Petugas cepat tanggap dalam melayani nasabah (5).

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang berada dalam kuadran ini dinilai nasabah memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja atribut yang memuaskan. Tingkat kepuasan nasabah relatif tinggi sehingga perusahaan perlu mempertahankan atribut yang ada pada kuadran ini. Atribut yang berada dalam kuadran ini adalah: Pada saat akad kredit petugas menjelaskan secara rinci mengenai pasal-pasal yang terdapat dalam surat perjanjian kredit (3), Kredit pinjaman pensiun diasuransikan (7), Tidak dikenakan denda dalam hal angsuran yang menunggak (8), Petugas mudah saat dihubungi (10), Petugas melayani nasabah dengan sopan, ramah dan menyenangkan (12).

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang berada dalam kuadran ini dinilai oleh nasabah memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting bagi nasabah. Sehingga pada kuadran ini, peningkatan variabel perlu diperhatikan kembali karena pengaruhnya tidak terlalu besar terhadap kepuasan nasabah. Atribut yang berada dalam kuadran ini adalah: Untuk pinjaman *take over* petugas mendampingi nasabah sampai proses pelunasan selesai (6), Keamanan saat berada di bank (9), Lokasi mudah dijangkau dan strategis (13), Karyawan berpakaian rapi (14), Tersedianya ruang tunggu yang nyaman (15).

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut yang berada dalam kuadran ini dinilai nasabah terlalu berlebihan, memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut yang ada pada kuadran ini dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat menghemat biaya. Atribut yang berada dalam kuadran ini yaitu: Petugas memberikan solusi terhadap keluhan dan masalah nasabah (4), Memberikan bingkisan/souvenir kepada nasabah yang mengajukan kredit pinjaman pensiun (11).

4.4 Analisis Kesenjangan (*Gap*)

Kualitas pelayanan yang baik dapat digambarkan oleh nilai *gap* antara penilaian tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan nasabah terhadap atribut yang sama. Nilai *gap* negatif menunjukkan kualitas pelayanan suatu atribut kurang baik sehingga perlu ditingkatkan. Perhitungan nilai *gap* dilakukan pada masing-masing atribut, dengan rumus sebagai berikut:

Nilai *gap* = Tingkat Kinerja – Tingkat Kepentingan

Idealnya, nilai *gap* antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan adalah nol. Dalam kondisi demikian, tingkat kepentingan (pelayanan yang diharapkan nasabah) terhadap suatu atribut pelayanan adalah sama dengan tingkat kinerja (pelayanan yang diterima nasabah) terhadap atribut yang sama pula. Jika nilai *gap* positif, maka menunjukkan bahwa tingkat kinerja terhadap kualitas pelayanan melebihi tingkat kepentingan terhadap atribut yang sama. Semakin besar nilai negatif suatu *gap* pada suatu atribut kualitas pelayanan, maka semakin besar pula prioritas peningkatan kualitas pelayanan dari atribut pelayanan tersebut.

Tabel 4. Perhitungan analisis *gap*

No	Atribut	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	<i>Gap</i>
1	P1	3.44	4.37	-0.93
2	P2	3.56	4.43	-0.87
3	P3	4.01	4.20	-0.19
4	P4	4.00	3.91	0.09
5	P5	3.71	4.25	-0.55
6	P6	3.79	3.60	0.19
7	P7	4.19	4.44	-0.25
8	P8	4.23	4.35	-0.12
9	P9	3.72	3.77	-0.05
10	P10	4.15	4.19	-0.04
11	P11	4.17	3.95	0.23
12	P12	4.53	4.28	0.25
13	P13	3.32	4.00	-0.68
14	P14	3.83	2.79	1.04
15	P15	3.39	3.87	-0.48
		3.87	4.03	-0.16

Berdasarkan tabel perhitungan analisis gap diatas, diketahui bahwa terdapat 10 buah atribut yang memiliki nilai kesenjangan (*gap*) negatif, dan terdapat 5 atribut dengan nilai kesenjangan positif. Irawan (2010) mengatakan bahwa kemungkinan terjadinya *gap* positif sangat kecil, sebagian besar *gap* yang dihasilkan adalah negatif. Semakin kecil nilai negatifnya, maka akan semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik mempunyai *gap* lebih kecil dari -1.0. Setiap atribut yang memiliki nilai kesenjangan positif memiliki arti bahwa nasabah telah merasa puas, atau tingkat kinerja yang diberikan oleh bank telah melebihi harapan nasabah terhadap pelayanan di Bank Bumi Arta. Hal ini berarti secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh Bank Bumi Arta kepada nasabah pensiunan telah cukup memberikan kepuasan kepada nasabah yang ditunjukkan dengan nilai kesenjangan 5 atribut yang bernilai positif dan 10 atribut yang bernilai negatif (tetapi masih dibawah syarat batas tingkat kepuasan, yakni kurang dari -1.00).

4.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode *Customer Satisfaction Index* meliputi tahapan sebagai berikut:

1. Menghitung *weighting factors* (Wf)

$$Wf = \frac{Tk. Kepentingan \text{ atribut ke } i}{\sum Tk. Kepentingan} \times 100\%$$

2. Menghitung *weighting score* (WS)

$$WS = \frac{Wf \text{ atribut ke } i}{\sum Tk. Kinerja} \times 100\%$$

3. Menghitung *weighting average* (WA)
Dengan cara menjumlahkan *weighting score* (WS) semua atribut.

4. Menghitung *satisfaction index* (Si)

$$Si = \frac{\sum WS}{5 (\text{skala})} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

CSI	Tingkat Kepuasan
0,00 – 0,34	Tidak Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,81 – 1,00	Sangat Puas

Indeks kepuasan nasabah digunakan untuk menetapkan target dimasa yang akan datang. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menilai indeks kepuasan nasabah Bank Bumi Arta Bogor secara keseluruhan yang hasilnya diperoleh dari skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari semua atribut.

Berdasarkan tabel berikut diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk atribut kualitas pelayanan Bank Bumi Arta Bogor sebesar 77.49 % atau 0.7749. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan nasabah Bank Bumi Arta Bogor terhadap atribut yang dianalisis adalah puas yaitu berada pada rentang skala 0.66 - 0.80. Dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan tersebut, diharapkan manajemen Bank Bumi Arta Bogor dapat terus meningkatkan kinerjanya untuk mencapai tingkat kepuasan nasabah yang lebih dari sebelumnya.

Tabel 5. Perhitungan CSI

Atribut	Tingkat Kepentingan	Weighting Factors	Tingkat Kinerja	Weighted Score
P1	4.37	7.24	3.44	0.25
P2	4.43	7.33	3.56	0.26
P3	4.20	6.96	4.01	0.28
P4	3.91	6.47	4.00	0.26
P5	4.25	7.04	3.71	0.26
P6	3.60	5.96	3.79	0.23
P7	4.44	7.35	4.19	0.31
P8	4.35	7.20	4.23	0.30
P9	3.77	6.25	3.72	0.23
P10	4.19	6.93	4.15	0.29
P11	3.95	6.54	4.17	0.27
P12	4.28	7.09	4.53	0.32
P13	4.00	6.62	3.32	0.22
P14	2.79	4.61	3.83	0.18
P15	3.87	6.40	3.39	0.22
Total	60.39	100	58.03	
<i>Weighted Total</i>				3.87
<i>Satisfaction Index</i>				77.49

5. Simpulan dan Rekomendasi

- Kuadran I (Prioritas Utama) menunjukkan bahwa hal yang dinilai penting namun kinerjanya masih rendah yaitu; proses pengajuan kredit pinjaman pensiun cepat dan mudah (1), persyaratan dokumen dalam pengajuan kredit pinjaman pensiun tidak sulit (2), dan petugas cepat tanggap dalam melayani nasabah (5).

- Kuadran II (Pertahankan Prestasi) menunjukkan bahwa hal yang dinilai penting dan kinerjanya sudah sesuai dan sudah memenuhi harapan nasabah yaitu; pada saat akad kredit petugas menjelaskan secara rinci mengenai pasal – pasal yang terdapat dalam surat perjanjian kredit (3), kredit pinjaman pensiun diasuransikan (7), tidak dikenakan denda dalam hal angsuran yang menunggak (8), petugas mudah saat dihubungi (10), dan petugas melayani nasabah dengan sopan, ramah dan menyenangkan (12).
- Kuadran III (Prioritas Rendah) menunjukkan bahwa hal yang dinilai kurang penting dan kinerjanya tidak terlalu baik yaitu; untuk pinjaman *take over* petugas mendampingi nasabah sampai proses pelunasan selesai (6), keamanan saat berada di bank (9), lokasi mudah dijangkau dan strategis (13), karyawan berpakaian rapi (14), dan tersedianya ruang tunggu yang nyaman (15).
- Kuadran IV (Berlebihan) menunjukkan bahwa hal yang dinilai kurang penting dan kinerjanya dinilai berlebihan yaitu; petugas memberikan solusi terhadap keluhan dan masalah nasabah (4) dan memberikan bingkisan/souvenir kepada nasabah yang mengajukan kredit pinjaman pensiun (11).

Berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index* disimpulkan bahwa nasabah puas dengan kinerja pelayanan Bank Bumi Arta Bogor.

Saran yang dapat direkomendasikan terkait dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah:

1. Karyawan hendaknya lebih memperhatikan setiap nasabah dan calon nasabahnya dengan memberikan informasi secara rinci dan jelas mengenai semua persyaratan yang dibutuhkan untuk mengajukan kredit pinjaman pensiun agar pelaksanaannya dapat memenuhi harapan nasabah, karena nasabah menginginkan proses yang cepat untuk pencairan kreditnya.
2. Karyawan dan marketing dapat lebih cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, karena nasabah mempunyai karakter yang berbeda-beda, untuk itu karyawan dan marketing dapat melakukan pendekatan personal kepada setiap nasabah maupun calon nasabah.
3. Pihak manajemen Bank Bumi Arta diharapkan dapat menambah SDM agar kegiatan pelayanan terhadap nasabah dapat lebih optimal dan karyawan bisa fokus dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Akan sulit kiranya jika karyawan menangani bagian tabungan pensiun dan operasional pensiun secara bersamaan, tidak fokus dan akan membuat pelayanan lebih lama serta tidak memuaskan nasabah. Pihak manajemen juga dapat mengadakan pelatihan dan sosialisasi untuk menambah pengetahuan karyawan dan melakukan monitoring/evaluasi dengan melakukan rapat rutin dengan bagian terkait guna mengetahui perkembangan dari pelayanan yang diberikan. Hal ini diperlukan untuk menunjang pelayanan nasabah agar terciptanya kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghazali, I. (2010). Aplikasi Analisis Mutivariante dengan program SPSS. Semarang: Penerbit UNDIP
- Irawan, H. (2010). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media
- Kotler, P, & Armstrong G. (2012). *Principle of Marketing, Fourteenth Edition*. Pearson Education Limited, England
- Kotler, P, & Armstrong G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P, & Keller KL. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P, & Keller KL. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P, & Keller KL. (2014). *Marketing Management Fourteenth Edition*. Pearson Education, Inc
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Rangkuti, F. (2008). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit Gramedia
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Penerbit Bayumedia

STRATEGI OPERASIONAL BISNIS KONSULTAN DI JAKARTA UNTUK MERAHAIH PELUANG YANG LEBIH BAIK

Muhammad Aziz Winardi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: aziz.winardi@gmail.com

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisa Faktor-faktor Penyebab Menurunnya Kemampuan Perusahaan dalam memperoleh Paket-paket Pekerjaan (proyek-proyek). Metode pengambilan data dengan wawancara dan pengisian kuesioner. Perangkat atau Alat Analitis Strategi (*Strategy Tools*) yang digunakan meliputi: Matriks EFE (*External Evaluation Factor*), Matriks IFE (*Internal Evaluation Factor*), Matriks CP (*Competitive Profile*), Matriks TOWS (*Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths*), Matriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*), Matriks BCG (*Boston Consulting Group*), Matriks IE (*Internal-External*), Matriks GS (*Grand Strategy*), dan Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*). Hasil analisis dari *Strategy Tools* tersebut berupa Rencana Strategis Operasional Perusahaan, yaitu: Melakukan Penetrasi Pasar, Pengembangan Jasa Konsultansi, Penciutan Biaya (*Retrenchment*) dan Usaha Patungan (*Joint Venture*).

Kata kunci: Penetrasi Pasar, Pengembangan Jasa Konsultansi, *Retrenchment*, dan *Joint Venture*.

Abstract

This study aims to analyze the cause factors of ability decreased of the company to obtain of work packages (projects). Methods of data collection are interviews and questionnaires. Tools of strategy used include: matrix of external factor evaluation (efe), matrix of internal factor evaluation (ife), matrix of competitive profile (cp), matrix of threats-opportunities-weaknesses-strengths (tows), matrix of strategic position and action evaluation (space), matrix of boston consulting group (bcg), matrix internal-external (ie), matrix of grand strategy (gs), matrix of quantitative strategic planning (qsp). The results of the analysis of the operational strategy of business consultants as follows: conducting market penetration, development of consultancy services, retrenchment and joint venture.

Keywords: Market Penetration, Development Of Consultancy Services, Retrenchment, And The Joint Venture.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jasa Konsultansi adalah jasa layanan profesional yang membutuhkan keahlian tertentu diberbagai bidang keilmuan yang mengutamakan adanya olah pikir (*brainware*).

Hasil atau produk dari jasa konsultansi biasanya tidaklah nyata berbentuk sebuah benda, namun bersifat "*intangible*". Hasil suatu proses konsultansi misalnya dalam meningkatkan efisiensi produksi suatu produk, maka suksesnya suatu proses konsultansi adalah meningkatkan efisiensi produk yang dihasilkan atau meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Seperti yang dipaparkan dalam definisi konsultansi diatas, maka konsultansi ini merupakan suatu proses olah pikir yang berupa pemberian alternatif suatu solusi, pemberian ide-ide baru terhadap suatu proses atau produk, proses transfer pengetahuan misalnya dengan mengadakan pelatihan terhadap penerapan sistem atau teknologi baru, dan sebagainya.

Menurut data dari Ikatan Nasional Konsultan Indonesia (Inkindo) bahwa di Indonesia terdapat 6.500 perusahaan Jasa Konsultan Lokal yang tersebar di 33 Provinsi dan 75 perusahaan Jasa Konsultan Asing berasal dari 14 negara, antara lain: Amerika Serikat, Inggris, Perancis, Belanda dan Jepang. Adapun, spesifikasinya meliputi perusahaan jasa konsultasi manajemen, komputer dan teknologi informasi, investasi, keuangan, teknologi, pemasaran, perdagangan serta jasa konsultasi pertambangan.

Pertumbuhan Perekonomian Indonesia pada tahun 2012 masih akan bergerak positif ditengah ketidakpastian ekonomi global, dengan tetap tumbuh diatas 6% dengan kisarannya sekitar 6,3% - 6,7%.

Sementara itu, pertumbuhan pada sektor konstruksi diproyeksikan dapat mencapai 10% - 15% seiring dengan program Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) dari Pemerintah hingga Tahun 2025, yang dimana saat ini pertumbuhan sektor konstruksi kisarannya mencapai 6% - 7%, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Laju Pertumbuhan PDB per-Sektor Kuartal II Tahun 2012

No	Sektor	Pertumbuhan
1	Pertanian	+ 4,3 %
2	Pertambangan	+ 3,1 %
3	Industri Pengolahan	+ 5,4 %
4	Listrik, Gas & Air Bersih	+ 5,9 %
5	Konstruksi	+ 7,3 %
6	Perdagangan, Hotel & Restoran	+ 8,9 %
7	Pengangkutan & Komunikasi	+ 10,1 %
8	Keuangan, Real Estat & Jasa Perusahaan	+ 7,0 %
9	Jasa-Jasa	+ 5,7 %

Sumber: BPS, (keterangan: dibandingkan dengan Kuartal II Tahun 2011)

Saat ini Perusahaan bergerak pada jasa konsultansi teknis, dimana ruang lingkupnya bekerja dalam suatu riset pembangunan (*construction research*), seperti dimulai dari membuat kajian atau studi kelayakan (*feasibility study*) ataupun rencana induk (*master plan*), sampai pada tahap akhir, yaitu menyusun laporan akhir (*final report*) untuk dijadikan acuan bagi pemberi kerja (*owner*) ataupun pelaksana (kontraktor).

Berikut adalah tabel dari perolehan jumlah paket pekerjaan yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan dalam beberapa kurun tahun terakhir, sebagai berikut :

Tabel 2 Perolehan Jumlah Paket Pekerjaan per-Tahun

No	Tahun	Perolehan Jumlah Paket Pekerjaan (Proyek yang Selesai)
1	2006	2
2	2007	4
3	2008	5
4	2009	8
5	2010	5
6	2011	5
7	2012	2

Sumber: Data Interen Perusahaan

Dilihat dari tabel diatas bahwa pada tahun 2012 telah terjadi penurunan perolehan sejumlah proyek pekerjaan, sehingga hal tersebut yang menjadi landasan untuk melakukan studi untuk membuat karya akhir ini. Kemudian akan dilakukan analisis berdasarkan data-data yang terkait dengan menggunakan metodologi atau *tools* manajemen strategi, sehingga nantinya memberikan solusi yang terbaik, dan diharapkan untuk tahun berikutnya Perusahaan dapat memperoleh paket pekerjaan (proyek) yang lebih meningkat lagi.

Untuk kedepannya prospek peluang jasa konsultansi pada sektor konstruksi masih terbuka lebar, karena terkait dengan program MP3EI dari pemerintah yang cukup berpotensi meningkatkan sektor konstruksi mencapai 10% - 15% hingga Tahun 2025.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh proyek pekerjaan.
- Untuk menyusun rencana operasional bisnis ke depannya, agar perusahaan mampu memperoleh paket-paket pekerjaan (proyek-proyek) yang lebih meningkat lagi.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Strategi Generik Menurut David

Menurut David, pada prinsipnya strategi generik dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu: (a) Strategi Integrasi Vertikal, (b) Strategi Intensif, (c) Strategi Diversifikasi, dan (d) Strategy Bertahan.

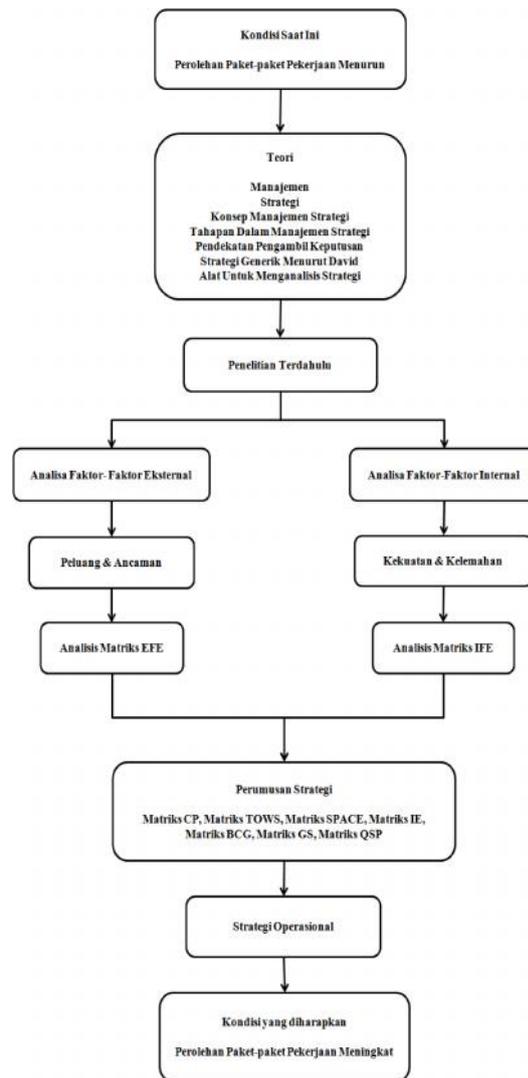
Tabel 3 Strategi Menurut David

Strategi Generik	Strategi Utama
Strategi Integrasi Vertikal (<i>Vertical Integration Strategy</i>)	Strategi Integrasi ke Depan (<i>Forward Integration Strategy</i>) Strategi Integrasi ke Belakang (<i>Backward Integration Strategy</i>) Strategi Integrasi Horizontal (<i>Horizontal Integration Strategy</i>)
Strategi Intensif (<i>Intensive Strategy</i>)	Strategi Pengembangan Pasar (<i>Market Development Strategy</i>) Strategi Pengembangan Produk (<i>Product Development Strategy</i>) Strategi Penetrasi Pasar (<i>Market Penetration Strategy</i>)
Strategi Diversifikasi (<i>Diversification Strategy</i>)	Strategi Diversifikasi Konsentrik (<i>Concentric Divers. Strategy</i>) Strategi Diversifikasi Konglomerat (<i>Conglomerate Divers. Strategy</i>) Strategi Diversifikasi Horizontal (<i>Horizontal Divers. Strategy</i>)
Strategi Bertahan (<i>Defensive Strategy</i>)	Strategi Usaha Patungan (<i>Joint Venture Strategy</i>) Strategi Penciutan Biaya (<i>Retrenchment Strategy</i>) Strategi Penciutan Usaha (<i>Divestiture Strategy</i>) Strategi Likuidasi (<i>Liquidation Strategy</i>)

2.2 Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Hasil Penelitian
Abbasi, Vahdani, et al. (2013)	Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi keuangan perusahaan, dengan menggunakan Matriks EFE, Matrik IFE, Matriks SWOT, dan QSPM. Hasil dari penelitian adalah untuk mengetahui Strategi yang tepat untuk Perusahaan.
David EM, David FR, and David FR, (2009)	Penelitian ini menggunakan QSPM untuk merumuskan strategi. Toko Retail Komputer menggunakan QSPM untuk mengetahui manfaat dan batasan-batasan penting rencana strategi yang dibahas.
Daniel, (2013)	Hasil dari penelitian bahwa strategi perusahaan PT XYZ masih bisa mengantisipasi perubahan kondisi eksternal dan internal dengan baik. Perusahaan menerapkan Strategi Integrasi ke Belakang (<i>Backward Integration Strategy</i>) dan Strategi Penetrasi Pasar (<i>Market Penetration Strategy</i>)
Djatnika, (2009)	Dari hasil penelitian bahwa perusahaan menjalankan Strategi Perbaikan Internal yaitu dengan menjalankam Strategi CRM (<i>Customer Relationship Manager</i>) dan menjalankan SDM berbasis kompetensi.
Puspitasari NB, Rumita R, dan Pratama GY, (2013)	Penelitian ini membahas penurunan penjualan gerabah pada Industri Gerabah Kasongan, Yogyakarta. Metode penelitian adalah analisis lingkungan eksternal dan internal, analisis SWOT, matriks QSPM, dan model MAUT. Hasil penelitian adalah agar Industri Gerabah Kasongan melakukan strategi pengembangan produk dan penetrasi pasar.
Shojaee, Taheri, and Mighani, (2010)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran strategi agresif. Dari matriks QSPM dikonfirmasi bahwa strategi peningkatan dalam pangsa pasar internasional memiliki skor yang tertinggi, sehingga menjadi prioritas utama, sedangkan model MAUT memiliki hasil yang sedikit berbeda dengan matriks QSPM.
Torlak and Sanal, (2007)	Penelitian ini menggunakan kerangka Rumusan Fred David dalam proses manajemen strategi. Studi kasus pada Turkish Airline yang menerapkan kerangka strategi David untuk mengoperasikannya, serta merekomendasikan strategi yang paling tepat untuk Perusahaan tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran

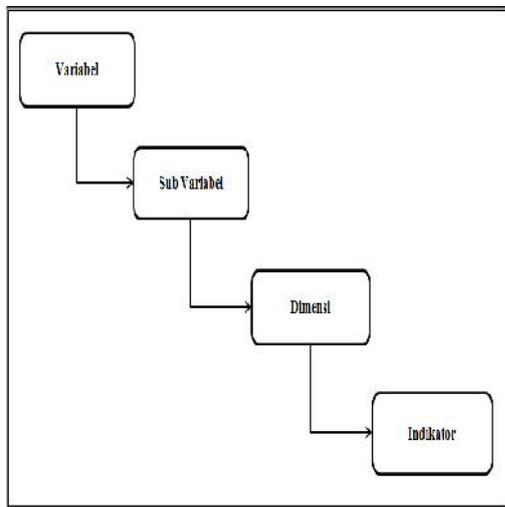


3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif, untuk mengumpulkan informasi mengenai fenomena yang ada saat penelitian dilakukan.

3.2 Variabel Penelitian



Gambar (i) Skema Variabel dan Turunannya

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan pengisian kuesioner yang dilakukan pada bulan September 2013. Wawancara dilakukan langsung kepada narasumber atau responden, sedangkan kuesioner adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan pada sebuah lembaran kertas atau diktat yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh penulis.

3.4 Populasi dan Sampel

Sampel diperoleh dari responden atau nara sumber yang diminta opini atau pendapatnya dengan lisan melalui wawancara serta dengan tulisan melalui pengisian kuesioner.

Responden yang dimaksud adalah sumber daya manusia yang beraktifitas pada perusahaan yang dimaksud serta masuk ke dalam struktur organisasi perusahaan.

3.5 Teknik Analisis Data

No	Tahapan	Strategy Tools
1	Tahap Masukan (The Input Stage)	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>), Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>), & Matriks CP (<i>Competitive Profile</i>)
2.	Tahap Pencocokan (The Matching Stage)	Matriks TOWS (<i>Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths</i>), Matriks SPACE (<i>Strategic Position and Action Evaluation</i>), Matriks BCG (<i>Boston Consulting Group</i>), Matriks IE (<i>Internal-External</i>), & Matriks GS (<i>Grand Strategy</i>)
3.	Tahap Keputusan (The Decision Stage)	Matriks QSP (<i>Quantitative Strategic Planning</i>)

Sumber: Konsep Fred R. David

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Tabel 4 Matriks EFE

Point	Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (<i>Opportunities</i>)			
a.	Adanya <i>Billing Rate</i> pendapatan terjamin sesuai dengan tingkat kemampuan Tenaga Ahli	0,07	3	0,22
b.	Pembangunan di berbagai sektor bergerak naik dan beberapa sektor tersebut memerlukan keterlibatan Konsultan	0,11	2	0,21
c.	Dengan profesionalisme yang baik maka akan meningkatkan etos kerja	0,11	3	0,32
d.	Dengan adanya Program MP3EI maka semakin banyak tersedianya Proyek dari Pemerintah	0,14	3	0,42
e.	Dengan adanya <i>Grade</i> Konsultan merupakan peluang bisnis untuk memperoleh proyek melalui tender	0,07	3	0,22
	Ancaman (<i>Threats</i>)			
a.	Tenaga Ahli Perusahaan belum menjadi Anggota LPJK	0,07	2	0,13
b.	Birokrasi Sulit dan Tidak Transparan	0,10	3	0,30
c.	Untuk mendapatkan suatu proyek biasanya memberikan persentase dari nilai proyek	0,10	2	0,20
d.	Nepotisme dapat mempengaruhi perolehan pekerjaan (proyek)	0,13	3	0,40
e.	Persaingan untuk mendapatkan suatu proyek dengan penawaran biaya terendah	0,11	2	0,22
	Total	1,00		2,65

Sumber: Hasil Penelitian

Point	Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
a.	Terdaftar dalam <i>shortlist</i> rekanan kerja	0,14	3	0,42
b.	Interaksi dengan <i>owner</i> secara berkesinambungan	0,22	3	0,67
c.	Dedikasi karyawan yang cukup baik	0,08	3	0,25
d.	Memiliki SDM yang handal dibidang LPSE (<i>e-procurement</i>) untuk memperoleh pekerjaan	0,06	2	0,11
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
a.	Metode promosi belum baik	0,05	2	0,10
b.	Perencanaan <i>business plan</i> kurang optimal	0,12	2	0,23
c.	Neraca perusahaan tidak berimbang	0,10	1	0,10
d.	Operasional belum berdasarkan <i>business plan</i>	0,12	2	0,23
e.	Belum didukung oleh Tenaga Ahli yang cukup	0,12	2	0,23
	Total	1,00		2,35

Sumber: Hasil Penelitian

Jumlah Total Matriks IFE = 2,35 ; yang artinya bahwa Perusahaan menunjukkan posisi internal yang lemah.

4.1.3 Matriks CP

Matriks CP (*Competitive Profile*) membandingkan perusahaan dengan para pesaing dengan cara membandingkan Faktor-faktor Kunci sukses (*Critical Success Factors*), seperti pada tabel berikut:

Tabel 6 Matriks CP

Point	Critical Success Factors	Weight	PT XYZ		PT DA		PT TP	
			Rating	WR	Rating	WR	Rating	WR
a	Market Share	0,03	2	0,07	2	0,07	3	0,10
b	Kinerja Keuangan	0,23	2	0,47	2	0,47	2	0,47
c	Grade Perusahaan	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
d	Dukungan Tenaga Ahli	0,33	2	0,57	2	0,67	2	0,67
e	Kualitas Jasa Konsultansi	0,30	2	0,50	3	0,90	2	0,60
	Total Weighted Score	1,00		2,00		2,30		2,03

Sumber: Hasil Penelitian

Dari Analisis Persaingan dengan Matriks CP diketahui bahwa:

- PT DA memiliki Kualitas Jasa Konsultansi yang baik dibandingkan dengan PT XYZ
- PT TP memiliki *Market Share* yang kuat dibandingkan dengan PT XYZ

Berarti bahwa Perusahaan (PT XYZ) memiliki Kualitas Jasa Konsultansi dan *Market Share* yang lemah.

4.1.4 Matriks TOWS

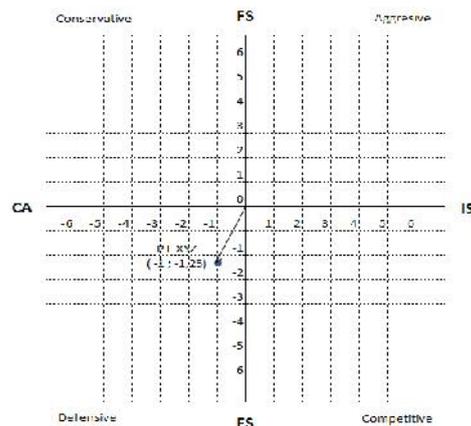
Matriks TOWS (*Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths*) adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana Peluang dan Ancaman yg dihadapi perusahaan yang disesuaikan dengan Kekuatan dan Kelemahan perusahaan.

Tabel 7 Matriks TOWS

	<p><i>Strength (S) / Kekuatan</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdaftar dalam <i>shortlist</i> rekanan kerja 2. Interaksi dengan <i>owner</i> secara berkesinambungan 3. Dedikasi karyawan yang cukup baik 4. Memiliki SDM yang handal di bidang LPSE (<i>e-procurement</i>) untuk memperoleh pekerjaan secara elektronik 	<p><i>Weaknesses (W) / Kelemahan</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metode Promosi belum baik 2. Perencanaan <i>Business Plan</i> kurang optimal 3. Neraca Perusahaan tidak berimbang 4. Operasional belum berdasarkan <i>Business Plan</i> 5. Belum didukung oleh Tenaga Ahli yang cukup
<p><i>Opportunities (O) / Peluang</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya <i>Billing Rate</i> pendapatan terjamin sesuai dengan tingkat kemampuan Tenaga Ahli 2. Pembangunan diberbagai sektor bergerak naik dan beberapa sektor tersebut memerlukan keterlibatan konsultan 3. Dengan profesionalisme yang baik akan meningkatkan etos kerja 4. Dengan adanya Program MP3EI maka semakin banyak tersedianya proyek-proyek dari Pemerintah 5. Perlu <i>grade</i> konsultan untuk memperoleh proyek melalui tender 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan interaksi terhadap <i>owner</i> secara berkesinambungan diharapkan dapat memperoleh paket pekerjaan (proyek) yang lebih baik (S2,O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan tersedianya proyek-proyek dari Pemerintah diharapkan perencanaan <i>business plan</i> akan optimal (W2, O4) 2. Dengan tersedianya proyek-proyek dari Pemerintah diharapkan akan memiliki Tenaga Ahli yang cukup (W5,O4)
<p><i>Threats (T) / Ancaman</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga Ahli Perusahaan belum menjadi Anggota LPJK 2. Birokrasi sulit dan tidak transparan 3. Untuk mendapatkan suatu proyek biasanya memberikan persentase dari nilai proyek 4. Nepotisme dapat mempengaruhi perolehan pekerjaan (proyek) 5. Persaingan untuk mendapatkan proyek dengan penawaran biaya terendah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan interaksi yang berkesinambungan dengan <i>owner</i> maka diharapkan nepotisme dapat dihindari (S2, T4) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agar perencanaan <i>business plan</i> bisa optimal sebaiknya menghindari nepotisme (W2, T4) 2. Agar operasional bisnis plan bisa optimal sebaiknya menghindari nepotisme (W4, T4)

4.1.5 Matriks SPACE

Matriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*) digunakan untuk memetakan kondisi perusahaan dengan model yang dipresentasikan menggunakan diagram cartesius yang terdiri atas empat kuadran dengan skala kuadran yang sama.



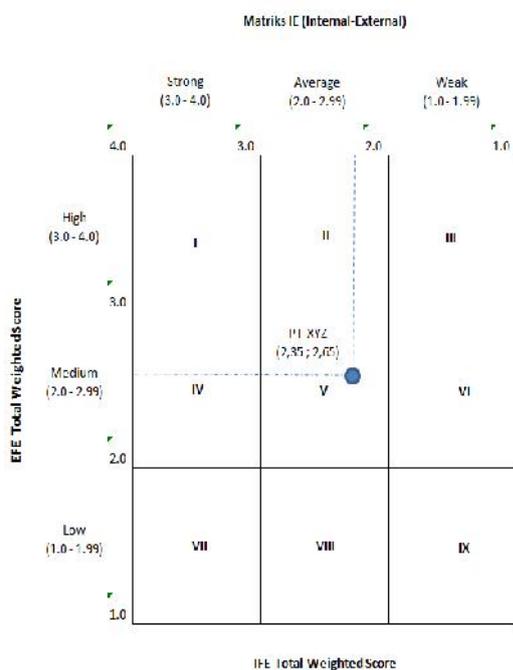
Sumber: Hasil Penelitian

Gambar (ii) Koordinat Matriks SPACE

Dari analisis Matriks SPACE, bahwa arah vektor $(-1 ; -1,25)$ terletak pada kiri bawah atau Kuadran Defensif dari Matriks SPACE, yang mengindikasikan bahwa Perusahaan bermasalah secara finansial di dalam bisnis yang tidak stabil, dimana sebaiknya Perusahaan melakukan strategi: Penciutan, Divestasi atau Likuidasi.

4.1.6 Matriks IE

Matriks IE (*Internal-External*) matriks yang menggunakan parameter Kekuatan Internal perusahaan dan Pengaruh Eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail.



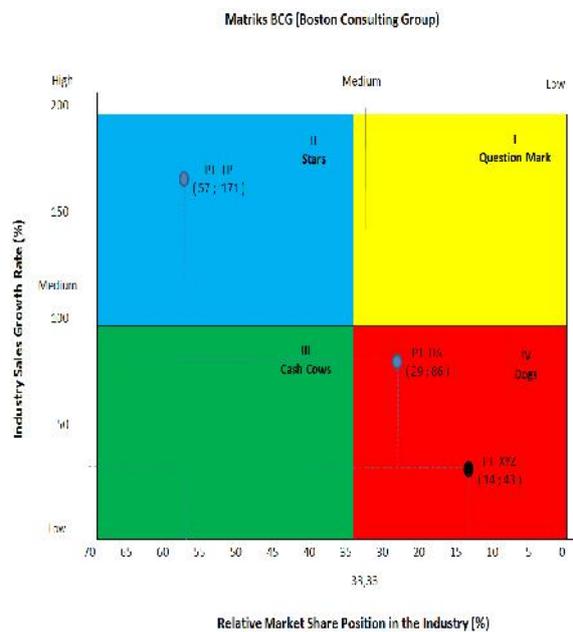
Sumber: Hasil Penelitian

Gambar (iii) Koordinat Matriks IE

Dari analisis Matriks IE, bahwa perusahaan berada pada koordinat (2,35 ; 2,65) di Kuadran V, yaitu: Jaga dan Pertahankan (*Hold and Maintain*), dimana sebaiknya Perusahaan melakukan strategi alternatif yaitu: Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk (Pengembangan Jasa Konsultansi).

4.1.7 Matriks BCG

Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) adalah Perangkat analitis perumusan strategi yang secara grafis menggambarkan Posisi Pangsa Pasar Relatif (*Relative Market Share*) pada Sumbu X dan Tingkat Pertumbuhan Industri (*Industry Growth Rate*) pada Sumbu Y.



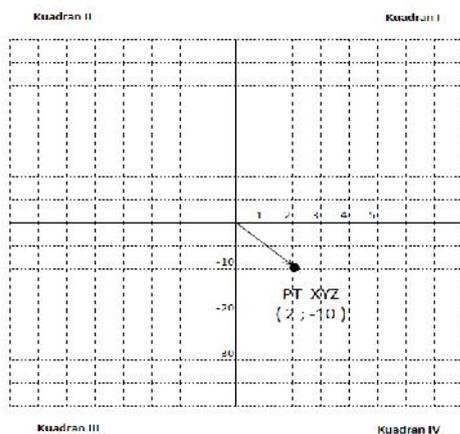
Sumber: Hasil Penelitian

Gambar (iv) Koordinat Matriks BCG

Dari analisis Matriks BCG, bahwa Perusahaan berada pada koordinat (14 ; 43) di Kuadran IV (*Dogs*), berarti bahwa perusahaan memiliki posisi internal dan eksternal perusahaan yang lemah, sehingga sebaiknya melakukan strategi alternatif, dimana terdapat beberapa strategi alternatif, yaitu: Penciutan, Diversifikasi, atau Likuidasi. Namun menurut David, bila perusahaan berada pada posisi ini, strategi yang terbaik untuk dijalankan adalah Penciutan (*Retrenchment*).

4.1.8 Matriks GS

Matriks GS (*Grand Strategy*) adalah Perangkat analitis perumusan strategi yang merumuskan strategi alternatif. Semua organisasi dapat diposisikan pada salah satu dari 4 (empat) Kuadran Matriks *Grand strategy*.



Sumber: Hasil Penelitian

Gambar (v) Koordinat Matriks GS

Dari analisis Matriks GS, bahwa perusahaan berada pada koordinat (2 ; -10) di Kuadran IV, berarti bahwa perusahaan memiliki tingkat arus kas yang tinggi dan kebutuhan pertumbuhan internal yang terbatas. Pada kasus ini strategi yang terbaik adalah Usaha Patungan (*Joint Venture*).

4.1.9 Matriks QSP

Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*) adalah Perangkat analitis perumusan strategi yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan Faktor-faktor Kunci Sukses (*Key Success Factors*) baik faktor Eksternal dan faktor Internal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Pada tahapan *Decision Stage* atau Matriks QSP untuk alternatif strateginya menggunakan Strategi Generik David (Tabel III.1), yaitu: Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*), Diversifikasi (*Diversification Strategy*), dan Intensif (*Intensive Strategy*).

Dari analisis Matriks QSP, bahwa terdapat 3 (tiga) strategi alternatif, yaitu: Strategi Bertahan, Strategi Diversifikasi, dan Strategi Intensif. Dari ketiga strategi alternatif tersebut yang memiliki skor tertinggi adalah Strategi Bertahan dengan nilai *Total Attractive Score* (TAS) = (6,161).

Tabel 8 Matriks QSP

Point	Critical Success Factor	Strategi I		Strategi II		Strategi III		
		Bertahan		Diversifikasi		Intensif		
		(AS)	(TAS)	(AS)	(TAS)	(AS)	(TAS)	
Peluang (Opportunities)								
a	Dengan adanya Billing Rate pendapatan terjamin sesuai dengan tingkat Kemampuan Tenaga Ahli Pemangku di berbagai sektor bergerak naik dan beberapa sektor tersebut memerlukan keterlibatan Konsultan	0,07	4	0,288	3	0,216	2	0,144
b	Dengan profesionalisme yang baik maka akan meningkatkan etos kerja Dengan adanya Program WPCI maka semakin banyak tersedianya Proyek dari Pemerintah	0,11	3	0,318	3	0,313	3	0,313
c	Dengan adanya gradasi konsultan merupakan peluang bisnis untuk memperlancar proyek melalui tender	0,11	3	0,324	3	0,324	3	0,324
d		0,14	4	0,564	3	0,423	3	0,423
e		0,07	3	0,222	3	0,222	2	0,243
Anomali (Threats)								
a	Indegi Ahli Perusahaan belum menjadi Anggota LPIK	0,07	3	0,201	3	0,201	2	0,244
b	Birokrasi Sulit dan Tidak Transparan Untuk mendapatkan suatu proyek biasanya memberikan persentase dari nilai proyek	0,10	2	0,200	3	0,300	2	0,200
c	Nepotisme dapat mempengaruhi perolehan pekerjaan (proyek)	0,10	3	0,300	2	0,200	2	0,200
d	Persaingan untuk mendapatkan suatu proyek dengan penawaran biaya terendah	0,13	2	0,266	3	0,339	2	0,266
e		0,11	2	0,220	2	0,220	2	0,220
Kekuatan (Strengths)								
a	Terdapat dalam struktur pekerjaan kerja Interaksi dengan owner secara berkesinambungan	0,14	4	0,556	3	0,417	3	0,417
b	Devikasi karyawan yang cukup baik Memiliki SDM yang handal di bidang PSP untuk pekerjaan secara elektronik	0,07	4	0,288	3	0,216	3	0,165
c		0,09	3	0,249	3	0,249	2	0,165
d		0,05	2	0,117	3	0,168	2	0,117
Kelemahan (Weaknesses)								
a	Metode Promosi belum baik Perencanaan Business Plan kurang optimal	0,05	4	0,200	3	0,150	2	0,100
b		0,12	3	0,351	3	0,351	2	0,234
c	Neraca Perusahaan tidak berimbang Operasional belum beresiskan Business Plan	0,10	2	0,200	2	0,200	2	0,200
d		0,12	3	0,351	3	0,351	2	0,234
e	belum didukung oleh tenaga yang cukup	0,12	3	0,351	3	0,351	2	0,234
TOTAL				6,161		5,726		4,740
Peringkat				I		II		III

Sumber: Hasil Penelitian

4.1.10 Rekapitulasi dari Strategy Tools

Tabel 9 Resume Rencana Strategis

No.	Strategy Tools	Rencana Strategis
1	Matriks TOWS	a. Penetrasi Pasar: Dengan memanfaatkan pangsa pasar (<i>market share</i>) yang ada untuk mendapatkan proyek-proyek yang nilainya lebih tinggi
2	Matriks IE	b. Pengembangan Jasa Konsultan: Dengan melakukan perencanaan ulang <i>Business Plan</i> terkait dengan proyek-proyek yang akan diperoleh
3	Matriks SPACE	- <i>Retrenchment</i>
4	Matriks BCG	- <i>Retrenchment</i>
5	Matriks GS	- <i>Joint Venture</i>
6	Matriks QSP	- <i>Joint Venture</i> - <i>Retrenchment</i>

Sumber: Hasil Penelitian

4.2. Pembahasan

4.2.1 Faktor-faktor Penyebab Menurunnya Kemampuan Perusahaan

Dari analisis data sebelumnya yang menjadi faktor penyebab menurunnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh paket-paket pekerjaan (proyek-proyek), adalah sebagai berikut:

- Business Plan* tidak optimal
- Kebutuhan jumlah Tenaga Ahli tidak sesuai atau relevan
- Financial Plan* bermasalah sehingga *Cash Flow* menjadi tinggi

4.2.2 Strategi Operasional Bisnis Konsultan

Dari hasil analisis data sebelumnya, maka Strategi Operasional Bisnis Perusahaan untuk meraih paket-paket pekerjaan (proyek-proyek) yang lebih baik, adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Strategi Operasional Konsultan

No	Strategi Operasional Bisnis Konsultan	Person in Charge
1	Penetrasi Pasar	Direktur Bisnis
2	Pengembangan Jasa Konsultansi Perencanaan Ulang Business Plan Sumber Daya Manusia Perencanaan Ulang Business Plan Keuangan Pelaksanaan Pelatihan Karyawan Penyusunan Rencana Keuangan Efektif Pembuatan Kontrak Kerja kepada Tenaga Ahli Menaikkan Level Perusahaan	Direktur Pengembangan Bisnis Direktur Pengembangan Bisnis Corporate Secretary Direktur Keuangan Corporate Legal Corporate Legal
3	Strategi Penciutan Biaya Pengetatan terhadap biaya-biaya Operasional Penghematan dengan Skala Prioritas	Direktur Keuangan & Direktur Operasional
4	Strategi Usaha Patungan Kerja Sama Operasional Joint Venture	Direktur Operasional

Sumber: Hasil Penelitian

4.2.3. Kelebihan dan Kekurangan Penelitian

Kelebihan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Menerapkan konsep formulasi strategi Fred R. David yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu: The input Stage, The Matching Stage, dan The Decision Stage.
- Memiliki variabel yang terstruktur secara hirarki sebagai sumber data yang terdiri dari: Variabel, Sub-Variabel, Dimensi, dan Indikator.
- Menggunakan teknik pengumpulan data dengan pengisian kuesioner dan wawancara.

- Kekurangan dari Penelitian ini adalah:
- a. Kemungkinan kecil masih terdapat kesalahan dalam pengambilan keputusan intuitif-emosional dalam pengisian kuesioner untuk penentuan *Attractive Score* (AS) pada Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*).
 - b. Tidak menggunakan teknik pengumpulan data dengan *Focus Group Discussion*.

- b. Pengembangan Jasa konsultasi dengan meningkatkan kualitas Jasa Konsultansi.
- c. Penciutan Biaya (*Retrenchment*), yaitu melakukan pengetatan terhadap biaya-biaya operasional secara komprehensif sehingga penggunaan anggaran dapat menjadi efektif dan efisien.
- d. Penggabungan Usaha (*Joint Venture*), yaitu melakukan konsorsium bersama perusahaan lain yang sejenis dengan maksud untuk memperkuat tenaga ahli, aset perusahaan, dan dana untuk pelaksanaan suatu proyek.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor penyebab menurunnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh paket-paket pekerjaan (proyek-proyek), adalah:
 - a. *Business Plan* tidak optimal, karena belum terlaksana dengan baik seperti dalam perencanaan sumber daya manusia untuk kebutuhan proyek dan perencanaan keuangan dalam pelaksanaan proyek.
 - b. Kebutuhan Tenaga Ahli yang tidak sesuai atau relevan, karena tenaga ahli tidak direncanakan secara cermat dan tidak adanya ikatan kontrak yang jelas, sehingga sangat mempengaruhi dedikasinya kepada perusahaan.
 - c. Pengelolaan keuangan yang tidak terlaksana dengan baik, sehingga berakibat neraca perusahaan tidak berimbang dan menyebabkan arus kas tidak terkendali.
2. Strategi Operasional Bisnis Konsultan yang dijalankan untuk meraih peluang yang lebih baik guna memperoleh paket-paket pekerjaan, adalah:
 - a. Penetrasi Pasar, yaitu dengan pemanfaatan pangsa pasar yang sudah ada.

5.2 Saran

1. Untuk Perusahaan:
 - a. Membentuk tim marketing yang lebih solid untuk melakukan promosi perusahaan kepada si pemberi kerja (*owner*).
 - b. Menyusun perencanaan keuangan yang jelas, yaitu: (1) Pengeluaran Jangka Pendek (*short term/operating expenditures*), (2) Pengeluaran Jangka Panjang (*long term/capital expenditures*), (3) Sumber Dana Jangka Pendek, dan (4) Sumber Dana Jangka Panjang.
 - c. Menambah atau memperbaharui fasilitas-fasilitas yang sangat mendukung operasional perusahaan, seperti: Komputer, Printer atau mesin Fotocopy.
 - d. Memberikan insentif atau bonus kepada karyawan yang berprestasi.
2. Untuk Penelitian lebih lanjut, selain penggunaan Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*) dapat juga ditambahkan dengan menggunakan Model MAUT (*Multi Attribute Utility Theory*) yang memperhitungkan 4 (empat) prioritas, yaitu: infrastruktur, waktu, biaya, dan opini pengusaha.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, PT Rineka Cipta.
- Daniel, L.A. 2013. *Rencana Strategis PT XYZ dalam Perspektif Kebijakan Feed in Tariff Pembangkit Listrik Tenaga Surya di Indonesia*, Program Pasca Universitas Mercu Buana.
- David, F.R. 2009. *Konsep Manajemen Strategis*, Edisi ke-12, Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Djatnika, Erwin. 2009. *Perencanaan Strategi PT. Elnusa (Tahun 2010-2012)*, Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Kelly, P.K. 1999. *Teknik Pembuatan Keputusan Dalam Tim*, PT Pustaka Binaman Presindo.
- Pehiadang, Rissard. 1997. *Konsultan Indonesia Dalam Perspektif*, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pengadaan Jasa Konsultansi dan Jasa Lainnya*. 2010. Penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2011 dan Nomor 70 Tahun 2012*. Penerbit Citra Utama Media Jakarta.
- Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Kuartal II/2012 Capai 6,4%*. 06 Agustus 2012. <http://www.bisnis.com/articles/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-kuartal-ii-slash-2012-capai-6-4-percent>
- Pertumbuhan Sektor Konstruksi hingga 2025 diprediksi 10%-15%*. 02 November 2011. <http://www.indonesiafinancetoday.com/read/18774/Pertumbuhan-Sektor-Konstruksi-hingga-2025-Diprediksi-10-15>
- Purwanto, Iwan. 2008. *Manajemen Strategis*, CV Yrama Widya Bandung.
- Umar, Husein. 2001. *Strategy Management in Action*, PT. Gramedia Pustaka Utama.

ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN KEUANGAN KELUARGA, TEMPAT TINGGAL/*RESIDENCE*, DAN INTERAKSI TEMAN SEBAYA TERHADAP *FINANCIAL LITERACY*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS)

Florentina Krisanti Sekarwiti & Armanto Witjaksono

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, Universitas Bina Nusantara

Email: florentinakrisanti@yahoo.com ; armanto@binus.ac.id

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara pendidikan keuangan keluarga, tempat tinggal dan interaksi teman sebaya terhadap *financial literacy* pada mahasiswa akuntansi UBNAS. Studi ini menggunakan metode survey dan menganalisa hasilnya dengan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif. Hasil studi menunjukkan: (1) pendidikan keuangan keluarga berpengaruh signifikan dan positif terhadap *financial literacy*; (2) tempat tinggal tanpa diragukan berpengaruh terhadap *financial literacy*; (3) tingkat *financial literacy* mahasiswa yang tinggal sendiri/di asrama lebih tinggi daripada yang tinggal bersama orangtua; (4) interaksi teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy*.

Kata kunci: Pendidikan Keuangan Keluarga, *Financial Literacy*, Interaksi Teman Sebaya Dan Tempat Tinggal

Abstract

This study aims to determine whether is there any influence between family financial education, residence, and peer interaction towards the financial literacy of Accounting Students at UBNAS. This study is using the survey method and the results analyzed with a mix of quantitative approaches and a qualitative approach. The results showed: (1) Family financial education has a positive and significant impact for the financial literacy (2) Residence without a doubt has an effect to the financial literacy (3) The level of financial literacy student that living alone/ boarding is higher than students who live with their parents. (4) The peer interaction has a positive and significant impact for the financial literacy.

Keywords: Family Financial Education, Financial Literacy, Peer Interaction, and Residence.

1. PENDAHULUAN

1.1. Landasan Teori

Masyarakat di Indonesia telah memasuki era konsumerisme sehingga tidak menutup kemungkinan terciptanya budaya konsumtif. Berdasarkan artikel yang dilansir oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), mengenai perencanaan keuangan, menyebutkan bahwa hampir semua jenis barang dan jasa menjadi sangat mudah didapatkan, hal ini didukung dengan maraknya tawaran pembelian barang secara mencicil, sehingga semua barang yang sebelumnya sulit untuk didapatkan, menjadi lebih mudah didapatkan OJK (2013). Dari hal yang telah diungkapkan, maka memberikan kesadaran kepada kita mengenai pentingnya menyikapi pengelolaan keuangan secara bijaksana, sehingga kita mempertimbangkan dengan bijak hal apa yang seharusnya menjadi kebutuhan dibandingkan dengan keinginan. Berdasarkan hal tersebut maka pentingnya peran *financial literacy* didalam kehidupan masyarakat. Menurut Khrisna et.al *financial literacy* merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan, masalah keuangan yang dimaksud bukan hanya fungsi dari pendapatan semata atau rendahnya pendapatan, tetapi juga timbul karena adanya kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan (Susanti, 2013). Maka dari itu kurangnya *financial literacy* menyebabkan seseorang lebih cenderung memiliki masalah dengan hutang (Lusardi et.al, 2010).

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis terinspirasi untuk melakukan penelitian mengenai kemampuan *financial literacy* mahasiswa.

Penulis memiliki tiga alasan memilih mahasiswa sebagai objek penelitian, pertama, masa kuliah adalah saat pertama bagi sebagian besar mahasiswa untuk mengelola keuangan secara mandiri tanpa pengawasan penuh dari orangtua (Sabri et.al dalam Nababan & Sadalia, 2013), sehingga seorang mahasiswa berada didalam masa peralihan dari ketergantungannya dengan orangtua menuju kemandirian secara keuangan. Kedua, mahasiswa juga merupakan generasi muda yang tidak hanya akan menghadapi kompleksitasnya peningkatan produk-produk keuangan, jasa, dan pasar, tetapi mereka juga cenderung harus menanggung risiko keuangan di masa depan yang lebih dari orangtua mereka (Lusardi et.al, 2010). Ketiga, mahasiswa cenderung untuk mengkonsumsi barang berdasarkan keinginan dan kesenangan semata dan bukan berdasarkan kebutuhan. Sehingga budaya konsumtif dikalangan mahasiswa merupakan suatu fenomena yang banyak terjadi, dan hal ini disebabkan karena diantara mereka masih belum mengerti dan memahami tentang pengetahuan serta implementasi pengelolaan keuangan pribadinya (Shalahuddinta et.al, 2014). Mahasiswa yang dipilih penulis sebagai objek penelitiannya adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara Alam Sutera (UBNAS) jurusan Akuntansi, karena jurusan Akuntansi merupakan profesi yang dibutuhkan disetiap perusahaan, sehingga dibutuhkan pribadi-pribadi yang mampu bekerja secara jujur dan transparan dalam menangani masalah keuangan, salah satunya adalah pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan di masa depan (Nababan dan Sadalia, 2013).

Keluarga adalah suatu kelompok sosial yang terbentuk dan berperan sebagai tempat pertama anak dalam mendapatkan informasi, pendidikan, asuhan dan sosialisasi, serta pengembangan kemampuan para anggotanya agar dapat menjalankan kehidupan dengan baik. Berdasarkan fungsinya keluarga juga merupakan suatu pondasi dasar dari *financial literacy*, dimana peran orangtua dalam memberikan dukungan berupa pendidikan keuangan dalam keluarga yang berpengaruh pada pengambilan keputusan selanjutnya. Sehingga seorang anak akan dibekali tentang pengetahuan nilai uang, penanaman sikap dan perilaku anak untuk dapat mengatur pemanfaatan uang (Susanti, 2013). Menurut Cathy Malmrose (Susanti, 2013), bahwa untuk memiliki keterampilan mengelola keuangan dengan baik, anak harus dilatih dalam hal menabung, melakukan pembayaran secara mandiri atas kebutuhan tambahan mereka, mengelola uang saku, melakukan pekerjaan-pekerjaan rumah tertentu untuk mendapatkan uang saku tambahan, mencari pekerjaan ringan di luar rumah, berderma dan berinvestasi. Sehingga hal tersebut bisa menjadi modal bagi seorang anak untuk tumbuh dewasa dan saat anak mulai memasuki dunia perkuliahan.

Tempat tinggal/*residence* merupakan kediaman yang dihuni atau tempat orang lain tinggal, dimana masyarakat mengharapkan perumahan yang aman dan nyaman sebagai kawasan perumahan mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nababan & Sadalia (2013), mengenai Analisis Personal *financial literacy* dan *Financial Behavior* Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, menunjukkan bahwa tempat tinggal/*residence* mahasiswa mempengaruhi tingkat *financial literacy* seorang mahasiswa.

Tempat tinggal/*residence* mahasiswa adalah tempat tinggal selama mahasiswa menjalani proses perkuliahannya, yang terbagi atas kategori tinggal sendiri/kost dan tinggal bersama orangtua. Dengan adanya perbedaan *residence* akan sangat mempengaruhi setiap keputusan pengelolaan keuangan seseorang, khususnya mahasiswa. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti memilih tempat tinggal/*residence* mahasiswa sebagai variabel independen yang kedua.

Teman sebaya adalah anak-anak yang memiliki usia yang setara dan tahap kematangan yang sama (Santrock dalam Asrori, 2009), sehingga mereka cenderung memiliki minat, kemampuan, dan kemauan yang sama dan saling mempengaruhi satu sama lain karena adanya tujuan pencarian jati diri. Pada dasarnya mahasiswa cenderung lebih sering menghabiskan waktu bersama teman sebayanya dibandingkan saat mereka duduk dibangku sekolah dahulu, sehingga mereka saling mempengaruhi sikap, dan tanpa sadar mereka berada dalam pengetahuan pengelolaan keuangan, karena pengaruh teman sebaya dapat membawa pengaruh yang lebih besar kepada mahasiswa. Berdasarkan penelitian Susanti (2013), faktor interaksi teman sebaya dapat membentuk *financial literacy* seseorang, sehingga diharapkan mahasiswa lebih selektif dalam memilih pengaruh mana yang dapat dipertimbangkan dalam hal menentukan perilaku keuangan yang baik untuk dilakukan. Susanti juga mengutip pendapat menurut Zebua & Nurdjayadi yang mengatakan bahwa tidak mudah bagi mahasiswa untuk mengikatkan diri mereka pada suatu kelompok, karena setiap kelompok memiliki tuntutan yang harus dapat dipenuhi oleh setiap mahasiswa yang bergabung didalamnya.

1.2. Identifikasi masalah

Permasalahan yang akan diteliti lebih lanjut oleh penulis di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Pendidikan Keuangan Keluarga dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Tempat Tinggal/*Residence* mahasiswa dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Interaksi Teman Sebaya dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS?

1.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memiliki tujuan, begitu pula dengan penelitian ini. Berikut ada beberapa tujuan penulis melakukan penelitian, diantaranya adalah:

1. Mengetahui pengaruh antara Pendidikan Keuangan Keluarga dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS.
2. Mengetahui pengaruh antara Tempat Tinggal/*Residence* mahasiswa dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS.
3. Mengetahui pengaruh antara Interaksi Teman Sebaya dan *Financial Literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. *Financial Literacy*

Financial literacy adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan kemampuan dan keterampilannya dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif, guna untuk menjaga keamanan keuangannya (Jump\$art dalam Huston, 2009). Karena *financial literacy* berkaitan dengan dimensi pengetahuan, yaitu kompetensi seseorang dalam mengelola keuangan, maka dari itu *financial literacy* memiliki dimensi aplikasi tambahan yang menyiratkan bahwa seorang individu harus memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam menggunakan pengetahuan keuangannya yang berguna dalam pengambilan keputusan. Perlu diketahui bahwa pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) merupakan dimensi yang tidak terpisahkan dengan *financial literacy*, tetapi belum dapat menggambarkan *financial literacy* seseorang. Maka dari itu menurut Sandra. J. Huston, *financial literacy* mencakup dua hal yaitu dimensi pengetahuan yang merupakan pengetahuan keuangan dan dimensi aplikasi.

Menurut Hailwood, *financial literacy* merupakan pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam hal menabung, meminjam dan berinvestasi, serta mengelola keuangan, dan menekankan pada kemampuan untuk memahami konsep dasar dari ilmu ekonomi dan keuangan, sehingga dapat menerapkannya secara tepat (Yulianti & Silvy, 2013).

Financial literacy memiliki lima aspek keuangan, diantaranya adalah pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi (*basic personal finance*), manajemen uang (*money management*), manajemen kredit dan utang (*credit and debt management*), tabungan dan investasi (*saving and investment*), dan manajemen resiko (*management risk*) (Nababan, 2013). *Financial literacy* juga memberikan beberapa manfaat bagi mahasiswa dalam hal meningkatnya fisik, emosional dan psikologi yang positif mengenai keuangan, meningkatkan penyimpanan uang, meningkatkan investasi, terbebas dari hutang, menurunkan peluang kebangkrutan, membatasi pengeluaran yang berlebihan, dan sedikitnya kesulitan keuangan yang di miliki dalam hidup (Jorgensen, 2007).

2.2. Pendidikan Keuangan Keluarga

Keluarga merupakan tempat pertama seseorang memulai kehidupan mereka setelah lahir, yang berperan sebagai tempat pertama seseorang dalam mendapatkan informasi dan pendidikan (Schaefer, 2011). keluarga berperan dalam mengembangkan kepribadian seorang anak, misalnya fungsi edukatif, fungsi sosialisasi merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan persiapan kepribadian anak untuk siap memasuki dunia bermasyarakat, karena seorang anak dibekali berbagai pengetahuan, pendidikan dan sosialisasi yang dapat menunjang masa depannya. Salah satu pendidikan yang tidak bisa diabaikan oleh orangtua adalah mengenalkan seorang anak mengenai pengetahuan keuangan.

Pernyataan tersebut didukung oleh Sina (2014) yang menyatakan bahwa pendidikan keuangan yang termanifestasi dalam literasi keuangan anak merupakan salah satu hal yang tidak dapat diabaikan oleh orangtua, karena dengan mendiskusikan pengetahuan tersebut, maka berarti bahwa orangtua memberikan modal bagi seorang anak untuk mencapai kesejahteraan saat dewasa nanti, karena hal tersebut dapat mempermudah seorang anak dalam mengelola keuangan di saat mereka beranjak dewasa.

Terdapat tiga pengaruh peran keluarga dalam pendidikan anak terkait *financial literacy* (Sina, 2014), yaitu pertama, anak akan mendapatkan pengetahuan mengenai makna yang lebih tinggi mengenai uang. Kedua, mengurangi peluang seorang anak dalam bertindak boros. Ketiga, Seorang anak akan tumbuh menjadi pribadi yang bertanggung jawab dan mandiri.

2.3. Tempat Tinggal/Residence

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tempat tinggal/*residence* merupakan kediaman yang dihuni atau tempat orang lain tinggal, dimana masyarakat mengharapkan perumahan yang aman dan nyaman sebagai kawasan perumahan mereka. Sehingga tempat tinggal/*residence* mahasiswa merupakan kediaman yang dihuni oleh mahasiswa selama ia menuntut ilmu di perguruan tinggi. Tempat tinggal/*residence* mahasiswa yang dimaksudkan adalah tempat tinggal selama mahasiswa menjalani perkuliahan yang terbagi atas kategori tinggal sendiri atau kost dan tinggal bersama orangtua.

Terdapat dua perbedaan mahasiswa yang tinggal sendiri/kost dengan tinggal bersama orangtua. Menurut Nababan & Sadalia (2013) beberapa hal yang dipengaruhi adalah tingkat kemampuan *financial literacy* mahasiswa, dimana berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri/kost memiliki tingkat *personal financial literacy* yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua, dan kemandirian konsep diri mahasiswa.

2.4. Interaksi Teman Sebaya

Menurut Partowisastro (Asrori, 2009), interaksi teman sebaya merupakan kedekatan hubungan pergaulan serta hubungan antar individu atau anggota kelompok yang mencakup keterbukaan, kerjasama, dan frekuensi hubungan. Interaksi dengan teman sebaya dapat mempengaruhi para anggotanya, karena fungsi dari interaksi tersebut dapat memberikan informasi dan masukan yang dibutuhkan satu sama lain, sehingga mereka saling memahami satu sama lain dan saling membantu dalam menemukan jati diri masing-masing. Hal tersebut juga sangat berpengaruh bagi para mahasiswa, karena pada dasarnya masa perkuliahan merupakan masa-masa saat seorang mahasiswa lebih sering menghabiskan waktu dengan teman sebayanya dibandingkan saat mereka duduk dibangku sekolah dahulu. Maka dari itu, interaksi teman sebaya memberikan pengaruh yang lebih besar kepada mahasiswa terutama terkait dengan *financial literacy* mereka. Berdasarkan interaksi yang dilakukan teman sebaya, maka ada dua pengaruh yang mungkin terjadi pada setiap mahasiswa terkait *financial literacy*-nya, yaitu sikap, tindakan, dan perilaku; dan budaya menabung mahasiswa.

2.5. Kerangka Pemikiran

Berikut ulasan berkenaan kerangka pemikiran,

1. Berdasarkan jurnal Akuntansi dan Pendidikan yang ditulis oleh Widayati (2012) mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, meneliti tentang status ekonomi keluarga, pendidikan pengelolaan keuangan keluarga dan pembelajaran di perguruan tinggi merupakan faktor yang berpengaruh bagi *financial literacy* mahasiswa Brawijaya. Penelitian tersebut menggunakan penyebaran kuisioner kepada 220 mahasiswa Brawijaya yang dijadikan sebagai sampel penelitian dan memberikan hasil bahwa pendidikan pengelolaan keuangan keluarga merupakan hal yang mempengaruhi *financial literacy* mahasiswa, alasannya adalah keluarga merupakan tempat paling dominan dalam proses sosialisasi anak mengenai masalah keuangan, melalui pendidikan keluarga, anak akan dibawa kedalam suatu sistem nilai atau sikap hidup yang diinginkan dan disertai teladan orang tua yang secara tidak langsung sudah membawa anak kepada pandangan atau kebiasaan tertentu. Penelitian yang dilakukan Jorgensen (2007) mendukung pernyataan diatas, yaitu siswa banyak belajar tentang mengelola keuangan dari orang tuanya memiliki pengetahuan lebih tinggi dibandingkan siswa yang tidak belajar mengelola keuangan dari orang tuanya.

- Dalam pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Jorgensen (2007) sebelumnya, penelitian baru Jorgensen yang berjudul “*Financial Literacy of Young Adults: The Importance of Parental Socialization*” mengatakan bahwa kurangnya *financial literacy* dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan disepanjang hidup mereka, sehingga orang tua harus berupaya untuk meningkatkan *financial literacy* anak mereka (Jorgensen & Savla, 2010). Dalam gambar kerangka pemikiran dilambangkan dengan H1.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nababan & Sadalia (2013), terhadap 97 mahasiswa S1 angkatan tahun 2008-2011 yang masih aktif sampai dengan Juni 2012- Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, menunjukkan bahwa tempat tinggal/*residence* mahasiswa mempengaruhi tingkat *financial literacy* seorang mahasiswa. Karena perbedaan tempat tinggal/*residence* akan mempengaruhi keputusan pengelolaan keuangannya, tempat tinggal/*residence* mahasiswa yang dimaksudkan adalah tempat tinggal selama mahasiswa menjalani proses perkuliahannya, yang terbagi atas kategori tinggal sendiri atau kost dan tinggal bersama dengan orang tua. Penelitian yang dilakukan tersebut memberikan hasil bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri/kost memiliki tingkat *personal financial literacy* yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua, hal ini kemungkinan besar disebabkan karena mahasiswa yang tinggal sendiri atau kost lebih mandiri dan sering terlibat langsung dengan pengelolaan keuangan pribadinya,

dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal bersama orang tuanya, selain itu dana yang dimiliki oleh mahasiswa yang tinggal sendiri/kost terbatas untuk digunakan setiap bulannya. Dalam gambar kerangka pemikiran dilambangkan dengan H2

3. Didalam penelitian Susanti (2013) terhadap 100 mahasiswa Universitas Negeri Surabaya menyatakan bahwa adanya pengaruh antara interaksi teman sebaya dengan *financial literacy mahasiswa*. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,392 dengan signifikansi t sebesar 0,016. Susanti menyatakan bahwa pembentukan sikap, tingkah laku dan perilaku sosial banyak ditentukan oleh pengaruh lingkungan terutama interaksi dengan teman sebaya, selain itu adanya transisi dimana sekarang mereka berperan menjadi konsumen, sehingga mereka harus menghadapi keuangan yang kompleks, maka dari itu peran interaksi dengan teman sebaya dapat memberikan pengetahuan keuangan kepada teman kelompoknya untuk menentukan alternatif terbaik tentang masalah keuangan. Hal yang sama juga dikatakan di dalam penelitian yang dilakukan oleh Lusardi et.al (2010), bahwa karakter teman sebaya dapat memberikan perbedaan dalam *financial literacy*. Dalam gambar kerangka pemikiran dilambangkan dengan H3

2.6. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dibahas oleh penulis, maka penulis memberikan hipotesis mengenai hubungan dari kerangka pemikiran, yaitu:

1. Hipotesis 1
 - Ho: Pendidikan keuangan keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.
 - Ha: Pendidikan keuangan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.
2. Hipotesis 2
 - Ho: Tempat tinggal/*residence* mahasiswa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.
 - Ha: Tempat tinggal/*residence* mahasiswa berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.
3. Hipotesis 3
 - Ho: Interaksi teman sebaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.
 - Ha: Interaksi teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dan kualitatif, karena terdapatnya kelompok sampel yang belum dipastikan, yaitu variabel *Residence*, dimana pertanyaan untuk responden yang tinggal sendiri/kost tidak relevan untuk responden yang tinggal bersama orangtua, dan begitu juga sebaliknya.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode survei dengan teknik analisis regresi linier berganda berdasarkan pendekatan kuantitatif dan analisis berdasarkan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS dengan jumlah populasi 499 mahasiswa dan sampel 166 mahasiswa. Penelitian ini juga didasarkan pada penggunaan sumber data primer, sehingga penulis menggunakan metode penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa jurusan Akuntansi UBNAS yang merujuk pada skala likert.

Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas, yaitu Pendidikan Keuangan Keluarga, Tempat Tinggal/*Residence*, dan Interaksi Teman Sebaya, serta satu variabel terikat, yaitu *financial literacy*. Teknik analisis yang digunakan untuk variabel Pendidikan Keuangan Keluarga dan Interaksi Teman Sebaya adalah regresi linier berganda, sedangkan untuk variabel Tempat Tinggal/*residence* menggunakan analisis berbasis pendekatan kualitatif.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penulis menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data primer yang dilakukan kepada 166 responden mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan, 166 responden yang dipilih secara acak terbagi dari 62 responden laki-laki dan 104 responden perempuan dan jika ditinjau lebih rinci, 166 responden terbagi lagi atas 22 responden tinggal yang sendiri/kost dan 144 responden yang tinggal bersama orang tua. (Penjelasan Gambar 1.)



Gambar 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Dari Hasil pengolahan Data *Microsoft Excel* 2007

4.1. Pengaruh Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap *Financial Literacy* Mahasiswa

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, penulis melakukan Uji Validitas Terhadap Variabel Pendidikan Keuangan Keluarga, dan hasilnya sebagaimana tampak pada Tabel 1

Tabel 1
Uji Validitas Terhadap Variabel Pendidikan Keuangan Keluarga

		Correlations						
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q7	NewTotal
Q1	Pearson Correlation	1	.424**	.393**	.355**	.400**	.244**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Q2	Pearson Correlation	.424**	1	.530**	.476**	.265**	.339**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Q3	Pearson Correlation	.393**	.530**	1	.591**	.373**	.335**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Q4	Pearson Correlation	.355**	.476**	.591**	1	.362**	.342**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Q5	Pearson Correlation	.400**	.265**	.373**	.362**	1	.295**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Q7	Pearson Correlation	.244**	.339**	.335**	.342**	.295**	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
TOTAL	Pearson Correlation	.667**	.727**	.774**	.757**	.654**	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	166	166	166	166	166	166	166

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

Berdasarkan hipotesis yang diajukan pada bagian sebelumnya, kemudian dilakukannya penelitian kepada 166 responden Jurusan Akuntansi di UBNAS dan dilakukan pengujian hipotesis dengan model regresi linier berganda menghasilkan bahwa H_a diterima, yaitu Pendidikan Keuangan Keluarga secara signifikan mempengaruhi *Financial Literacy* mahasiswa, hal ini terlihat dari besarnya probabilitas ($\text{Sig} < = 0.000 < 0.05$, dan nilai t-hitung (8.615) $>$ t-tabel (1.9746). Selain itu pendidikan keuangan keluarga juga memiliki pengaruh positif terhadap tingkat *financial literacy* mahasiswa yang dapat dilihat dari hasil nilai beta Pendidikan Keuangan Keluarga sebesar 0.545.

Penelitian ini menghasilkan sesuatu yang baru dari penelitian sebelumnya, karena di dalam penelitian ini tidak hanya membuktikan bahwa dengan orangtua memberikan nasihat dan tidak memanjakan anak seperti mengabdikan setiap permintaannya (Sina, 2014), memberikan pandangan hidup, mengarahkan pengelolaan keuangan kepada anak, menyontoh secara nyata kepada anak tentang pengelolaan keuangan (Susanti, 2013), dan menjanjikan sejumlah hadiah/uang tertentu setelah anak menyelesaikan pekerjaan yang orangtua minta (Cathy Malmorse dalam Susanti, 2013) akan berdampak pada tingkat *financial literacy* mereka, tetapi tingkat *financial literacy* anak juga di pengaruhi oleh, pertama, frekuensi waktu yang diluangkan oleh orangtua untuk berkumpul dan bertukar pikiran dengan anak. Kedua, secara rutin selalu memberikan pandangan keuangan kepada anak seperti membahas tentang asuransi, tabungan, investasi, pembiayaan dan sebagainya.

Ketiga, menyempatkan diri untuk melakukan musyawarah jika terdapat masalah keuangan, sehingga anak akan merasakan perhatian orangtuanya dan tergugah untuk meminta saran keuangan jika memiliki masalah dalam pengelolaannya. Penelitian ini juga memperdalam dua hal dari penelitian sebelumnya dengan mengetahui bahwa, pertama usaha orangtua dapat memberikan motivasi atau pandangan hidup kepada anak dalam jangka waktu 5-10 tahun mendatang, karena anak akan menghargai lebih tinggi tentang makna uang dan hal ini sejalan dengan hal yang diungkapkan oleh Sundari (Sina, 2014). Kedua, mengarahkan anak sejak dini dalam hal mengelola keuangan dengan cara membantu mereka membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas yang berkaitan dengan menabung, berinvestasi, proteksi, edukasi, sosial, dan membayar kebutuhan pribadi serta mengelola uang saku sendiri.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa orangtua mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS sering menasehati anak mereka dalam hal pengelolaan keuangan, seperti menabung, berinvestasi menghindari hutang, menyelesaikan masalah keuangan dengan bermusyawarah, dan memberikan contoh secara nyata dalam hal pengelolaan keuangan. Tetapi mereka jarang meluangkan waktu untuk berkumpul dan bertukar pikiran dengan anaknya, memberikan pandangan keuangan, memotivasi target hidup dalam jangka waktu 5-10 tahun mendatang, mengarahkan anak dalam mengelola keuangan, menerapkan teknik kepada anaknya untuk melakukan pekerjaan rumah tertentu guna mendapatkan sejumlah hadiah atau uang saku tambahan, sehingga hal tersebut berdampak pada keterbukaan mahasiswa di UBNAS untuk meminta saran keuangan kepada orangtuanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orangtua mahasiswa di UBNAS jarang meluangkan waktu bersama anaknya. Hal ini diduga adanya persepsi orangtua yang kurang tepat dalam sosialisasi tentang keuangan pada anak. Berdasarkan hasil penelitian Danes (Sina, 2014), menemukan bahwa kebanyakan orangtua berpikir bahwa anak-anak sebaiknya diajarkan tentang mengelola keuangan saat berusia 18 tahun atau lebih. Hal ini tentunya membuktikan adanya kekeliruan orangtua dalam memulai pengajaran keuangan pada anak, karena pada rentang usia 18 tahun, seorang anak seharusnya sudah dipersiapkan untuk menghadapi masa kerja yang berarti memiliki kematangan pemahaman tentang keuangan mulai dari pengetahuan, perencanaan, pengambilan keputusan sampai dengan pengimplementasiannya. Sehingga pendidikan keuangan pada anak paling baik dilakukan sejak mereka kecil, sehingga membentuk pola pikir yang benar terkait dengan pengelolaannya dan membantunya memiliki *financial literacy* yang baik. Jika tidak dilakukan sejak dini maka seorang anak akan bertumbuh tanpa memiliki dasar yang kuat tentang *financial literacy* dan tentunya akan berdampak pada saat ia beranjak dewasa, dimana ia memiliki peluang kesalahan yang besar dalam hal pengelolaan sampai dengan pengambilan keputusan keuangan. Pada dasarnya keluarga merupakan tempat yang paling dominan dalam proses sosialisasi anak tentang masalah keuangan karena melalui pendidikan keluarga dapat diterapkannya berbagai cara sederhana (Widayati, 2012).

Jorgensen (2007) juga mengungkapkan bahwa anak yang banyak belajar tentang mengelola keuangan dari orangtuanya cenderung akan menjadi siswa yang memiliki pengetahuan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak belajar mengelola keuangan dari orangtuannya.

Orangtua memiliki peran dalam mengembangkan kepribadian anak, misalnya fungsi edukatif, fungsi sosialisasi merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan persiapan kepribadian anak untuk siap memasuki dunia bermasyarakat dan tentunya hal ini didukung dengan pengenalan dan pelatihan tentang keuangan sejak dini kepada anak. Pernyataan ini didukung oleh Sina (2014) yang menyatakan bahwa pendidikan keuangan yang termanifestasi dalam literasi keuangan anak merupakan salah satu hal yang tidak dapat diabaikan oleh orangtua, karena dengan mendiskusikan pengetahuan tersebut berarti orangtua telah memberikan modal kepada anaknya untuk mencapai kesejahteraan saat dewasa nanti, dan tentunya hal tersebut dapat mempermudah seorang anak dalam mengelola keuangan saat mereka beranjak dewasa. Kemudian diperkuat oleh Jorgensen (2007) yang memberikan pernyataan bahwa orangtua memiliki pengaruh terbesar dalam memberikan sosialisasi tentang konsumen kepada anak mereka, melalui pendidikan keuangan tersebut membantu mahasiswa yang telah menjadi konsumen dan investor untuk memperbaiki pemahaman tentang berbagai produk, serta mengembangkan kesadaran dan kepercayaan diri tentang risiko keuangan, sehingga dapat meningkatkan peluang pengambilan keputusan keuangan yang cerdas dan bertanggung jawab.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pendidikan keuangan keluarga kepada anak dapat mengurangi tingkat kemiskinan di era konsumerisme, dan tentunya dapat menjadi modal bagi seorang anak untuk mencapai kesejahteraan saat dewasa nanti (Nababan & Sadalia, 2013).

Menurut Cathy Malmorse dalam Susanti (2013) bahwa untuk memiliki keterampilan pengelolaan keuangan dengan baik, anak harus dilatih dalam hal menabung, melakukan pembayaran secara pribadi atas kebutuhan tambahan mereka, mengelola uang saku, melakukan pekerjaan rumah tertentu untuk mendapatkan uang saku tambahan, mencari pekerjaan ringan di luar rumah, berderma dan berinvestasi yang tentunya didukung dengan sosialisasi dan komunikasi dari orangtua, sehingga anak akan merasakan perhatian orangtuannya. Menurut Sundari (Sina, 2014), berbagai cara yang mendasar dalam mendidik dan melatih anak tentang keuangan, seperti anak dikenalkan tentang makna uang, bahwa uang hanya sebagai alat untuk urusan jual beli, tetapi uang memiliki makna yang lebih tinggi seperti sebagai alat untuk kegiatan sosial, bersedekah dan sebagainya. Kemudian, anak tahu dari mana datangnya uang dan bagaimana cara mendapatkannya, sehingga anak lebih menghargai jerih payah orangtuannya dengan menghargai nilai uang itu sendiri dengan cara berhemat. Ketiga, anak tahu dengan bijak menggunakan uang, sehingga anak akan menggunakan uang secara bijak, yaitu menggunakan berdasarkan kebutuhan bukan keinginan. Dengan demikian terbukti bahwa Pendidikan Keuangan Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Financial Literacy* mahasiswa.

4.2 Pengaruh Tempat Tinggal/*Residence* Terhadap *Financial Literacy* Mahasiswa

Variabel Tempat Tinggal/*residence* pada penelitian ini, dianalisis berdasarkan pendekatan kualitatif karena terdapatnya kelompok sampel yang belum dipastikan, dimana pertanyaan untuk responden yang tinggal sendiri/kost tidak relevan untuk responden yang tinggal bersama orangtua, dan begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini diuji kepada 166 responden yang terbagi atas 22 responden tinggal sendiri/kost dan 144 responden tinggal bersama orangtua.

Berdasarkan hasil penelitian 89 dari 166 responden selalu dan sering menabung, tingkat kesadaran menabung merupakan salah satu dari tiga indikator pengukuran *financial literacy* berdasarkan tempat tinggal/*residence*. Secara terperinci 89 responden terdiri dari 12 yang berasal dari 22 responden tinggal sendiri/kost dan 77 dari 144 responden tinggal bersama orangtua. Hal ini menandakan bahwa 54.55% mahasiswa yang tinggal sendiri/kost dan 53.47% mahasiswa yang tinggal bersama orangtua bersedia memanfaatkan kelebihan uangnya untuk ditabung, investasi ataupun masuk ke dalam program asuransi. Berdasarkan indikator pengukuran *financial literacy* tempat tinggal/*residence* kedua, yaitu pentingnya membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana, menunjukkan bahwa terdapatnya 153 dari 166 responden menganggap bahwa membuat tujuan keuangan merupakan hal yang penting, dan jika dilihat secara terperinci seluruh mahasiswa yang tinggal sendiri/kost dan 131 dari 144 responden atau setara dengan 90.97% mahasiswa yang tinggal bersama orangtua berpendapat bahwa membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana adalah hal yang penting.

Hal ini dibuktikan dari indikator *financial literacy* berdasarkan tempat tinggal/*residence* ketiga yang menunjukkan 16 dari 22 responden atau setara dengan 72.73% mahasiswa yang tinggal sendiri/kost sering membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas yang berkaitan dengan menabung, berinvestasi, proteksi, edukasi, sosial, membayar kebutuhan pribadi sendiri guna memenuhi kebutuhan setiap bulanya, dan hanya 1 mahasiswa atau setara dengan 4.54% mahasiswa yang tidak pernah membuat perencanaan keuangan. Bagi mahasiswa yang tinggal bersama orangtua terdapat 72 dari 144 responden atau setara dengan 50.00% mahasiswa yang sering membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas dan terdapat 12 mahasiswa atau setara dengan 8.33% mahasiswa yang tidak pernah membuat perencanaan keuangan.

Meskipun pada hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri/kost maupun tinggal bersama orangtua masih tergantung dengan pihak utama yang memberikan uang, tetapi dari dua kelompok sampel ini tetap terdapat perbedaan, dimana 17 dari 22 mahasiswa yang tinggal sendiri atau setara dengan 77.27% mahasiswa bersedia untuk menghemat bahkan mencari uang tambahan ketika uang yang diberikan dari pihak utama tidak mencukupi, sedangkan 79 dari 144 mahasiswa yang tinggal bersama orangtua atau setara dengan 54.86% mahasiswa bersedia untuk menghemat bahkan mencari uang tambahan ketika uang yang diberikan dari pihak utama tidak mencukupi.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat terlihat bahwa tingkat tempat tinggal/*residence* mempengaruhi *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS, dan mahasiswa yang tinggal sendiri/kost memiliki *financial literacy* yang lebih tinggi dari mahasiswa yang tinggal bersama orangtua, karena jika ketiga indikator *financial literacy* berdasarkan tempat tinggal/*residence* dirata-ratakan berdasarkan tingkat frekuensi seringnya mahasiswa memanfaatkan kelebihan uangnya untuk ditabung, tingginya anggapan mahasiswa tentang pentingnya membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana, serta tingkat frekuensi seringnya mahasiswa dalam membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas. Dari hal tersebut maka didapatkan rata-rata tingkat *financial literacy* mahasiswa yang tinggal sendiri/kost sebesar 75.76%, dan *financial literacy* mahasiswa yang tinggal bersama orangtua sebesar 64.813%.

Berdasarkan hasil yang dikemukakan maka penulis menganalisa penyebab tingkat *financial literacy* mahasiswa yang tinggal sendiri lebih tinggi dibandingkan yang tinggal bersama orangtua. Hal ini disebabkan karena mahasiswa yang tinggal bersama orangtua akan cenderung bergantung dengan orangtuanya, selain itu semua kebutuhannya juga akan terpenuhi ketika mereka tinggal bersama orangtua, sehingga mereka tidak terlibat langsung dalam pengelolaan keuangan pribadinya dan kurang tergugah untuk membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas, menabung, menghemat dan bahkan kurang tergugah untuk mencari uang tambahan ketika mereka tinggal bersama orangtua.

Hal inilah yang akhirnya mempengaruhi tingkat *financial literacy* mereka, dari pembahasan tersebut tentu memberikan kesadaran bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri/kost lebih mandiri dalam pengelolaan keuangannya, karena mereka memiliki dana yang terbatas, sehingga mereka memiliki kesadaran tinggi untuk membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas, menabung, menghemat dan bersedia mencari uang tambahan. Penjelasan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nababan dan Sadalia (2013) dimana mereka menyatakan bahwa tingkat *finacial literacy* mahasiswa yang tinggal sendiri lebih tinggi dari pada yang tinggal bersama orang tua, karena mahasiswa yang tinggal sendiri lebih sering terlibat langsung dengan pengelolaan keuangan pribadinya. Sehingga sebaiknya ketika seorang anak telah memasuki masa perkuliahan akan lebih baik jika mereka di didik secara mandiri dengan cara mengizinkan mereka tinggal sendiri/kost atau dengan cara membiasakan mereka untuk terlibat langsung dalam pengelolaan pribadinya, dan melatih mereka untuk mencari uang tambahan ketika uang mereka tidak cukup, sehingga mereka memiliki makna yang tinggi terhadap uang dan tergugah untuk membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas.

4.3 Pengaruh Interaksi Teman Sebaya Terhadap *Financial Literacy* Mahasiswa

Berdasarkan hipotesis yang diajukan pada bab sebelumnya, kemudian dilakukannya penelitian kepada 166 responden dan dilakukan pengujian hipotesis dengan model regresi berganda menghasilkan bahwa H_0 diterima, yaitu Interaksi Teman Sebaya secara signifikan mempengaruhi *Financial Literacy* mahasiswa, hal ini terlihat dari besarnya probabilitas ($Sig < = 0.001 < 0.05$, dan nilai $t\text{-hitung} (3.326) > t\text{-tabel} (1.9746)$). Selain itu interaksi teman sebaya juga memiliki pengaruh positif terhadap tingkat *financial literacy* mahasiswa yang dapat dilihat dari hasil nilai beta Interaksi Teman Sebaya sebesar 0.258. Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya yaitu dengan menunjukkan secara terinci apa saja hal yang mempengaruhi *financial literacy* melalui interaksi dengan teman sebaya mahasiswa.

Mahasiswa cenderung lebih sering menghabiskan waktu bersama teman sebayanya dibandingkan saat mereka duduk dibangku sekolah dahulu. Menurut Asrori (2009), hal ini terjadi karena mereka menganggap bahwa teman sebaya lebih dapat memahami keinginannya dan cenderung memiliki minat, kemampuan dan kemauan yang sama. Hal ini juga dibuktikan melalui penelitian yang penulis lakukan, bahwa mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS memiliki intensitas yang tinggi dalam berkomunikasi dengan teman sebayanya, terlihat dari tingginya frekuensi berinteraksi melalui via telepon, sms ataupun chat, bahkan intensitas berkumpul selain di area kampus serta mengikuti ajakan teman baik saat di kampus maupun saat jadwal libur perkuliahan.

Sehingga interaksi teman sebaya dapat dikatakan sebagai hubungan sosial yang terbentuk karena adanya tujuan pencarian jati diri, dilakukan oleh dua orang atau lebih yang memiliki usia yang setara, serta kematangan yang sama, dimana mereka saling mengenal identitas sosial satu sama lain dan dapat mempengaruhi satu sama lain.

Dari pola interaksi yang ada tanpa sadar mahasiswa berada dalam pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan mereka, karena interaksi dengan teman sebaya dapat membawa pengaruh yang lebih besar kepada mahasiswa. Sehingga pernyataan tersebut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Susanti (2013), bahwa faktor interaksi teman sebaya juga dapat membentuk literasi finansial seseorang. Karena pada dasarnya teman sebaya berfungsi sebagai pemandu dan instruktur dengan cara memberikan kesempatan bagi sesamanya untuk saling bersosialisasi dan mengembangkan hubungan serta rasa keingintahuan, sehingga mereka berperan dalam memberikan informasi dan masukan kepada teman sebaya lainnya (Suwarno, 2007), dan tentunya hal ini dapat mempengaruhi sikap, tindakan dan perilaku mereka.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Jumadi (2013), sekarang ini budaya hidup berkelompok seringkali mengikuti perkembangan zaman, sehingga bagi mereka perilaku konsumtif dianggap sebagai hal yang baik.

Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu dari 166 responden lebih banyak menjawab bahwa interaksi yang dilakukan dengan teman sebayanya jarang, hal ini terlihat bahwa 103 dari 166 responden menyatakan bahwa interaksi yang dilakukan bersama teman sebayanya jarang memberikan kesempatan kepada mereka untuk membuat perencanaan keuangan berdasarkan skala prioritas yang berkaitan dengan menabung, berinvestasi, proteksi, edukasi, sosial dan sebagainya. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Erskine (Triardiyani & Dewi, 2014) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku menabung. Sehingga jika seseorang berada dalam interaksi teman sebaya yang jarang bahkan cenderung acuh dalam melakukan sosialisasi pentingnya pengelolaan keuangan, seperti menabung, berinvestasi, dan mengikuti program asuransi, maka ia akan cenderung kurang tergugah untuk membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana. Menurut Lina & Rosyid, hal ini dapat terjadi karena teman sebaya mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk menabung selain itu karena seorang individu cenderung meniru temannya yang dijadikan sebagai model, sehingga ia akan berpeluang besar mengikuti setiap sikap, tindakan dan perilaku keuangan modelnya (Triardiyani & Dewi, 2014).

Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa melalui sosialisasi teman sebaya tentang pentingnya melakukan investasi dan mengikuti program asuransi sejak dini maka akan mempengaruhi teman lainnya untuk membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana untuk masa mendatang,

sehingga hal ini dapat membantu mahasiswa dalam menyikapi pentingnya pengelolaan keuangan sejak dini untuk menunjang keberlangsungan hidup yang sejahtera di kemudian hari. Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa tingkat *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS berdasarkan pengaruh interaksi teman sebaya tergolong rendah, karena interaksi yang mereka jalani saat ini bukanlah interaksi yang mencerminkan pengelolaan keuangan secara tepat, sebab hanya 10 dan 18 dari 166 responden masing-masing menyatakan bahwa teman sebayanya selalu dan sering mensosialisasikan pentingnya melakukan investasi dan mengikuti program asuransi sejak dini, sehingga 84 dari 166 responden menyatakan kurang tergugah untuk membuat tujuan keuangan yang jelas dan terencana untuk masa mendatang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tergugah untuk mengutip pendapat Susanti (2013), yang mengatakan bahwa faktor interaksi teman sebaya dapat membentuk *financial literacy* seseorang, sehingga mahasiswa diharapkan lebih selektif dalam memilih pengaruh mana yang dapat dipertimbangkan dalam hal menentukan perilaku keuangan yang baik untuk dilakukan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Pendidikan keuangan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.

(2) Tempat tinggal/*residence* berpengaruh terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS. (3) Tingkat *financial literacy* mahasiswa yang tinggal sendiri/kost lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang tinggal bersama orangtua. (4) Interaksi teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* mahasiswa Jurusan Akuntansi di UBNAS.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan untuk peneliti berikutnya adalah: (1) penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, satu diantaranya menggunakan analisis pendekatan kualitatif. Diharapkan peneliti berikutnya dapat mengembangkan variabel tempat tinggal/*residence* dengan teknik analisis kuantitatif. (2) Penelitian ini hanya dilakukan dalam satu program studi di sebuah universitas saja, sehingga hanya mencerminkan kondisi yang ada dalam universitas tersebut dan sangat mungkin berbeda bila dilakukan di tempat lain.. Sebaiknya penelitian berikutnya menggunakan beberapa universitas seperti membandingkan tingkat *financial literacy* mahasiswa universitas swasta dan negeri di Indonesia sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih andal. (3) Penelitian ini menggambarkan tingkat *financial literacy* mahasiswa jurusan Akuntansi di UBNAS dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk menggunakan pertanyaan yang lebih mendetail dan menggabungkan metode lain seperti wawancara. (4) penelitian ini menggunakan metode survei manual, sehingga menyita banyak waktu dan biaya. Maka bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode survei online, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih ekonomis dan waktu yang digunakan lebih efisien.

6. IMPLIKASI

Penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi beberapa pihak sebagai berikut: (1) Mahasiswa; penelitian dapat membuka wawasan bagi mahasiswa dalam hal pengelolaan keuangan secara bijak, dan dapat mengurangi budaya konsumtif dan juga selektif dalam hal menentukan perilaku keuangan yang baik untuk dilakukan. (2) Orangtua; penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada orang tua untuk lebih memberikan dukungan berupa pendidikan keuangan dalam keluarga, (3) Universitas; penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada universitas untuk lebih memperhatikan pergaulan setiap mahasiswanya terutama terkait dengan pengelolaan keuangan, dengan mengadakan berbagai seminar kepada mahasiswa mengenai *financial literacy*, sehingga mahasiswa dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana cara mengaplikasikan pengetahuan keuangannya secara tepat. (4) Regulator, khususnya OJK, penelitian ini dapat memberikan masukan tambahan kepada OJK dalam hal melakukan edukasi mengenai *financial literacy* kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrori, Ahmad. (2009). *Hubungan Kecerdasan Emosi dan Interaksi Teman Sebaya dengan Penyesuaian Sosial pada Siswa Kelas VIII Program Akselerasi di SMP Negeri 9 Surakarta*. Tesis. Disertasi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Huston, Sandra. J. (2009). *Measuring Financial Literacy*. The Journal of Consumer Affairs. Vol. 44, No. 1 (296-316).
- Jorgensen, B.L. 2007. *Financial Literacy of College Student: Parental and Peer Influences*. Thesis Master of Sains in Human Development. Virginia.
- Jumadi, Eka. (2013). *Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*. Artikel Penelitian Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Tanjungpura, Pontianak.
- Lusardi, A., Olivia M & Curto Vilsa. (2010). *Financial Literacy Among The Young*. Journal of Consumer Affairs. Volume 44, Issue 2.
- Nababan, Darman & Sadalia, Isfenti. (2013). *Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Ekonomi. Vol. 1, No.1.
- OJK. (2013). *Merencanakan Keuangan: Mengapa Dibutuhkan*. Informasi Dan Edukasi Konsumen Keuangan, diakses 17 Oktober 2013 dari <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/id/artic/e/27/merencanakan-keuangan-mengapa-diperlukan>.

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PADA TENAGA PENGAJAR SMA NEGERI 28 JAKARTA

Mei Iswandi dan Itsna Ridwani Zaroh

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: mei_iswandi@yahoo.com; itsnaridwani@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi dan motivasi terhadap kinerja pada tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada seluruh tenaga pengajar yang ada di SMA Negeri 38 sebanyak 43 orang. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh besarnya pengaruh budaya organisasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta sebesar 54,5 %, sedangkan sisanya sebesar 45,5 % dipengaruhi oleh faktor faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini

Kata kunci: Budaya Organisasi, Motivasi , Kinerja Tenaga Pengajar

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence organizational culture and motivation on the performance of the SMA Negeri 28 Jakarta teachers. This research method uses quantitative methods using techniques of data collection in the form of a questionnaire to all the existing teachers in SMA 38 as many as 43 people. Based on the results of data processing, obtained the degree of influence of organizational culture and motivation simultaneously on the performance of the teachers SMA Negeri 28 Jakarta amounted to 54.5%, while the remaining 45.5% is influenced by other factors that can not be described in this study

Keywords: Organizational Culture, Motivation, Performance Lecturer

I. PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Manusia (SDM) dalam organisasi merupakan faktor yang sangat penting dalam mencapai visi, misi dan tujuan organisasi. SDM yang berkinerja baik dapat mempercepat tercapainya visi, misi dan tujuan organisasi. Tenaga pengajar (guru) merupakan sumber daya manusia yang paling penting dalam sekolah. Guru yang berkinerja baik, akan menghasilkan siswa siswi yang berkualitas baik. Faktor budaya organisasi yang ada di sekolah dan motivasi seorang guru dalam bekerja dapat mempengaruhi kinerja seorang guru dalam bekerja.

Budaya organisasi yang ada di sekolah dapat dilihat dari perilaku guru dalam mengajar disekolah. Budaya organisasi mengandung nilai-nilai, kepercayaan, persepsi, dan pola perilaku anggota organisasi. Semakin kuat budaya organisasi, maka semakin tinggi pula komitmen anggota organisasi dalam meningkatkan kinerjanya.

Motivasi guru dalam bekerja juga sangat mempengaruhi kinerja seorang guru. Motivasi guru dalam bekerja pada awalnya untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, setelah kebutuhan dasar terpenuhi, maka akan timbul kebutuhan dan keinginan keinginan lainnya. Semakin termotivasi seorang guru dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka semakin meningkatkan kinerja guru dalam mengajar.

Dalam lembaga pendidikan, kinerja guru menjadi sangat penting, karena penurunan kinerja guru baik individu maupun kelompok dapat memberi dampak yang berarti dalam lembaga pendidikan.

Salah satu dampak penurunan kinerja guru adalah menurunnya kualitas pendidikan siswa siswi di sekolah. Guru yang berkinerja rendah akan sering tidak masuk mengajar, mengajar tidak sesuai dengan waktu yang telah di tentukan, mengajar dengan tidak sepenuh hati dan lain sebagainya. Dampak guru yang berkinerja rendah sangat dirasakan oleh lembaga pendidikan, untuk itu lembaga pendidikan harus mempertahankan dan meningkatkan kinerja guru.

Faktor budaya organisasi dan motivasi para guru perlu selalu dipertahankan dan ditingkatkan dalam lingkungan lembaga pendidikan, karena kedua faktor tersebut turut mempengaruhi kinerja seorang guru.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pada tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja pada tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja pada tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pengajar SMA Negeri 28 Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja pengajar SMA Negeri 28 Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja pengajar SMA Negeri 28 Jakarta

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Di era globalisasi pengelolaan sumber daya manusia bukan merupakan hal yang mudah, oleh karena berbagai suprastruktur dan infrastruktur perlu disiapkan untuk mendukung terwujudnya proses sumber daya manusia yang berkualitas. organisasi yang ingin tetap eksis dan memiliki citra positif di mata masyarakat tidak akan mengabaikan aspek pengembangan kualitas sumber daya manusia.

Flippo dalam Yani (2012:1) mengatakan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dapat diartikan sebagai ilmu mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja secara efektif dan efisien sehingga tercapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Mempelajari manajemen sumber daya manusia dengan baik dan benar dapat memberikan manfaat bagi organisasi dan pekerja itu sendiri. Nawawi dalam Yani (2012:6) mengatakan manfaat mempelajari manajemen sumber daya manusia bagi para pekerja adalah sebagai berikut:

1. pekerja memperoleh rasa aman dan puas dalam bekerja
2. pekerja memperoleh jaminan keselamatan dan kesehatan kerja
3. mempermudah pekerja memperoleh keadilan dari perlakuan yang tidak menguntungkan
4. pekerja memperoleh penilaian karya yang objektif
5. para pekerja melalui Manajemen dan memperoleh gaji/upah dan pembagian keuntungan/manfaat lainnya secara layak.

Sedangkan mamfaat mempelajari manajemen sumeber daya manusia bagi organisasi atau perusahaan :

1. Organisasi atau perrusahaan akan memiliki system informasi SDM
2. Organisasi atau perusahaan akan memiliki hasil analisis pekerjaan/jabatan
3. Organisasi atau perusahaan akan memiliki kemampuan dalam menyusun dan menetapkan perencanaan SDM
4. Organisasi atau perusahaan akan mampu meningkatkan edesiensi dan efektifitas rekrutmen dan seleksi tenaga kerja
5. Organisasi atau perusahaan akan dapat melaksanakan pelatihan secara efektif and efesien
6. Organisasi atau perusahaan akan dapat melakukan penilaian kerja secara efisien dan efektif
7. Organisasi atau perusahaan akan dapat melaksanakan program dan pembinaan karier secara efesien dan efektif
8. organisasi atau perusahaan akan dapatmenyusun skala upah (gaji) dan mengatur kegiatan berbagai keuntungan/manfaat lainnya dalam mewujutkan system balas jasa bagi para pekerja.

2.2 Budaya organisasi

Budaya organisasi atau perusahaan adalah nilai-nilia yang menjadi pegangan sumber daya manusia dalam menjalankan kewajiban dan perilakunya di dalam organisasi. Nilai-nilai tersebut yang akan memberikan jawaban apakah suatu tindakan benar atau salah dan apakah suatu perilaku dianjurkan atau tidak (Sudaryono, 2014:36).

Dalam organisasi terdapat dua aspek peringkat budaya yaitu aspek fisik (*hard*) yang tampak dalam struktur, kebijakan peraturan-peraturan, teknologi, dan keuangan yang berpengukurannya mudah dan dapat diawasi secara kasat mata serta aspek yang bersifat psikologi (*soft*) yang menyangkut sisi manusiawi dan organisasi seperti nilai-nilai, kepercayaan, keyakinan, budaya dan norma-norma perilaku yang tidak mudah mengukurnya.

Aspek psikologi terutama budaya tidak mudah mengukurnya, tetapi berperan penting dalam membuat, menggerakkan, mengontrol dan mengevaluasi manusia (tenaga kerja), struktur dan kinerja lembaga. Manusia melakukan interaksi antar individu sesuai dengan peran dan fungsinya. Interaksi ini dilakukan terus dalam kurun waktu yang cukup panjang yang akhirnya membentuk suatu pola budaya tertentu yang unik antar satu organisasi dengan organisasi lainnya.

Rousseau dalam Sudaryono (2014:38) mengatakan budaya organisasi memiliki dua atribut yang berbeda. Pertama adalah intensitas, yaitu batas-batas atau tahap-tahap ketika para organisasi atau unit sepakat atas norma-norma, nilai-nilai atau isi budaya lain yang berhubungan dengan organisasi atau unit tersebut. Kedua adalah intergritas, yaitu batas-batas atau tahap-tahap ketika unit yang ada didalam satu organisasi ikut serta memberikan budaya yang umum. Dua atribut tersebut cukup menjelaskan adanya budaya yang diciptakan organisasi mempengaruhi perilaku karyawan dan pelaksanaan budaya organisasi yang dipengaruhi oleh budaya yang dibawa pribadi-pribadi dalam organisasi.

Triatna dalam Sudaryono (2014:48) mencatat lima fungsi budaya organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Pembatasan peran.
Filosofi yang diutarakan oleh pendiri atau pemimpin berfungsi sebagai diskriminan yang membedakan satu organisasi dengan organisasi yang lain, slogan, jargon, atau atribut seperti pakaian seragam, logo dan symbol memberikan batasan sikap dan perilaku setiap anggota organisasi
2. Identitas.
Identitas tertentu dipentingkan anggota sebagai identitas yang membedakan satu dengan yang lain dan memberikan kebanggaan tersendiri
3. Perikat komitmen anggota organisasi.
Perikat social dan perikat para pegawai agar mereka satu langkah dalam melihat kepentingan lembaga secara keseluruhan demi tercapainya standar kinerja lembaga yang telah ditetapkan
4. Peningkat stabilitas sistem sosial.
Penciptaan dan pemeliharaan kerja yang baik melalui aktivitas bersama dalam upacara, syukuran-syukuran, event-event, keolahragaan, dan sebagainya dapat meningkatkan stabilitas system social.
5. Mekanisme kontrol.
Budaya organisasi memberikan petunjuk, sikap dan perilaku anggota kelompok, norma-norma kelompok yang merupakan bagian dari budaya organisasi haruslah *inheren* di dalam hati para anggotanya

2.2.1 Indikator Budaya Organisasi

Robbins dalam Sudaryono (2014:39) mengemukakan bahwa budaya organisasi, dapat dilihat dari tujuh karakteristik, yaitu :

1. Inovasi dan keberanian mengambil resiko
Sejauh mana para karyawan didorong untuk inovasi dan pengambilan resiko.
2. Perhatian terhadap detail
Sejauh mana para karyawan diharapkan memperlihatkan posisi kecermatan, analisis, dan perhatian pada perincian
3. Berorientasi kepada hasil
Sejauh mana manajemen memfokuskan pada hasil, bukan pada teknis dan proses dalam mencapai hasil itu
4. Berorientasi kepada manusia
Sejauh mana keputusan manajemen memfokuskan pada hasil, bukan pada teknis dan proses dalam mencapai hasil itu
5. Berorientasi tim
Sejauh mana kegiatan kerja diorganisasikan sekitar tim-tim bukan individu
6. Agresif
Sejauh mana orang-orang itu agresif dan kompetitif, bukanya suatu santai-santai
7. Stabil
Sejauh mana kegiatan organisasi, menekankan diterapkannya *status quo* sebagai kontras dari pertumbuhan

2.3 Motivasi

Dubin dalam Darwin (2012:15) mengartikan motivasi sebagai kekuatan kompleks yang membuat seseorang berkeinginan memulai dan menjaga kondisi kerja dalam organisasi.

Pegawai yang mempunyai motivasi kuat adalah pegawai yang mempunyai dorongan kuat untuk maju lebih unggul dari pada yang lain dengan menggunakan prinsip kejujuran, tidak cepat merasa puas, inovatif dan tanpa f;ustrasi berlebihan dalam menghadapi aneka perubahan serta mempunyai daya adaptabilitas yang tinggi.

Jelard Greenberg dan Robbert Baron dalam Wibowo (2014:322) mengatakan bahwa motivasi merupakan serangkaian proses yang membangkitkan, mengarahkan, dan menjaga perilaku manusia menuju pada pencapaian tujuan. Membangkitkan berkaitan dengan dorongan atau energy dibelakang tindakan, motivasi juga berkepentingan dengan pilihan yang dilakukan orang dan arah perilaku mereka, sedangkan perilaku menjaga atau memelihara berapa lama orang akan terus berusaha untuk mencapai tujuan

2.3.1 Tipe Motivasi

Motivasi merupakan fenomena hidup yang banyak corak dan ragamnya. Secara umum motivasi dapat diklarifikasikan ke dalam empat jenis, dimana satu sama lain memberi warna terhadap aktivitas manusia. Motivasi yang dimaksud disini tidak terlepas dari konteks manusia dalam organisasi. Motivasi yang mempengaruhi manusia dalam berkerja atau mungkin menjauhi pekerjaan, motivasi tersebut adalah :

1) Motivasi Positif

Bekerja dengan baik, kalau nanti target keuntungan tercapai, anda akan diberi bonus. Demikian pernyataan seorang manajer. Statemen ini merupakan bentuk riil dari inisiatif membangkitkan motivasi secara positif. Motivasi positif didasari atas keinginan manusia untuk mencari keuntungan-keuntungan tertentu. Manusia bekerja didalam organisasi jika dia merasakan bahwa setiap upaya yang dilakukan akan memberikan keuntungan tertentu, apakah besar atau kecil. Dengan demikian motivasi positif merupakan proses pemberian motivasi atau usaha membangkitkan motif, dimana hak itu diarahkan pada usaha untuk mempengaruhi orang lain agar dia bekerja secara baik. Jenis-jenis motivasi positif antara lain: imbalan yang menarik, informasi tentang pekerjaan, kedudukan atau jabatan, perhatian atas terhadap bawahan, kondisi kerja, rasa partisipasi, dianggap penting, pemberian tugas berikut tanggung jawabnya, dan pemberian kesempatan untuk tumbuh dan berkembang.

2) Motivasi Negatif

Siapa saja yang sering terlambat datang atau sering membolos, akan dipotong gajinya. Dengan perilaku seperti itu, jangan berharap anda akan dipromosikan, ini merupakan contoh motivasi negatif. Motivasi negatif sering dikatakan sebagai motivasi yang bersumber dan rasa takut, misalnya, jika dia tidak bekerja akan muncul rasa takut dikeluarkan, takut tidak diberi gaji, dan takut dijauhi rekan kerjanya. Motivasi negative yang berlebihan akan membuat organisasi tidak mampu mencapai tujuan.

3) Motivasi Dari Dalam

Daya berkerja karena terpanggi untuk itu! Ada atau tidak ada pemimpin ditempat, saya akan tetap berkerja sesuai dengan target dan dengan tanggung jawab saya! Statemen itu mencerminka kuatnya motivasi dari dalam yang terkandung dalam diri karyawan. Motivasi diri dalam timbul pada diri pekerjawaktu dia menjalankan tugas-tugas atau pekerjaan bersumber dari dalam diri pekerja itu sendiri. Dengan demikian berarti juga bahwa kesenangan pekerja muncul pada waktu dia berkerja dan dia sendiri menyenangi pekerjaan itu. Motivasi muncul dari dalam diri individu, karena memang individu itu mempunyai kesadaran untuk berbuat. Manusia seperti ini jarang cingcong atau menggerutu. Bagianya berbuat adalah suatu kewajiban, laksana makan sebagai kebutuhan. Paksaan, ancaman, atau imbalan yang bersifat eksternal lainnya memang penting ketimbang aspek-aspek nirmaterial.

4) Motivasi Dari Luar

Motivasi dari luar adalah motivasi yang muncul sebagai akibat adanya pengaruh yang ada diluar pekerjaan dan dari laur diri pekerja itu sendiri. Motivasi dari luar biasanya dikaitkan dengan imbalan. Kesehatan, kesempatan cuti, program rekreasi perusahaan, dan lain-lain. Pada konteks ini manusia organisasional ditempatkan sebagai subjek yang dapat didorong oleh factor luar. Manusia berkerja, karena semata-mata didorong oleh adanya suatu yang ingin dicapai dan dapat pula bersumber dari faktor- faktor di luar subjek.

2.3.2 Indikator Motivasi

Pada hakikatnya motivasi adalah keinginan seseorang dalam bekerja untuk memenuhi segala kebutuhannya. Maslow dalam Yani (2012:57) berpendapat bahwa kebutuhan manusia meningkat sesuai dengan personal grupnya. Ada lima tahapan kebutuhan yang biasanya digambarkan dalam bentuk piramida Abraham H.Maslow. Adapun lima tahap kebutuhan manusia tersebut adalah :

1. Fisik
Karyawan bekerja untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup, seperti sandang, pangan, perumahan. Mungkin bisa digambarkan sebagai fresh graduate yang dengan senang hati menerima pekerjaan pertamanya, yang penting bisa kerja dan bisa memenuhi kebutuhan.
2. Rasa aman
Setelah kebutuhan dasar terpenuhi, karyawan butuh perasaan aman dalam bekerja. Fresh graduate yang dapat kontrak kerja 1 tahun akan mulai berfikir untuk mencari pekerjaan yang lebih permanen. Atau karyawan perusahaan kembang-kempis akan berusaha pindah ke perusahaan yang lebih mapan
3. Sosial
Karyawan adalah makhluk sosial, lingkungan kerja yang menyenangkan akan menjadi kebutuhan berikutnya.
4. Harga diri
Karyawan akan butuh pengakuan dan penghargaan terhadap prestasi kerjanya
5. Aktualisasi diri.
Pada puncak piramid, karyawan mencari personal growth, pengetahuan dan kepuasan bekerja.

2.4 Kinerja

As'ad dalam Sudaryono (2014:63) menyatakan bahwa kinerja merupakan kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan, hal ini menjelaskan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang, yang dapat terlihat melalui aktivitasnya dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Aktivitas ini menggambarkan bagaimana seseorang berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan kata lain, kinerja seseorang terikat dengan bagaimana ia melakukan tugas dan hasil yang telah diraih.

Amstrong dalam Wibowo (2014:9) mengatakan kinerja adalah suatu sarana untuk mendapatkan hasil lebih baik dari organisasi, tim dan individual dalam kerangka kerja yang disepakati dalam perencanaan tujuan, sasaran dan standar. Hasil pekerjaan seseorang tersebut dapat berupa barang atau jasa yang dihasilkannya, jika barang atau jasa yang dihasilkan sesuai yang diharapkan, maka dapat dikatakan kinerjanya baik, sebaliknya jika barang atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai yang diharapkan maka dapat dikatakan kinerjanya buruk.

Untuk melihat apakah hasil kerja seorang pegawai baik atau buruk, maka diperlukanlah penilaian kinerja. Yani (2012:118) menyatakan bahwa penilaian kinerja adalah menilai rasio hasil kerja nyata dengan standar kualitas maupun kuantitas yang dihasilkan setiap karyawan. Penilaian kinerja seorang pegawai merupakan mekanisme penting bagi manajemen, yang dapat digunakan untuk menjelaskan tujuan dan standar kinerja serta memotivasi kinerja individu.

2.4.1 Indikator Kinerja

Kinerja seorang pegawai dapat dilihat dari beberapa indikator, menurut Harsey dalam Wibowo (2014:86) indikator kinerja seseorang dapat dilihat dari :

1. Tujuan
Tujuan merupakan keadaan yang berbeda yang secara aktif dicari oleh seorang individu atau organisasi untuk dicapai. Pengertian tersebut mengandung makna bahwa tujuan bukanlah merupakan persyaratan, juga bukan sebuah keinginan.
2. Standar
Standar mempunyai arti penting karena memberitahukan kepada suatu tujuan dapat diselesaikan. Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Tanpa sadar, tidak dapat diketahui kapan suatu tujuan tercapai.
3. Umpan Balik
Antara tujuan, standar dan umpan balik bersifat saling terkait. Umpan balik melaporkan kemajuan, baik kualitas atau kuantitas, dalam mencapai tujuan yang didefinisikan oleh standar. Umpan balik terutamapenting ketika kita mempertimbangkan *real goals* atau tujuan sebenarnya. Tujuan yang dapat diterima oleh pekerja adalah tujuan bermakna dengan berharga.
4. Alat atau Sarana
Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses. Alat atau sarana merupakan factor penunjang untuk pencapaian tujuan. Tanpa alat sarana tugas pekerjaan spesifik tidak dapat dilakukan dan tujuan tidak dapat diselesaikan sebagaimana seharusnya. Tanpa alat mungkin dapat melakukan pekerjaan.

5. Kompetensi

Kompetensi merupakan persyaratan utama dalam kinerja. Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik. Orang harus melakukan lebih dari sekedar belajar tentang sesuatu, orang harus dapat melakukan pekerjaan dengan baik. Kompetensi memungkinkan seseorang mewujudkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

6. Motif

Motif merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu.

7. Peluang

Pekerja perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjuakan prestasi kerjanya. Terdapat dua factor yang menyumbangkan pada adanya kekurangan kesempatan untuk berprestasi, yaitu ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tehnik Pengumpulan Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yakni penelitian yang dilakukan dengan survei langsung ke objek penelitian. Survei yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu daftar pertanyaan berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan pada responden. Kuesioner yang digunakan berisi angket tertutup dalam bentuk skala sikap dari Likert, dengan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.2 Data Yang Diperlukan

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta yang jumlahnya 43 orang. Data yang diambil menggunakan sampling jenuh yang memiliki pengertian sebagai teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai semua sampel atau untuk penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sedikit atau kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

3.3 Metode Analisis

Untuk mengetahui hasil penelitian ini, maka digunakan teknik analisis data uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, uji t dan uji F

IV. HASIL ANALISIS DATA

4.1 Data Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Kategori	Responden	Persentase
Pria	19	44%
Wanita	24	56%
Total	43	100%

2. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir		
Kategori	Responden	Persentase
S1	32	74%
S2	11	26%
Total	43	100%

3. Berdasarkan Usia

Usia		
Kategori	Responden	Persentase
31-35 tahun	1	2%
36-40 tahun	3	7%
41-45 tahun	13	30%
46-50 tahun	13	30%
lebih dari 50 tahun (>50 tahun)	13	30%
Total	43	100%

4. Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Bekerja		
Kategori	Responden	Persentase
6-10 tahun	2	5%
11-15 tahun	6	14%
16-20 tahun	22	51%
21-25 tahun	7	16%
lebih dari 25 tahun (>25 tahun)	6	14%
Total	43	100%

Sumber : Data yang sudah diolah dari hasil penelitian

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan/ Pernyataan dalam mendefinisikan variabel. Kriteria yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2 = 43 - 2 = 41$, sedangkan $\text{sig } 5\%$, maka didapat r tabel 0,308. Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan/ pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel, jika nilai $\text{Alpa} > 0,60$ maka reliabel. Hasil uji validitas dan reliabel setiap butir-butir pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Uji Validitas Variabel X₁

Pernyataan	Skor Validitas r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,482	0,308	VALID
2	0,486	0,308	VALID
3	0,638	0,308	VALID
4	0,583	0,308	VALID
5	0,762	0,308	VALID
6	0,669	0,308	VALID
7	0,677	0,308	VALID
8	0,543	0,308	VALID
9	0,683	0,308	VALID

Uji Validitas Variabel X₂

Pernyataan	Skor Validitas r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,743	0,308	VALID
2	0,764	0,308	VALID
3	0,855	0,308	VALID
4	0,691	0,308	VALID
5	0,682	0,308	VALID
6	0,708	0,308	VALID

Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	Skor Validitas r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,675	0,308	VALID
2	0,615	0,308	VALID
3	0,603	0,308	VALID
4	0,674	0,308	VALID
5	0,520	0,308	VALID
6	0,627	0,308	VALID
7	0,597	0,308	VALID
8	0,629	0,308	VALID
9	0,682	0,308	VALID
10	0,566	0,308	VALID
11	0,524	0,308	VALID
12	0,478	0,308	VALID
13	0,727	0,308	VALID
14	0,703	0,308	VALID

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Budaya organisasi	0.795	Reliabel
Motivasi	0.836	Reliabel
Kinerja	0.873	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa seluruh item dari pertanyaan budaya organisasi, motivasi dan kinerja dinyatakan valid, karena koefien korelasi dari semua pertanyaan lebih besar dari pada r tabelnya. Hasil uji reliabilitas dari variabel tersebut juga menunjukkan nilai alpha cronbach diatas 0,60 hal ini menunjukkan tingkat kehandalan dari pertanyaan variabel budaya organisasi, motivasi dan kinerja handal.

V. Hasil Penelitian dan Pembahasan

5.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji variabel bebas (budaya organisasi dan motivasi) secara simultan terhadap variabel terikat (kinerja). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1391.94	2	695.97	26.159	.000 ^b
	Residual	1064.222	40	26.606		
	Total	2456.161	42			

Dari hasil pengolahan data uji F, terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 26,159 sedangkan F tabelnya sebesar 3,23, hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.00 (0,00 lebih kecil dari 0,05).

Kesimpulan dari hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh budaya organisasi dan motivasi secara simultan yang signifikan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28, hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.00.

5.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak variable X1 (budaya organisasi) dan X2 (motivasi) secara parsial terhadap Y (kinerja). Adapun hasil uji T dapat dilihat pada tabel dibawah ini .

Tabel Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.336	4.597		2.684	0.011
	X1	0.478	0.188	0.313	2.55	0.015
	X2	1.018	0.232	0.539	4.395	0,00

1. Variabel Budaya Organisasi (X1)

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa nilai t hitung variabel budaya organisasi sebesar 2,55 sedangkan t tabelnya sebesar 2,019. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.015 (0,015 lebih kecil dari 0,05). Kesimpulan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa budaya organisasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28, hal ini ditunjukkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.015.

2. Variabel Motivasi (X2)

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa nilai t hitung variabel motivasi sebesar 4,395 sedangkan t tabelnya sebesar 2,019. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.00 (0,00 lebih kecil dari 0,05). Kesimpulan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa motivasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28, hal ini ditunjukkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,00.

5.3 Persamaan Regresi Berganda

Tabel uji t di atas (*coefficients*) dapat pula menjelaskan persamaan regresi berganda pengaruh budaya organisasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 38. Berdasarkan tabel uji t diatas didapat Persamaan regresi berganda sebagai berikut $Y = 12,336 + 0,478 X_1 + 1,018 X_2$.

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 12,336 ; artinya tanpa budaya organisasi (X_1) dan motivasi(X_2), maka nilai kinerja (Y) sebesar 12,336.
2. Koefisien regresi variabel budaya organisasi (X_1) sebesar 0,478 ; artinya nilai kinerja (Y) akan bertambah sebesar 0,478 apabila budaya organisasi (X_1) ditambah satu satuan.
3. Koefisien regresi variabel motivasi (X_2) sebesar 1,018 ; artinya nilai kinerja (Y) akan bertambah sebesar 1.018 apabila motivasi (X_2) ditambah satu satuan.

5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* pada tabel di bawah ini

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	0.567	0.545	5.15806

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *R square* (dilihat dari *adjusted R square*) sebesar 0,545, hal ini menunjukkan bahwa 54,5 % variabel kinerja tenaga pengajar SMAN 28 Jakarta dipengaruhi oleh variabel budaya organisasi dan motivasi secara simultan sedangkan sisanya sebesar 45,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sementara nilai koefisien korelasi (R) pada tabel di atas diperoleh nilai sebesar 0,753, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel budaya organisasi dan motivasi yang kuat secara simultan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 38.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis dan pembahasan, maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran yang sebaiknya dilaksanakan untuk perbaikan dimasa yang akan datang, Adapun kesimpulan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

6.1 Simpulan

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel budaya organisasi secara parsial terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta, hal ini terlihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.015,
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel motivasi secara parsial terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta, hal ini terlihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.00.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel budaya organisasi dan motivasi secara simultan terhadap kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta, hal ini terlihat dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan tingkat signifikansinya sebesar 0.00. Dari hasil pengolahan data didapat pula persamaan regresi berganda sebesar $Y = 12,336 + 0,478 X_1 + 1,018 X_2$.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, berikut ini disampaikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta dan pihak-pihak yang membutuhkan untuk menjadi masukan dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang, adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi sekolah SMA Negeri 28 Jakarta agar selalu mempertahankan dan meningkatkan budaya organisasi dan motivasi para tenaga pengajar dalam mengajar, karena kedua variabel ini cukup kuat mempengaruhi kinerja para tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta.
2. Bagi peneliti berikutnya yang berminat melakukan penelitian mengenai kinerja tenaga pengajar SMA Negeri 28 Jakarta, dapat meneliti dari variabel selain budaya organisasi dan motivasi, karena masih ada sebesar 45,5 % faktor lainnya yang belum diteliti

Daftar Pustaka

- Danim, S. (2012) Motivasi Kepemimpinan dan Efektifitas Kelompok. Jakarta: Rineka Cipta
- Mangkunegara, Prabu, Anwar, (2012) Evaluasi kinerja SDM. Bandung: PT Refika Aditama
- Sanusi, Anwar. (2011) Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Sudaryono. (2014) Budaya dan Prilaku Organisasi. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Siagian, Sondang. (2014) Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Angkasa
- Wirawan. (2015) Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat
- Wibowo. (2014) Manajemen Kinerja. Bandung: Cempaka
- Yani. (2012) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Mitra Wacana Media

FORMULASI STRATEGI BISNIS MAINAN PT. STB BOGOR

Altatit Dianawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: altatit@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengidentifikasi factor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap perusahaan; (2) untuk merumuskan strategi alternative yang dapat diimplementasikan perusahaan; dan (3) untuk menentukan strategi prioritas berdasarkan lingkungan perusahaan. Studi ini memakai tiga metode. Pertama, data diinput dengan menggunakan pendekatan PEST, analisis industri dengan memakai lima model Porter, dan analisis fungsi yang ditunjukkan dalam matrik IFE dan EFE. Kedua, dengan memadukan matriks Internal-Eksternal (IE). Ketiga, dengan membuat keputusan menggunakan QSPM. Hasil analisis internal adalah 2.627 sedangkan analisis eksternal adalah 2.564. Hasil ini meletakkan PT STB pada kuadran ke lima (Tahan dan Pelihara) di dalam kerangka matriks IE, sehingga strategi yang tepat adalah melakukan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil dari matriks IE mempunyai beberapa alternative, yakni penetrasi pasar dan pengembangan, peningkatan keahlian karyawan, pendekatan manfaat-biaya, dan strategi manajemen operasi. Dari enam strategi alternative terseleksi dengan menggunakan QSPM, alternative manfaat-biaya terpilih sebagai prioritas utama strategi untuk diimplementasikan. Hasil ini menyarankan bahwa manajemen untuk menerapkan strategi manfaat-biaya tanpa mengabaikan alternatif strategi lainnya.

Kata kunci: Strategi, Matriks IFE dan FE, Matriks IE, QSPM

Abstract

The purpose of this study was (1) to identify external factors and internal factors influence company (2) to formulate alternative strategies that could be implemented by company, and (3) to determine the priority strategy based on company environment. This study used three step methods. First step was data input using PEST approach, industrial analysis using Five Porter's models, and function analysis showed in the IFE and the EFE Matrix. Second step was matching by using Internal-External (IE) Matrix. Third step was making decision using QSPM. The result of internal analysis was 2,627 whereas external analysis was 2,564. This result put PT. STB in fifth quadrant (Hold and Maintain) in frame or Internal-External Matrix with appropriate strategies are market penetration and product development. The result of IE Matrix obtained several alternatives; they are market penetration and development, increase employee skill, cost-benefit approach, and operation management strategy. From the six selected alternative strategies by using QSPM, cost-benefit has been choosen as the top priority to be implemented as appropriate strategy. The result suggest the management to implement cost-benefit strategy without neglecting other strategy.

Keywords: strategies, IFE and EFE Matrix, IEMatrix, QSPM.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri mainan Indonesia tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik saja, tetapi juga pasar dunia. Perluasan pasar tersebut menyebabkan peningkatan kapasitas industri, perdagangan ekspor, dan menciptakan lapangan kerja. Industri mainan merupakan salah satu industri yang berpeluang besar untuk investasi asing karena tidak memerlukan banyak lahan dan air, tidak menimbulkan polusi, padat modal, dan berorientasi ekspor. PT. Safira Tumbuh Berkembang (PT. STB), perusahaan yang bergerak dalam industri mainan berbahan baku kayu, pemasaran produknya sebagian besar ditujukan untuk luar negeri. Selama ini PT. STB belum memiliki rumusan strategi yang tertulis berdasarkan kondisi internal perusahaan sebagai antisipasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pada tahun 2016, PT. STB mengalami pemutusan kerjasama dengan TRUDI (Italia) yang merupakan pembeli tetapnya sehingga menyebabkan penurunan produksi. Didorong juga oleh ketidakpastian politik dan ekonomi, PT. STB perlu menerapkan langkah strategis dan terintegrasi untuk tetap bertahan dalam lingkungan bisnis dan mampu menghadapi perubahan faktor eksternal yang umumnya tidak bisa dikontrol oleh perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi kinerja dan perkembangan PT. STB?

- Alternatif strategi apa saja yang dapat dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal serta sumber daya yang dimiliki?
- Strategi apa yang sebaiknya dilakukan oleh PT. STB?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- Menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan perkembangan perusahaan
- Memformulasikan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan PT. STB sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan
- Memberi rekomendasi prioritas alternatif strategi sesuai dengan kondisi lingkungan perusahaan berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang diperoleh

2. Tinjauan Literatur

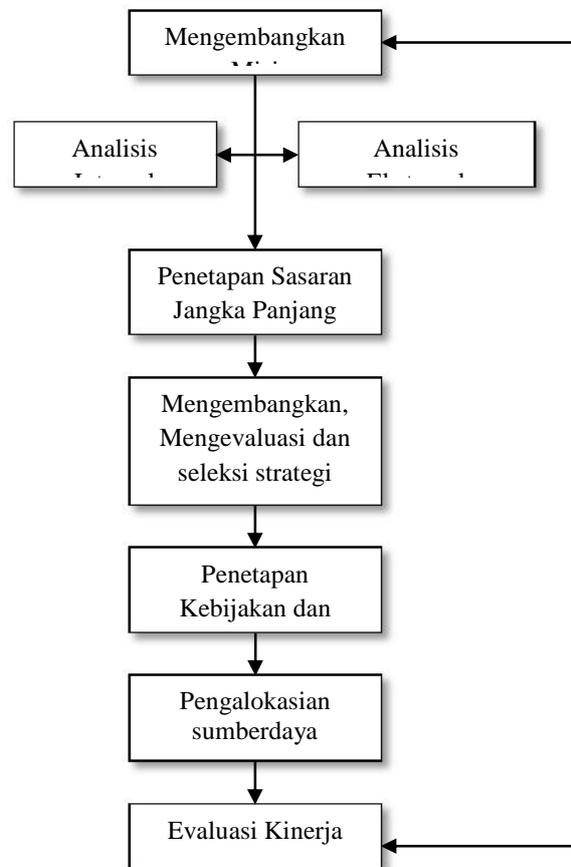
2.1. Manajemen Strategi

David (2002) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sasaran jangka panjang, dimana perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan termasuk dalam strategi bisnis. Selanjutnya, menurut Hax dan Majluf (1996), strategi merupakan konsep multidimensi yang meliputi keseluruhan aktivitas kritis perusahaan serta melengkapi aktivitas-aktivitas tersebut dengan petunjuk dan tujuan yang selanjutnya dapat mendukung perusahaan apabila terjadi perubahan lingkungan.

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Hunger dan Wheelen, 2001). Menurut David (2002), manajemen strategi merupakan ilmu dan seni dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategi terbagi tiga tahapan (David, 2002) seperti yang dipaparkan dibawah ini :

- Formulasi strategi, yang meliputi penyusunan misi, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, penyusunan tujuan jangka panjang, penyusunan alternatif strategi, dan pemilihan strategi tertentu yang akan dijalankan.
- Implementasi strategi, merupakan tindakan dalam manajemen strategi diantaranya menentukan sasaran atau tujuan tahunan dan kebijakan, memotivasi karyawan serta alokasi sumber daya secara efektif
- Evaluasi strategi, sebagai tahap akhir dalam proses manajemen strategi yang mencakup: (1) evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang didasarkan pada strategi saat ini; (2) mengukur kinerja; dan (3) mengadakan perbaikan kegiatan yang dilaksanakan

Model manajemen strategi tiga tahapan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Manajemen Strategi (David, 2002)

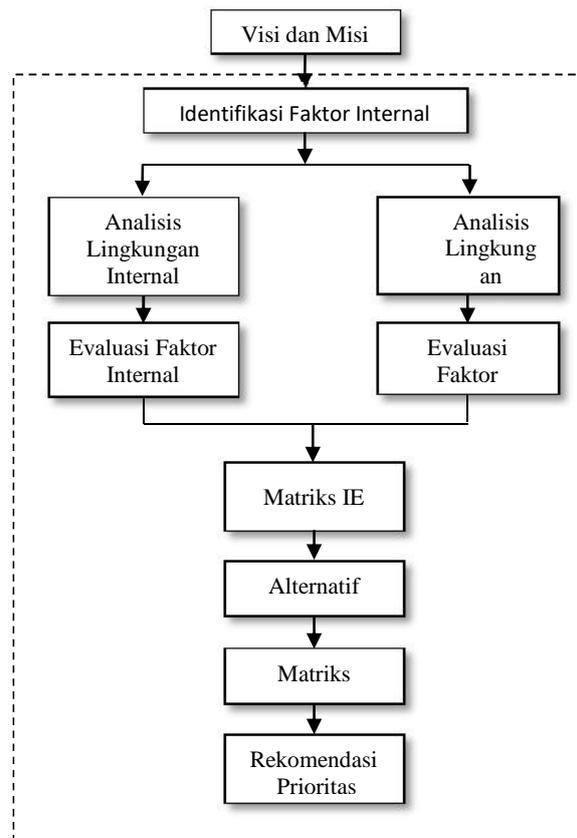
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam menyusun formulasi strategi terdapat tiga tahapan pekerjaan, yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Sebagai tahap input dalam penelitian ini adalah merangkum informasi yang diperlukan, dengan cara mengidentifikasi dan menganalisa lingkungan internal dan eksternal.

Lingkungan internal berkaitan dengan lingkungan dalam perusahaan yang meliputi manajemen, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, sistim informasi komputer, serta operasi produksi. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan makro yang meliputi kondisi politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi serta lingkungan mikro melalui analisis persaingan industri. Analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal tersaji dalam Matriks IFE dan Matriks EFE.

Tahap kedua merupakan tahap penyesuaian dan perumusan alternatif strategi yang dikembangkan melalui penyesuaian antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Alat analisis yang digunakan adalah Matriks IE. Dengan diketahuinya nilai dari matriks IFE dan matriks EFE maka posisi perusahaan dapat dipetakan dalam matriks IE.

Tahap ketiga adalah tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan Matriks QSP. Teknik ini digunakan untuk menentukan prioritas alternatif strategi yang dapat digunakan oleh PT. STB. Penentuan peringkat strategi dilakukan dengan cara membuat daftar prioritas dan dirancang untuk menetapkan nilai daya tarik dengan menggunakan masukan dari tahap input dan tahap penyesuaian. Alur kerangka penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

3. Metodologi Penelitian

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk memperoleh gambaran secara lengkap mengenai PT. STB. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif

Data primer diperoleh dari observasi secara langsung, wawancara, dan pengisian kuesioner oleh responden. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka, laporan perusahaan, data dari instansi terkait, serta berbagai media lainnya.

Data serta informasi dikumpulkan dari responden internal yang ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) dan responden eksternal yang dipilih secara *snowball*. Responden yang dipilih merupakan orang-orang yang berkontribusi besar terhadap perumusan dan pelaksanaan strategi perusahaan.

Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan, wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden terpilih. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner semi terstruktur yang pengisiannya dipandu oleh peneliti. Pemberian kuesioner kepada responden terdiri dari empat tahap. Tahap pertama adalah kuesioner untuk mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal. Tahap kedua adalah pemberian bobot tiap faktor hasil identifikasi pada kuesioner tahap pertama dan pemberian bobot pada analisis persaingan industri. Tahap ketiga adalah kuesioner penilaian terhadap faktor strategis, yang meliputi pemberian bobot dan peringkat, serta penilaian variabel pada analisis persaingan industri. Tahap keempat adalah kuesioner penentuan prioritas alternatif strategi. Pengisian kuesioner tahap kesatu hingga tahap ketiga dilakukan oleh semua responden sedangkan untuk tahap keempat pengisian kuesioner hanya dilakukan oleh responden internal saja.

Data sekunder dikumpulkan dari studi pustaka, laporan perusahaan, data dari Asosiasi Pengusaha Mainan Indonesia (APMI), data dari instansi terkait, seperti BPS dan Kemendag, serta berbagai media, seperti internet, majalah, jurnal, dan sumber terkait lainnya.

3.2. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- Mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan berdasarkan observasi langsung, wawancara, dan hasil pengisian kuesioner.
- Melakukan penilaian terhadap lingkungan internal perusahaan dengan menggunakan Matriks IFE dan lingkungan eksternal dengan menggunakan Matriks EFE. Penilaian tersebut meliputi pembobotan dan penentuan peringkat terhadap tiap faktor strategis yang diperoleh. Dari hasil penilaian masing-masing matriks tersebut selanjutnya dibuat interpretasi.
- Melakukan analisis dengan menggunakan matriks IE untuk mengetahui posisi perusahaan berdasarkan matriks IFE dan matriks EFE yang telah diperoleh.
- Menyusun alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks IE
- Melakukan analisis prioritas strategi yang direkomendasikan kepada perusahaan dengan menggunakan matriks QSP

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Faktor Strategis Eksternal dan Internal

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada di luar perusahaan namun mempengaruhi kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan umum dan lingkungan industri. Lingkungan umum yang mempengaruhi industri dalam penelitian ini dibatasi pada empat faktor, yaitu politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi. Pada aspek politik meliputi kebijakan pemerintah, politik dan hukum. Aspek ekonomi diukur dengan parameter perekonomian dunia, pertumbuhan ekonomi Indonesia, nilai tukar, tingkat suku bunga, fluktuasi nilai tukar. Aspek sosial budaya meliputi jumlah penduduk, tawaran pameran, isu-isu lingkungan. Aspek teknologi diantaranya diukur dengan parameter kecanggihan teknologi.

Analisis lingkungan industri bertujuan untuk mengidentifikasi dan menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi persaingan dalam industri tersebut. Intensitas persaingan industri didasari lima aspek utama yang meliputi ancaman masuknya pendatang baru, persaingan antar industri, ancaman adanya produk substitusi, kekuatan tawar pemasok, dan kekuatan tawar pembeli. Variabel ancaman **pendatang baru** dalam suatu industri terdiri dari skala ekonomi, diferensiasi produk yang dihasilkan, kebutuhan modal yang besar, besarnya biaya pengalihan, akses ke saluran distribusi, dan kebijakan pemerintah. **Persaingan dalam suatu industri** berhubungan dengan faktor jumlah pesaing yang bertambah dalam hal ukuran dan kapasitas, tingkat pertumbuhan industri yang tinggi, biaya tetap yang besar, karakteristik produk yang hampir serupa, hambatan keluar industri yang sulit.

Ancaman produk substitusi dalam industri mainan adalah produk yang memiliki fungsi sama, tingkat harga produk substitusi, dan perkembangan teknologi. Berikutnya adalah **kekuatan tawar pemasok** yang memuat variabel jumlah pemasok, tingkat diferensiasi produk yang ditawarkan, kepentingan pelanggan industri, ancaman adanya produk substitusi, dan ancaman integrasi oleh pemasok. Sementara **kekuatan tawar pembeli** akan dipengaruhi jumlah pembeli, nilai produk bagi pembeli, kepentingan kualitas produk, informasi yang dimiliki pembeli, serta integrasi ke belakang oleh pembeli.

Pendekatan yang dilakukan dalam menganalisis lingkungan internal perusahaan untuk penelitian ini adalah pendekatan fungsional. Lingkungan fungsional yang dianalisis dikategorikan ke dalam operasional kerja organisasi, antara lain adalah **manajemen umum** (lokasi perusahaan yang strategis dan kelayakan tempat produksi, citra perusahaan), **sumberdaya manusia** (kompensasi dan kesejahteraan, kualitas sdm), **produksi dan operasi** (kualitas produk yang baik dan stabil, kemudahan mendapatkan bahan baku, harga produk bersaing, biaya produksi efisien,), **pemasaran dan distribusi** (jaringan pemasaran dan distribusi), **keuangan** (ketersediaan modal dan kuatnya posisi keuangan perusahaan), dan **penelitian dan pengembangan** (produk inovatif dan sesuai kebutuhan).

4.2. Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFE, diperoleh skor 2,627 yang menunjukkan posisi PT. STB berada pada kategori sedang. Hal tersebut berarti bahwa posisi internal PT. STB cukup kuat sehingga perusahaan mampu memanfaatkan kekuatan dan meminimalisasi kelemahan. Hasil analisis matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Matriks IFE

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Nilai	Skor
Kekuatan				
	Kualitas produk yang baik	0,071	4	0,283
2.	Tingkat teknologi yang dimiliki	0,082	3	0,247
3.	Kepercayaan pembeli/pelanggan	0,059	4	0,235
4.	Citra perusahaan yang baik	0,079	4	0,317
5.	Lokasi perusahaan yang strategis	0,091	3	0,273
6.	Penggunaan e-bisnis	0,079	4	0,317
7.	Kemitraan dengan asosiasi	0,068	4	0,273
Kelemahan				
1.	Akses bahan baku masih sulit	0,062	1	0,062
2.	Pembagian tugas yang belum jelas	0,080	2	0,160
3.	Kurangnya permodalan	0,060	1	0,060
4.	Kapasitas produksi belum optimum	0,068	2	0,135
5.	Sistem pemasaran yang kurang efektif	0,064	1	0,064
6.	Biaya produksi yang belum efisien	0,064	2	0,127
7.	Kurangnya pengawasan kegiatan produksi	0,073	1	0,073
Total		1,000		2,627

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan, yang meliputi peluang dan ancaman. Analisis Matriks EFE menghasilkan skor 2,564 yang menunjukkan posisi PT. STB berada pada kategori sedang. Artinya PT. STB berada di bawah rata-rata dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Adapun Matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Matriks EFE

	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Nilai	Skor
Peluang				
1.	Pertumbuhan ekonomi	0,085	3	0,254
2.	Fluktuasi nilai tukar	0,075	3	0,224
3.	Perkembangan teknologi informasi	0,069	2	0,138
4.	Tawaran mengikuti pemeran	0,056	3	0,167
5.	Kesepakatan WTO	0,081	2	0,161
6.	Pertumbuhan industri mainan	0,076	4	0,302
7.	Kebijakan fiskal (pajak ekspor)	0,076	2	0,153
8.	Tingkat persaingan antar industri	0,035	4	0,140
9.	Kekuatan tawar pembeli	0,064	4	0,256
Ancaman				
1.	Penurunan desain	0,071	2	0,141
2.	Tingkat inflasi	0,066	2	0,133
3.	Kenaikan suku bunga	0,089	2	0,178
4.	Situasi politik dalam negeri	0,076	2	0,153
5.	Kenaikan tarif listrik dan bbm	0,082	2	0,164
Total		1,000		2,564

4.3. Matriks Internal Eksternal (IE Matrix)

Penggabungan matriks IFE dan matriks EFE menghasilkan matriks IE. Posisi PT. STB dalam matriks IE berada pada kuadran V (2,627 ; 2,564) yang dikelola dengan strategi pertahankan dan pelihara (*Hold and Maintain*).

Adapun strategi yang banyak dilakukan pada kuadran ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk (David, 2002). Matriks IE PT. STB dapat dilihat pada Gambar 3.

Total Nilai IFE yang Diberi Bobot				
	4.0	Kuat 3.0-4.0	Sedang 2.0- 2.99	Lemah 1.0- 1.99
Total Nilai EFE yang Diberi Bobot	Tinggi 3.0-4.0 3.0	I	II	III
	Sedang 2.0-2.99 2.0	IV	V (2,627; 2,564)	VI
	Rendah 1.0-1,99 1.0	VII	VIII	IX

Gambar 3. Matriks Internal-Eksternal PT. STB

4.4. Alternatif Strategi

Dari matriks IE diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh PT. STB. Alternatif - alternatif tersebut adalah sebagai berikut :

- **Strategi penetrasi dan pengembangan pasar**

Alternatif ini didukung oleh sumber daya yang dimiliki PT. STB diantaranya kualitas produk yang baik, citra perusahaan yang baik, adanya kepercayaan dari pembeli dan perusahaan telah menggunakan e-bisnis.

Strategi tersebut juga didukung oleh peluang seperti pertumbuhan ekonomi, kenaikan nilai tukar US Dollar terhadap Rupiah, kesepakatan WTO, pertumbuhan industri mainan serta kekuatan tawar pembeli. Selama ini PT. STB memiliki pelanggan tetap sejak tahun 2001 yaitu *Zig Zag GmbH* (Swiss) dan *Harleijkn* (Belanda) serta pelanggan dalam negeri yaitu Kayu Kayu *wooden toys*. Perusahaan harus menjajaki kemungkinan pelanggan menambah jumlah produk pesanan karena telah memiliki hubungan yang baik serta kepercayaan dari pelanggan berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan.

Strategi pengembangan pasar dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan produk ke wilayah geografis yang baru. Selama ini PT. STB juga memiliki pelanggan yang tidak tetap. Ini dapat digunakan sebagai peluang untuk mengembangkan pasar. Sebagai konsekuensinya perusahaan harus menggunakan sumber daya optimalnya untuk memperoleh pelanggan tetap yang baru. Selain itu perusahaan telah memiliki situs yang dapat digunakan sebagai media promosi dan bisa diakses oleh segmen tertentu. Demikian pula dengan partisipasi PT. STB pada pameran, baik skala nasional maupun internasional, sebagai cara untuk memperkenalkan diri kepada lingkungan lebih luas.

Untuk mengembangkan pasar ke wilayah baru, PT. STB didukung oleh kondisi eksternal seperti pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan industri mainan. Diharapkan dengan kondisi tersebut dapat tercipta lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan perusahaan, seperti peningkatan kapasitas produksi dan kapasitas penjualan.

Untuk pemasaran ke luar negeri, PT. STB memiliki peluang dengan adanya ketentuan WTO tentang tidak adanya bea masuk ke negara anggota. PT. STB masih mampu untuk menerima pesanan dari pelanggan baru. Hal ini disebabkan karena pesanan dari pelanggan tetap yang ada selama ini mengalami kenaikan pada saat tertentu (bersifat musiman), seperti liburan dan perayaan hari besar. Pesanan dari pelanggan baru tersebut bisa terpenuhi apabila tidak mengganggu jadwal pesanan pelanggan tetap sebelumnya atau PT. STB menyediakan tambahan waktu kerja (lembur) jika pemenuhan pesanan tersebut menguntungkan bagi perusahaan.

- **Strategi pengembangan produk**

Strategi pengembangan produk adalah strategi meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada. Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang diterapkan oleh perusahaan yang telah lama memasarkan produknya ke pasar dan dirasakan produk tersebut mengalami kejenuhan. Langkah perusahaan selanjutnya adalah memodifikasi produk dengan mengeluarkan produk baru yang merupakan varian produk sebelumnya, namun dengan menawarkan kelebihan, atau perusahaan mengembangkan produk yang benar-benar baru tetapi masih dalam lingkup kompetensinya.

Alternatif strategi pengembangan produk bagi PT. STB didukung oleh kualitas produk yang tinggi dan tingkat teknologi yang dimiliki perusahaan. Selama ini, produk mainan yang dihasilkan PT. STB ditujukan untuk usia 2 - 4 tahun. PT. STB sebaiknya juga mengembangkan produknya untuk segmen usia lebih dari 4 tahun, misalnya 6 - 8 tahun.

Demikian pula dengan variasi produk dikembangkan menjadi produk yang memiliki tema tertentu, misalnya untuk pendidikan, hadiah, bahkan untuk asesoris interior ruangan. Kelebihan dari strategi tersebut adalah untuk mempertahankan konsumen yang sebelumnya telah menggunakan produk PT. STB dan mengembangkan kepada kelompok konsumen yang baru.

- **Strategi pengembangan SDM dan manajemen**

Strategi pengembangan SDM berkaitan dengan cara pengembangan ketrampilan tenaga kerja untuk meningkatkan produktivitas. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan. Bentuk pelatihan tersebut berbeda untuk posisi yang berbeda. Untuk posisi staf dan supervisor, dengan mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh lembaga eksternal perusahaan yang bersifat kepemimpinan, disiplin kerja, pengawasan produksi, pengawasan mutu, dan sebagainya. Untuk bagian produksi yang tidak terlalu memerlukan supervisor, pengawasan kualitas komponen dapat dilakukan oleh operator. Untuk operator, dapat dilakukan pertemuan dengan waktu tertentu, misalnya pertemuan harian dengan supervisor sebelum memulai pekerjaan sebagai sosialisasi petunjuk pelaksanaan kerja yang akan dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi standar operasi dan meningkatkan disiplin kerja. Disamping itu, pertemuan rutin tersebut juga untuk menjalin hubungan yang baik antar karyawan sebagai salah satu cara untuk menciptakan kenyamanan lingkungan kerja.

Perusahaan, dalam hal ini departemen sumber daya manusia, hendaknya menyusun *job description* yang jelas karena sering terjadi penumpukan pekerjaan dan tumpang tindih wewenang karena adanya posisi yang kurang efektif.

Adanya *job description* ini akan memperjelas jenis pekerjaan yang harus dilakukan, batasan pekerjaan, serta wewenang untuk tiap posisi. Dengan adanya penyusunan *job description* tidak menutup kemungkinan struktur organisasi perusahaan juga berubah untuk membentuk mekanisme kerja yang lebih efektif.

- **Strategi unggul biaya**

Strategi unggul biaya dilakukan dengan cara penghilangan hal-hal atau aktivitas yang tidak efisien. PT. STB memiliki beberapa mesin yang tidak produktif karena mesin tersebut berkapasitas terlalu besar dalam menghasilkan suatu komponen yang tidak diikuti oleh kapasitas mesin lainnya untuk menghasilkan produk tertentu. Meskipun tidak produktif, penumpukan mesin ini membutuhkan tempat penyimpanan dan biaya perawatan. PT. STB bisa menjual mesin tersebut atau dengan melakukan barter dengan perusahaan lain. Dengan demikian PT. STB dapat tambahan modal kerja atau memperoleh mesin yang benar-benar menjadi kebutuhan produksi.

Ketidakefisienan juga terlihat dari jarak tempat penggunaan bahan baku dengan tempat penyimpanan bahan baku yang cukup berjauhan. Pengambilan bahan baku membutuhkan waktu yang setara dengan waktu untuk menghasilkan produk. Ketidakefisienan tersebut bisa diatasi dengan cara mengubah tata letak antara tempat penggunaan bahan baku dengan tempat penyimpanan bahan baku sehingga tidak memerlukan waktu pengambilan yang lama. Demikian pula dengan pembelian bahan baku yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan maka akan terjadi penumpukan.

Maka dari itu untuk menghindari penumpukan bahan baku, diperlukan perencanaan penggunaan bahan baku melalui *Supply Chain Management*.

Strategi unggul biaya dilakukan untuk mempertahankan harga kepada pelanggan supaya tetap mempertahankan kepercayaan yang telah dibina selama ini. Selain mempertahankan harga, strategi unggul biaya bisa untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Disamping itu, perusahaan dihadapkan kepada hal-hal yang dapat meningkatkan biaya operasional seperti kenaikan BBM, kenaikan TDL, biaya telepon, inflasi serta suku bunga.

- **Strategi manajemen operasi**

Perusahaan masih memiliki beberapa kelemahan dalam proses produksi. Strategi ini diarahkan untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut, seperti akses bahan baku utama yang masih sulit, kapasitas produksi belum optimum, biaya produksi yang belum efisien, serta kurangnya pengawasan produksi. Disamping itu produksi juga memiliki kekuatan tingkat teknologi yang dimiliki serta kualitas produk yang dihasilkan.

Kapasitas produksi selama ini mencapai 80 - 85 persen dari kapasitas optimumnya. Hal ini akan menyebabkan waktu yang lebih lama dan energi yang digunakan lebih banyak sehingga biaya produksi belum efisien. Akses bahan baku utama yang masih sulit mempengaruhi konsistensi penjadwalan produksi yang telah dibuat.

4.5. Prioritas Strategi

Tidak semua alternatif strategi diimplementasikan secara bersamaan karena keterbatasan sumber daya perusahaan, sehingga alternatif strategi tersebut harus diurutkan berdasarkan prioritas.

Urutan prioritas strategi yang mungkin akan diimplementasikan dianalisa dengan menggunakan QSPM berdasarkan nilai total daya tarik (*total attractive score/TAS*).

Prioritas alternatif strategi tersebut dipilih berdasarkan tingkat kesesuaian dengan faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang diperoleh dari tahap sebelumnya. Hasil rekapitulasi Matriks QSP dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks QSP PT. STB

No	Faktor Strategis	Bobot	Strategi A		Strategi B		Strategi C		Strategi D		Strategi E	
			AS	TAS								
Internal												
a.	Kualitas produk yang baik	0,071	4	0,248	4	0,248	4	0,248	3	0,186	4	0,248
b.	Tingkat teknologi yang dimiliki	0,082	4	0,286	4	0,286	3	0,214	3	0,214	4	0,286
c.	Kepercayaan pembeli/pelanggan	0,059	4	0,214	4	0,214	3	0,161	3	0,161	4	0,214
d.	Citra perusahaan yang baik	0,079	4	0,283	4	0,283	3	0,213	3	0,213	4	0,283
e.	Lokasi perusahaan yang strategis	0,091	2	0,158	4	0,317	3	0,238	3	0,238	4	0,317
f.	Pemanfaatan e-bisnis	0,079	2	0,140	3	0,211	2	0,140	3	0,211	3	0,211
g.	Kemitraan dengan asosiasi	0,068	3	0,186	3	0,186	4	0,248	3	0,186	2	0,124
h.	Kemudahan bahan baku	0,062	2	0,106	2	0,106	2	0,106	3	0,159	2	0,106
i.	Pembagian tugas belum jelas	0,080	2	0,136	2	0,136	2	0,136	4	0,271	3	0,204
j.	Kurangnya permodalan	0,060	3	0,154	2	0,102	3	0,154	4	0,205	3	0,154
k.	Kapasitas produksi belum optimum	0,068	3	0,173	2	0,115	3	0,173	3	0,173	3	0,173
l.	Sistem pemasaran yang belum efektif	0,064	1	0,055	2	0,111	1	0,055	4	0,221	4	0,221
m.	Biaya produksi yang belum efisien	0,064	2	0,108	3	0,163	3	0,163	4	0,217	4	0,217
n.	Pengawasan kegiatan produksi kurang	0,073	3	0,188	2	0,125	3	0,188	4	0,250	4	0,250
Eksternal												
a.	Pertumbuhan ekonomi	0,085	4	0,351	3	0,263	3	0,263	4	0,351	3	0,263
b.	Fluktuasi nilai tukar	0,075	4	0,299	3	0,224	3	0,224	3	0,224	3	0,224
c.	Perkembangan teknologi informasi	0,069	4	0,268	4	0,268	4	0,268	1	0,067	2	0,134
d.	Tawaran mengikuti pemeran	0,056	3	0,218	4	0,290	4	0,290	4	0,290	4	0,290
e.	Kesepakatan NAFTA/WTO	0,081	1	0,103	3	0,308	3	0,308	2	0,206	2	0,206
f.	Pertumbuhan industri mainan	0,076	2	0,136	3	0,205	3	0,205	2	0,136	1	0,068
g.	Kebijakan fiskal (pajak ekspor)	0,076	1	0,092	2	0,184	2	0,184	2	0,184	1	0,092
h.	Penurunan desain	0,071	1	0,077	1	0,077	1	0,077	2	0,154	1	0,077
i.	Tingkat inflasi	0,066	1	0,087	1	0,087	1	0,087	1	0,087	1	0,087
j.	Kenaikan suku bunga	0,089	1	0,095	1	0,095	1	0,095	1	0,095	1	0,095
k.	Situasi politik dalam negeri	0,076	1	0,084	1	0,084	1	0,084	1	0,084	1	0,084
l.	Kenaikan tarif listrik dan BBM	0,082	1	0,092	1	0,092	1	0,092	1	0,092	1	0,092
m.	Persaingan antar industri	0,035	4	0,140	4	0,140	1	0,035	4	0,140	2	0,070
n.	Kekuatan tawar pembeli	0,064	3	0,192	4	0,256	1	0,064	3	0,192	2	0,128
Total Nilai Daya Tarik				4,893		5,354		4,872		5,442		5,186

Keterangan :

Strategi A = Strategi Penetrasi dan Pengembangan Pasar

Strategi B = Strategi Pengembangan Produk

Strategi C = Strategi Pengembangan SDM dan Manajemen

Strategi D = Strategi Unggul Biaya

Strategi E = Strategi Manajemen Operasi

AS = *Attractifness Score* (Nilai Daya Tarik)

TAS = *Total Attractifness Score* (Total Nilai Daya Tarik)

5. Kesimpulan dan Saran

Lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari lingkungan eksternal makro dan lingkungan eksternal mikro. Analisis lingkungan eksternal makro terdiri dari faktor politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi. Analisis lingkungan eksternal mikro (persaingan industri) PT. STB dalam industri termasuk dalam kategori sedang. Variabel dominan yang mempengaruhi industri mainan secara berurutan adalah tingkat persaingan dalam industri, adanya produk substitusi, kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar pemasok, dan ancaman pendatang baru.

Identifikasi terhadap lingkungan makro diperoleh faktor-faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan oleh PT.STB antara lain pertumbuhan ekonomi, fluktuasi nilai tukar, perkembangan teknologi informasi, tawaran mengikuti pameran, kesepakatan WTO, pertumbuhan industri mainan, kebijakan fiskal (pajak ekspor), tingkat persaingan antar industri, dan kekuatan tawar pembeli. Selain peluang, perusahaan harus menghadapi ancaman seperti penuruan desain, tingkat inflasi, kenaikan suku bunga, situasi politik dalam negeri, serta kenaikan tarif listrik dan BBM.

Identifikasi lingkungan internal PT. STB dianalisa dengan pendekatan fungsional menghasilkan faktor strategis internal yang digolongkan menjadi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan antara lain kualitas produk yang baik, tingkat teknologi yang dimiliki, citra perusahaan yang baik, kepercayaan pelanggan/pembeli, lokasi perusahaan yang strategis, penggunaan e-bisnis, dan kemitraan dengan asosiasi. Kelemahan antara lain akses bahan baku utama masih sulit, pembagian tugas yang belum jelas, kurangnya permodalan, kapasitas produksi belum optimum, sistem pemasaran yang kurang efektif, biaya produksi yang belum efisien serta kurangnya pengawasan produksi.

Alternatif strategi berdasarkan Matriks IE berada di kuadran V, yaitu pertahankan dan pelihara (*hold and maintain*) dengan strategi yang sering dilakukan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Alternatif-alternatif strategi yang diperoleh diurutkan berdasarkan prioritas dan sumber daya perusahaan. Adapun urutan prioritas alternatif strategi berdasarkan Matriks QSP adalah strategi unggul biaya, strategi pengembangan produk, strategi manajemen operasi, strategi penetrasi dan pengembangan pasar, serta strategi pengembangan SDM dan manajemen.

Sebagai industri yang menggunakan banyak tenaga kerja, PT. STB perlu mengetahui faktor motivasi kerja karyawan. Dengan demikian diharapkan perusahaan mengetahui langkah yang akan dilakukan untuk meningkatkan produktivitas. Perlu disusun juga *job description* dan *job evaluation* untuk penentuan sistem penggajian mengingat perusahaan sendiri belum memiliki ketentuan standar gaji berdasarkan kinerja karyawan, selain untuk memperjelas tugas dan wewenang karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, S. 2002. Formulasi Strategi Bisnis PT. Socfin Industri Dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan. Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor. Tesis. Tidak dipublikasikan.
- Christiastuti, G. 1998. Bonekaku Malang, Bonekaku Sayang. Warta Ekonomi No. 18/Th. X/21 September 1998. Halaman 24.
- David, F. R. 2002. Manajemen Strategi Konsep. Edisi ke-7. Terjemahan. Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta.
- Hamel, G. dan C.K. Prahalad. 1995. Kompetisi Masa Depan. Terjemahan. Penerbit Bina Rupa, Jakarta.
- Hax, A.C. dan N.G. Majluf. 1991. The Strategic Process : A Pragmatic Approach. Prentice Hall International, New Jersey.
- Hitt, M.A. , R.D. Ireland, dan R.E. Hoskisson. 1999. Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi. Terjemahan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- <http://www.bi.go.id>. Kondisi Makroekonomi Dan Moneter : Semakin Stabil Dan Membaik
- <http://www.dprin.go.id>
- <http://www.dki.go.id>
- Hunger, J.D. dan T.L. Wheelen. 1995. Manajemen strategis. Edisi ke-5. Terjemahan. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Indonesian Commercial Newsletter. 2003. Blackout Threatens with Crisis in Power Supply. Data Consult No. 369. Edisi 12 Agustus 2003. Halaman 5 – 21.
- Indonesian Toy Directory 2003-2004. Fourth edition. Asosiasi Pengusaha Mainan Indonesia. Jakarta.
- Mohamad, K. 2003. Bisnis Mainan Yang Tidak Main-main. Infobank No. 284. Edisi Januari 2003. Halaman 62-63.
- Kharisma, B. 2002. Formulasi Strategi Bisnis PT. Citra Agro Buana Semesta. Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor. Tesis. Tidak dipublikasikan.
- Pearce, J.A. dan J.R.B. Robinson. 1991. Strategic Management : Formulating, Implementation, and Control. The Free Press, New York.
- Porter, M.E. 1991. Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing. Terjemahan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- PT. Capricorn Indonesia Consult Inc. 1999. APMI Predicts Toy Exports Back to Normal This Year. No. 232. Edisi 4 September 1999. Halaman 29-30.
- _____. 2001. Export Opportunity of Toys to Thailand is Open Wide. Indocommercial No. 265. Edisi 19 Januari 2001. Halaman 27-30
- _____. 2003. Toys exports Threatened For Being Not Competitive. Indocommercial No. 313. Edisi 19 Januari 2003. halaman 34-35.
- _____. 2003. Prospect of Toy Industry and Market in Indonesia. Indocommercial No. 320. Edisi 4 Mei 2003. halaman 3-20
- Purnomo H.S. dan Zulkieflimansyah. 1999. Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Umar, H. 2002. Strategic Management in Action. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Kontegrasi dan Koreksi Nilai Tukar Mata Uang Antar Negara di Kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara

Ahmad Subagyo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: bgy2000@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hubungan nilai tukar mata uang antar negara di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Di kawasan ini nilai tukar suatu mata uang sangat berpengaruh terhadap perekonomian suatu negara. Beberapa krisis perekonomian yang pernah terjadi di kawasan Asia berawal dari nilai tukar, dimana nilai tukar ini bisa membawa dampak positif dan negatif bagi sebuah negara. Analisis Unit Root, Cointegration dan Error Correction Model digunakan dalam penelitian ini. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa nilai tukar mata uang negara-negara di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara berkointegrasi dan saling menyesuaikan dalam jangka pendek menuju jangka panjang.

Kata kunci: Nilai Tukar, *Unit Root*, *Co-integration*, *Error Correction Model*.

Abstract

The objective of this research is to analyse to what extent the interactions between currency rates amongst East Asia and South-East Asia nations. In this region the currency rates always have significant effect into countries' economics affairs. Some major economic crisis have occurred within this region was ignited by the currency rates which has impact on the country's fluctuation – negatively and positively. The Unit Root Analysis, Co-integration and Error Correction Model were being used in this research. The research found that Asian currency rates has co-integrate amongst the region and has adjusted both in short and long-terms period.

Key words: Currency Rates, Unit Root. Co-integration, Error Correction Model

I. PENDAHULUAN

Dalam mencapai kesuksesan yang cukup luar biasa dari negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara, menurut pendapat sebagian besar analis, nilai tukar mata uang adalah faktor paling penting guna melaksanakan impor dan ekspor bagi sebuah negara. Nilai tukar menjadi engkel dalam laju pertumbuhan ekonomi dan juga bisa menjadi rem perlambatan laju pertumbuhan sebuah negara. Nilai tukar memiliki peran penting sebagai kekuatan untuk memulai sebuah perekonomian yang kuat dan tangguh suatu negara. Pendapat tersebut tidak hanya berdasarkan fakta empiris bahwa negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara khususnya telah mencapai pertumbuhan ekonomi yang cukup baik namun juga ada yang stagnan secara bersamaan dengan tingkat pertumbuhan perekonomian yang relatif stabil, tetapi juga didukung argumen teoritis. Tingginya pengaruh nilai tukar mata uang suatu negara bisa menjadikan tingginya tingkat investasi dan bisa menunjukkan peningkatan ekuitas negara tersebut, serta dapat secara permanen meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian secara tidak langsung melalui suatu proses ekonomi yang baik. Menurut pendapat penulis argumen teoritisnya adalah sebuah pendapat yang menyatakan bahwa nilai tukar bisa membuat dan meningkatkan perekonomian, yang pada akhirnya bisa membuat sebuah negara bisa menjadi lebih terbuka dalam hal penetrasi teknologi baru, bisa berkompetisi dengan asing, serta bisa menyebabkan percepatan kemajuan dibidang ekonomi dan teknologi secara umum.

Dilakukannya perdagangan luar negeri merupakan salah satu bentuk dari kemajuan sebuah perekonomian. Adanya pemulihan ekonomi di kawasan Asia Timur dan Tenggara membuat perdagangan luar negeri berlangsung dengan baik yang tidak terlepas dari nilai tukar mata uang di masing-masing negara di kawasan ini yang terus terdepresiasi terhadap dolar Amerika Serikat. Dengan adanya pemulihan ekonomi di kawasan ini dapat membuat efektifitas perdagangan luar negeri meningkat, yang pada akhirnya bisa membuat nilai tukar mata uang tersebut menguat. Hal ini sejalan dengan kenyataan bahwa nilai tukar negara-negara di kawasan ini lebih sedikit rentan dibandingkan dengan kebanyakan negara di Timur Tengah dan Australia. Pertumbuhan negara-negara di kawasan Asia Timur sedikit lebih maju dan tidak rentan terhadap pengaruh nilai tukar. Lain halnya dengan negara-negara di kawasan Asia Tenggara dimana dalam jangka panjang tidak dapat didasarkan hanya pada penjualan barang di pasar domestik. Selain itu, sedikitnya tambahan devisa masuk membuat pertumbuhan ekonomi di negara tersebut kurang dapat dipertahankan.

Hipotesis utama dalam penelitian ini adalah bahwa nilai tukar mata uang di negara-negara Asia Timur dan Tenggara saling berintegrasi dalam jangka pendek dan saling menyesuaikan dalam jangka panjang. Berdasar pengalaman beberapa negara Asia Timur yang sedikit lebih maju dalam kebijakan nilai tukar mengalami pertumbuhan perekonomian yang cukup baik seiring membaiknya nilai tukar mata uang di negara tersebut, karena nilai ekspor yang berkelanjutan dan pertumbuhan ekonomi. Kebijakan mata uang bisa menjadi alat yang sangat penting dari kebijakan ekonomi untuk meningkatkan ekspor dan bisa memperbaiki posisi ekspor negara negara tersebut.

Penelitian ini merupakan salah satu momentum dimana nilai tukar sangat berpengaruh terhadap perekonomian suatu negara, khususnya di kawasan Asia, tidak terkecuali Indonesia. Pertumbuhan ekonomi bisa menjadi signifikan dengan adanya kenaikan nilai tukar mata uang sebuah negara di kawasan Asia, ini tidak terlepas dari pengaruh dan dampak nilai tukar terhadap nilai ekspor serta impor negara tersebut, dikarenakan membaiknya posisi nilai tukar tadi. Penelitian ini bertujuan menjelaskan secara ilmiah pengaruh dan hubungan dari nilai tukar di beberapa negara yang ada di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara pada percepatan pertumbuhan ekonomi. Penjelasan instrumen kebijakan ekonomi ini telah diberikan secara teoritis dan empiris, terutama menekankan pengalaman negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara sebagai contoh paling sukses dari pengaruh nilai tukar ini.

Dengan mengkointegrasikan nilai tukar negara-negara di kawasan Asia Timur dan Tenggara, kemungkinan akan diperoleh gambaran bagaimana hubungan diantara nilai tukar negara-negara di kawasan tersebut dalam selang waktu data penelitian, mengingat nilai tukar di kawasan ini berkointegrasi secara tidak langsung dan berhubungan. Tanpa mengabaikan keterbatasan yang signifikan dan kelemahan dari kebijakan nilai tukar sebagai instrumen, dapat dipastikan bahwa aplikasi terhadap nilai tukar dapat berpengaruh terhadap perekonomian.

II. LANDASAN TEORI

Ada diskusi animasi tentang penggunaan bersama mata uang negara-negara di kawasan Eropa. Salah satu isu penting dalam perdebatan tersebut adalah mengenai mata uang apa yang akan digunakan sebagai mata uang bersama. Banyak penelitian menganggap dolar AS dan yen Jepang sebagai kandidat potensial untuk mata uang tersebut, sehingga munculah mata uang Euro sebagai mata uang bersama untuk negara-negara di kawasan Eropa khususnya. Bagaimana dengan Asia?. Dengan adanya keputusan ini mata uang bersama menjadikan tingkat kesesuaian dengan paritas daya beli dapat menjadi alat yang berguna untuk menguji hubungan antara mata uang dan calon mata uang dari negara-negara Asia Timur lainnya. Oleh karena itu, beberapa studi telah menguji validitas PPP (*Purchasing Power Parity*) baru mata uang Asia Timur dalam hal dolar AS dan yen Jepang. Namun tidak ada konsensus tentang validitas PPP untuk mata uang Asia Tenggara karena hasilnya tergantung pada metodologi ekonometrik dan panjang bentang data. Sebagian besar studi empiris, berdasarkan tes ADF konvensional, telah gagal untuk menolak hipotesis unit root nilai tukar riil Asia (Wu et al. 2004). Oleh karena itu, studi terbaru telah mencoba untuk menggunakan metodologi ekonometrik lebih canggih, misalnya akar uji unit panel, akar unit test dengan uji struktural dan uji unit root nonlinear.

Dua penelitian yang dilakukan oleh Anggarwal et.al dan Azali et.al menunjukkan adanya bukti validitas hipotesis PPP dalam hal yen Jepang.

Penelitian yang dilakukan oleh Aggarwal et al. (2000) diperoleh beberapa hasil yang mendukung hipotesis PPP dalam nilai tukar riil bilateral antara yen Jepang dan beberapa negara Asia tenggara, hanya ketika perubahan dalam rata-rata nilai tukar riil diperbolehkan. Mereka menemukan bukti bahwa PPP adalah lemah untuk nilai tukar Asia dengan dolar AS. Keterbatasan hasil mereka adalah bahwa hal itu sangat tergantung pada kondisi struktural. Mereka bersikeras bahwa hasil mereka menunjukkan adanya negara-negara Asia yang perekonomiannya sangat saling berhubungan dengan Jepang. Mereka juga puas bahwa mata uang Asia Tenggara dapat membentuk sistem nilai tukar yen di Asia. Azali et al. (2001) menggunakan IPS-test unit panel akar dan uji panel kointegrasi dari Pedroni (1995) dari PPP hipotesis untuk 7 negara berkembang di Asia dan menemukan bukti yang mendukung PPP antara Jepang dan negara-negara tersebut.

Di sisi lain, beberapa penelitian mendukung hipotesis PPP terhadap mata uang Asia Tenggara bilateral relatif terhadap dolar AS. Penelitian yang dilakukan oleh Wu et al. (2004) menunjukkan bahwa panel konvensional unit test-root gagal menolak hipotesis unit root nilai tukar riil di Asia Tenggara dalam hal dolar AS.

Dalam penelitian tersebut disimpulkan menolak unit root dan 6 tingkat berbasis yen Jepang. Mereka menyarankan bahwa tingkat harga di negara-negara Asia menyesuaikan sedikit lebih ke arah inflasi harga AS dari inflasi Jepang, mungkin karena fakta bahwa AS lebih dominan daripada Jepang dalam hal mitra dagang dari negara-negara tersebut.

2.1 Studi Pustaka

Masyarakat Ekonomi Eropa dan Moneter Uni (EMU) sudah mulai memasuki tahap ketiga dan terakhir dari kesatuan ekonomi dan moneter yang lengkap antara negara-negara yang berpartisipasi dalam Uni Eropa (UE), yaitu, Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Yunani, Irlandia, Italia, Luksemburg, Belanda, Portugal, Spanyol dan Inggris. Selain negara-negara ini, Austria, Finlandia dan Swedia baru saja bergabung dengan Uni Eropa. Aspek-aspek kelembagaan, moneter dan legal dari integrasi Eropa yang ditetapkan dalam Perjanjian Maastricht (1992), mengikuti rekomendasi dari laporan Delors (1989; Lihat juga Wyplosz dan Eichengreen, 1993). Untuk kebijakan moneter dan fiskal aspek perjanjian, empat kriteria "nominal tapa-gence" diletakkan down yang harus dipenuhi oleh negara anggota untuk memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam EMU. Ini adalah:

- (a) tidak devaluasi mata uang dalam dua tahun sebelum pintu masuk ke Uni;
- (b) tingkat inflasi tidak lebih tinggi dari 1,5 persen di atas rata-rata tiga negara yang terendah tingkat inflasinya;
- (c) suku bunga jangka panjang tidak lebih dari 2 persen di atas rata-rata tiga negara yang terendah tingkat inflasinya, dan
- (d) pemerintah defisit dan utang yang tidak melebihi 3 persen dan 60 persen dari PDB masing-masing.

Sejak akhir 1970-an, uni moneter dan, sampai batas tertentu, berkoordinasi didalam kebijakan fiskal antara negara anggota Uni Eropa telah menjadi fokus dari Komisi Eropa. Kebijakan moneter yang diperketat dapat berkontribusi pada konvergensi inflasi, dan auster-ity fiskal mungkin mendorong konvergensi suku bunga jangka panjang dan penurunan anggaran defisit dan utang seiring waktu, sehingga mengarah ke stabilitas nilai tukar.

Selain itu, nilai tukar mekanisme (ERM) sistem moneter Eropa (EMS) diperkenalkan pada Maret 1979 untuk memberikan stabilitas nilai tukar intra-EMS.

Beberapa studi dalam literatur telah menyediakan bukti empiris tentang nominal "konvergensi" atas kriteria. Taylor dkk (1988) menemukan bahwa ERM yang diberikan jangka pendek menstabilkan efek pada nilai tukar intra-EMS. Karfakis dan Moschos (1990) Engle dan Granger kerangka cointegration bivariate (1987) digunakan untuk menguji untuk bunga keterkaitan antara Jerman dan setiap negara: Belgia, Perancis, Irlandia, Italia, dan Belanda. Menggunakan data bulanan selama periode 1979 April-November 1988, mereka menemukan tidak ada kointegrasi di antara suku bunga. MacDonald dan Taylor (1991) menggunakan metode Johansen's (1988) dan bukti pergerakan Co parsial jangka panjang dalam nyata dan nominal nilai tukar dan persediaan uang. Mereka menganggap tiga negara EMS selama periode 1979-1988. Mereka tidak menyertakan variabel-variabel lainnya dalam studi mereka. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hafer dan Kutan (1994) mengadopsi multivarian cointegration kerangka kerja untuk menguji untuk rekan pergerakan suku bunga jangka pendek dan pasokan uang antara Belgia, Perancis, Jerman, Italia dan Belanda.

Dengan menggunakan data bulanan selama periode Maret 1979 hingga Desember 1990, dalam penelitian tersebut mendapati bukti parsial kebijakan konvergensi antara negara-negara ini.

Berdasarkan perbandingan varians bersyarat dan ketekunan dan nilai tukar riil guncangan, von Hagen Neumann (1994) melaporkan hasil dukungan-ive gagasan dua kecepatan Eropa, dengan Jerman, yang lebih kecil tetangga (termasuk Austria) dan Perancis membentuk Uni moneter yang layak. Bayoumi dan Taylor (1995) ex-aminated perilaku komparatif nyata output pertumbuhan dan tingkat inflasi ERM dan bebas-ERM peserta dan menyimpulkan bahwa ERM telah berkontribusi makro-kebijakan koordinasi di antara anggota ERM. Hafer, Kutan dan Zhou (1997) menggunakan teknik multivarian cointegration untuk menguji untuk link antara suku bunga jangka struktur grup yang dipilih dari negara Uni Eropa. Menggunakan data bulanan dari Maret 1979 ke Juni 1995, mereka menemukan rekan gerakan dalam tren umum dalam jangka struktur lembur. Hasil mereka mendukung pandangan bahwa Jerman tidak akan mendominasi EMU yang diusulkan.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut membuat dua kontribusi baru ke literatur. Pertama, kita mempertimbangkan, sejauh data tersedia, semua negara Uni Eropa asli (12negara) dan mencoba untuk menganalisis semua kriteria Perjanjian Maastricht. Seperti peneliti lain, kami mempekerjakan multivarian cointegration kerangka untuk analisis kami. Mengingat fakta bahwa variabel ekonomi makro yang terlibat dalam empat kriteria nominal biasanya terintegrasi dari memesan satu, persyaratan minimum yang diperlukan untuk pembentukan EMU sukses dari waktu ke waktu adalah adanya hubungan jangka panjang yang stabil yang mengikat bersama-sama variabel dalam setiap kriteria. Jika tidak, kemungkinan untuk sukses jangka panjang dari EMU akan menjadi langsing.

Jika $r = 0$, kemudian $\rho = 0$, dan ada tidak ada linier merupakan kombinasi dari unsur-unsur X_t yang stasioner. Di lain pihak jika ekstrim, peringkat $(\rho) = p$, X_t adalah proses stasioner. Dalam kasus menengah, ketika $0 < r < p$, ada r stasioner linear kombinasi dari unsur-unsur X_t , bersama dengan $p - r$ stokastik tren.

Dalam literatur, asimtotik nilai-nilai kritis untuk Trace dan \max Statistik (5) dan (6) telah dihitung oleh simulasi Monte Carlo, dimana B diperkirakan oleh $(p - r)$ -dimensi kaki acak diskrit, umumnya dengan 400 langkah. Namun, seperti kita menunjukkan kepada di MacKinnon et al. (1999), menggunakan pendekatan ini mengarah ke hasil yang cukup akurat, terutama ketika $p - r$ besar. Untuk kenyamanan, dalam karya tulis ini kita akan menggunakan nilai-nilai P untuk menguji dalam suatu cointegration. Dengan demikian, aturan keputusan akan menolak null dari, katakanlah, $r = r_0$ cointegrating vektor jika nilai P diperkirakan kurang dari tingkat preassigned makna tes. Selanjutnya, kami akan menguji null berurutan dari rendah ke tinggi nilai-nilai r . Akibatnya, urutan pengujian akan berakhir ketika null tidak ditolak untuk pertama kalinya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menganalisis perilaku data harian nilai tukar nominal per Unit mata uang dikawasan asia timur dan asia tenggara per dolar USA. Data yang digunakan berkisar diantara nilai tukar harian selama satu tahun mulai 1 Januari tahun 2004- 31 Desember 2014.

3.1 Waktu dan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada bulan Januari sampai dengan April 2015. Data penelitian yang digunakan adalah data nilai tukar yang telah di konversi ke dalam mata uang USD harian mulai 1 Januari 2004 – 31 Desember 2014. Data mata uang yang digunakan dari beberapa negara di Asia Timur yaitu China, Jepang dan Hongkong serta data mata uang dari beberapa negara di Asia Tenggara yaitu Brunei Darusalam, Malaysia, Thailand, Indonesia, Siangpore, dan Philipines.

3.2 Teknik Analisa Data Penelitian

3.2.1 Uji Root

Dalam analisa data penelitian, uji unit root dilakukan apabila sebuah atau beberapa variabel data berbentuk time series non-stasioner, bisa dengan menggunakan uji model autoregressive. Uji yang paling banyak dilakukan dan yang paling terkenal untuk data dalam sampel besar adalah uji augmented Dickey-Fuller. Uji sampel terbatas optimal untuk akar unit yaitu model autoregressive yang dikembangkan oleh Denis Sargan dan Alok Bhargava. Model uji lain yang juga bisa dilakukan adalah uji Phillips-Perron. Uji ini menggunakan adanya unit root sebagai hipotesis nol. Prosedur pengujian untuk uji ADF adalah sama seperti untuk uji Dickey-Fuller tetapi diterapkan pada model dalam bentuk persamaan :

$$\Delta Y_t = \alpha + \beta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta Y_{t-j} + \delta t + \epsilon_t \dots \dots \dots (1)$$

dimana istilah drift term, menunjukkan tren waktu, dan panjang lag terbesar yang digunakan. Untuk menganalisis tren deterministik, dapat menggunakan versi modifikasi dari uji rasio kemungkinan yang disarankan oleh Dickey dan Fuller (1981). Dengan mengikuti urutan pengujian yang disarankan oleh Patterson (2000), yang menunjukkan regresi berikut yang digunakan statistik uji, maka hipotesis dapat dibuat :

$$\Delta Y_t = \alpha + \lambda Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta Y_{t-j} + \delta t + \xi_t \dots\dots\dots(2)$$

$\hat{\alpha}, H_0 : \alpha = 0, H_a : \alpha < 0, W_3, H_0 : \delta = 0, S = 0, H_a : \delta \neq 0$
and/or $S \neq 0$

$$\Delta Y_t = \alpha + \lambda Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta Y_{t-j} + \xi_t \dots\dots\dots(3)$$

$\hat{\alpha}, H_0 : \alpha = 0, H_a : \alpha < 0, W_1, H_0 : \lambda = 0, X = 0, S = 0, H_a : \lambda \neq 0$
and/or $X \neq 0$

$$\Delta Y_t = \alpha + \lambda Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta Y_{t-j} + \delta t + \xi_t \dots\dots\dots(4)$$

$\hat{\alpha}, H_0 : \alpha = 0, H_a : \alpha < 0$

dan untuk DF :

$$DF_t = \frac{\hat{\gamma}}{SE(\hat{\gamma})}$$

Nilai DF dihitung dan dapat dibandingkan dengan nilai kritis yang relevan untuk uji Dickey-Fuller. Jika uji statistik kurang (uji ini tidak simetris sehingga kita tidak menganggap nilai absolut) dari (lebih besar negatif) nilai kritis, maka hipotesis nol atau $\gamma = 0$ ditolak dan tidak ada unit root pada persamaan yang dibuat.

3.2.2 Uji Johansen Cointegration

Kointegrasi adalah properti statistik variabel time series. Dua atau lebih time series berkointegrasi jika mereka berbagi drift stokastik umum. Jika dua atau lebih seri secara individual terintegrasi (dalam time series akal) tetapi beberapa kombinasi linear dari mereka memiliki urutan yang lebih rendah dari integrasi, maka seri dikatakan berkointegrasi. Pengujian hipotesis bahwa ada hubungan yang signifikan secara statistik antara harga futures dan harga spot sekarang bisa dilakukan dengan menguji keberadaan kombinasi terkointegrasi dari dua seri. (Jika kombinasi seperti memiliki urutan rendah integrasi-khususnya jika I (0), ini bisa menandakan hubungan keseimbangan antara serial aslinya, yang dikatakan berkointegrasi.).

Secara intuitif, tes Johansen adalah versi multivariat dari uji DF univariat. Pertimbangan bentuk tereduksi VAR order p:

$$y_t = A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + Bx_t + u_t \dots\dots(5)$$

dimana ada k-vektor I (1) variabel, ada n-vektor tren deterministik, dan merupakan vektor dari guncangan. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data kointegrasi Johansen Test. Johansen test adalah uji untuk kointegrasi yang memungkinkan lebih dari satu hubungan kointegrasi, tidak seperti metode Engle-Granger, tetapi uji ini mengikuti sifat asimtotik, sampel besar. Karena dalam penelitian ini sampelnya tidak terlalu besar maka tidak harus menggunakan Auto Regressive Distributive Linear (ARDL)

3.2.3 Uji Error Correction Model

Model koreksi kesalahan adalah sistem dinamis dengan karakteristik bahwa penyimpangan kondisi saat ini dari hubungan jangka panjang akan dimasukkan ke dalam dinamika jangka pendek.

Model koreksi kesalahan bukan model yang mengoreksi kesalahan dalam model lain. Error Correction Model (ECM) adalah kategori beberapa model time series yang secara langsung memperkirakan kecepatan di mana variabel dependen Y kembali ke kesetimbangan setelah perubahan independen variabel X . ECM adalah pendekatan berbasis teoritis berguna untuk memperkirakan dampak baik jangka pendek dan efek jangka panjang dari satu time series yang lain. Dengan demikian, mereka sering mengkombinasikan dengan baik teori-teori tentang proses politik dan sosial. ECM model berguna ketika berhadapan dengan data terkointegrasi, tetapi juga dapat digunakan dengan data stasioner.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk interpretasi dari hasil empiris, penelitian ini akan menyatakan konvergensi sempurna kebijakan antara satu set p negara jika kita menemukan $p - 1$ cointegrating vektor dan persamaan umum stokastik tren. Sebaliknya, jika r yang ditemukan dalam interval $0 < r < -p + 1$ kita akan mengatakan bahwa hanya konvergensi parsial kebijakan telah dicapai. Ini adalah definisi dari konvergensi kebijakan seperti yang digunakan oleh Hafer dan Kutan, antara lain dalam konteks cointegration variabel di seluruh negara.

Konvergensi dalam konteks ini menyiratkan bahwa kebijakan telah cukup selaras sehingga variabel bergerak menuju keseimbangan dalam jangka panjang dan berjalan tidak terlalu jauh serta terpisah dari waktu ke waktu.

Intuisi terminologi ini adalah sebagai berikut: Jika ada dua atau lebih berbagi umum stokastik tren dalam beberapa ukuran kebijakan kelompok diberikan negara Uni Eropa, maka harus terjadi bahwa beberapa negara dalam kelompok menetapkan kebijakan mereka secara mandiri paling tidak dalam jangka panjang. Oleh karena itu keadaan membentuk dan memelihara persatuan ekonomi dan moneter akan cukup sulit. Di sisi lain, jika menemukan hanya satu bersama berarti tren umum bahwa banyak langkah-langkah kebijakan telah berkumpul untuk satu umum jangka panjang jalan, mungkin didominasi preferensi kebijakan dari beberapa negara di Uni Eropa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian diatas kertas menunjukkan hanya Kebijakan konvergensi partial antara sebagian dari negara-negara yang sedikit berpengaruh dalam hal perekonomian di Asia. Dalam hal negara negara Uni Eropa misalnya, untuk semua kriteria yang ditetapkan oleh Perjanjian Maastricht, jumlah kecenderungan lebih besar dari satu, dan untuk tingkat DM riil, suku bunga jangka panjang, dan defisit PDB rasio, kecenderungan umum lebih besar dari jumlah hubungan cointegrasi. Hasil ini menekankan perlunya koordinasi kebijakan yang lebih besar antara anggota EU. Di sisi lain, untuk sejumlah kecil negara Uni Eropa, terdapat hanya satu bersama tren stokastik dalam setiap sistem tingkat DM riil dan suku bunga jangka panjang. Hal ini menunjukkan konvergensi lengkap dari kebijakan pemerintah antara negara-negara ini.

Berdasarkan bukti ini, sangat menggoda untuk menyarankan bahwa negara-negara berikut akan membentuk EMU sukses dalam jangka panjang: Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Luxembourg, Belanda dan Inggris. Dengan kekurangan data dalam penelitian tersebut untuk negara Yunani dan Irlandia, sebaliknya data untuk negara seperti Italia, Spanyol dan Portugal tampaknya menjadi lebih membutuhkan koordinasi kebijakan dengan sisa negara Uni Eropa. Itu merupakan penelitian lain yang ditampilkan oleh penulis mengenai analisa nilai tukar mata uang di kawasan benua Eropa, dalam hal ini penulis akan menampilkan bagaimana hasil penelitian tersebut dilakukan untuk kawasan Asia khususnya.

4.1 Uji Root Dengan Model First Different

Data time series merupakan sekumpulan nilai suatu variabel yang diambil pada waktu yang berbeda, yang dikumpulkan secara berkala pada interval waktu tertentu, misalnya harian, bulanan atau tahunan. Di balik data yang penting tersebut, ternyata data time series menyimpan berbagai permasalahan, salah satunya adalah masalah otokorelasi dan stasioner. Sekumpulan data dinyatakan stasioner jika nilai rata-rata dan varians dari data time series tersebut tidak mengalami perubahan secara sistematis sepanjang waktu, atau sebagian para ahli menyatakan rata-rata dan variannya konstan. Selain dengan menggunakan model korelogram, stasioner juga dapat dilihat dengan menggunakan sebuah uji formal yang dikenal dengan Uji unit root. Berikut tampilan untuk uji unit root pada data nilai tukar mata uang untuk kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara.

Mata Uang	Max Lags	ADF Test	1% Level	Nilai Prob.	Kondisi
D(CHINA_YUAN)	maxlag=27	-52.21675	-3.432592	0.0001	Stasioner
D(HONGKONG_\$)	maxlag=27	-20.15129	-3.432605	0.0001	Stasioner
D(INDONESIA_RUPIAH)	maxlag=27	-10.60408	-3.432608	0.0000	Stasioner
D(JAPAN_YEN)	maxlag=27	-52.34069	-3.432592	0.0001	Stasioner
D(KOREAN_WON)	maxlag=27	-10.76599	-3.432616	0.0000	Stasioner
D(MALAYSIA_RINGGIT)	maxlag=27	-13.31260	-3.432604	0.0000	Stasioner
D(PHILIPPINE_PESO)	maxlag=27	-12.68359	-3.432611	0.0000	Stasioner
D(SINGAPORE_\$)	maxlag=27	-11.84561	-3.432610	0.0000	Stasioner
D(THAI_BAHT)	maxlag=27	-9.521975	-3.432617	0.0000	Stasioner
D(BRUNEI_\$)	maxlag=27	-34.51664	-3.432594	0.0000	Stasioner

Perhatikan output diatas, nilai statistik uji ADF ternyata memberikan hasil yang hampir sama, dimana data nilai tukar untuk mata uang di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara bersifat stasioner, dengan menggunakan max lag 27, dan dengan menggunakan tingkat level 1%. Nilai probabilistik yang dihasilkan hampir semuanya signifikan dan menandakan bahwa data nilai tukar stasioner, sehingga penelitian bisa dilanjutkan ke model tes yang ke-2.

4.2 Uji Kointegrasi

Adakala dalam persamaan dengan dua variabel random masing masing merupakan random walk (tidak stasioner), tetapi kombinasi linier antara dua variabel tersebut merupakan time series yang stasioner. Jika sebuah data yang digunakan dalam penelitian bersifat stasioner dan berkointegrasi, maka parameter yang diperoleh disebut dengan parameter kointegrasi dan regresi yang terjadi dapat disebut dengan regresi kointegrasi. Namun untuk melihat sebuah kointegrasi pada data, juga bisa digunakan uji kointegrasi. Seperti hasil berikut untuk data nilai tukar mata uang di kawasan Asia Timur dan Tenggara.

Date: 01/19/15 Time: 09:20
 Sample (adjusted): 4 2688
 Included observations: 2685 after adjustments
 Trend assumption: Linear deterministic trend
 Series: BRUNEI_\$ CHINA_YUAN HONGKONG_\$
 PHILIPPINE_PESO MALAYSIA_RINGGIT KOREAN_WON
 JAPAN_YEN INDONESIA_RUPIAH SINGAPORE_\$
 THAI_BAHT
 Lags interval (in first differences): 1 to 2

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized	Trace	0.05		
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.255029	1275.046	239.2354	0.0001
At most 1 *	0.078047	484.5549	197.3709	0.0001
At most 2 *	0.032990	266.3700	159.5297	0.0000
At most 3 *	0.022549	176.2985	125.6154	0.0000
At most 4 *	0.014301	115.0625	95.75366	0.0012
At most 5 *	0.010971	76.38846	69.81889	0.0136
At most 6	0.008868	46.76990	47.85613	0.0630
At most 7	0.005090	22.85438	29.79707	0.2533
At most 8	0.003321	9.153924	15.49471	0.3514
At most 9	8.30E-05	0.222800	3.841466	0.6369

Trace test indicates 6 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level

* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Dari nilai hasil kointegrasi output diatas, terlihat bagaimana nilai probabilitas yang dihasilkan untuk 10 variabel nilai tukar yang digunakan dalam penelitian terindikasi berkointegrasi 6 dan 4 variabel lainnya tidak. Sehingga dapat kita pastikan bahwa hanya 6 variabel yang berkointegrasi dengan 10 variabel nilai tukar, dan 4 variabel yang tidak berkointegrasi dengan 10 variabel nilai tukar mata uang yang digunakan.

4.3 Error Correction Model Test

Dengan membuktikan bahwa nilai tukar mata uang untuk kawasan Asia Timur dan Tenggara berkointegrasi atau tidak telah dilaksanakan, maka antar variabel dalam penelitian mempunyai hubungan atau keseimbangan dalam jangka panjang.

Apakah dalam jangka pendeknya juga mempunyai hubungan dan mencapai keseimbangan?. Berikut hasil tampilan model uji error correction untuk menilai proses keseimbangan jangka pendek.

Dependent Variable: D(BRUNEI_\$)

Method: Least Squares

Date: 01/19/15 Time: 10:33

Sample (adjusted): 2 2688

Included observations: 2687 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(CHINA_YUAN)	0.003028	0.009349	0.323837	0.7461
D(HONGKONG_\$)	0.000637	0.002574	0.247383	0.8046
D(INDONESIA_RUPIAH)	1.04E-06	1.02E-06	1.019613	0.3080
D(JAPAN_YEN)	0.000156	9.37E-05	1.667388	0.0956
D(KOREAN_WON)	-1.10E-06	6.57E-06	-0.167934	0.8666
D(MALAYSIA_RINGGIT)	0.001029	0.003609	0.285031	0.7756
D(PHILIPPINE_PESO)	-4.00E-05	0.000152	-0.263475	0.7922
D(SINGAPORE_\$)	0.991627	0.015729	63.04561	0.0000
D(THAI_BAHT)	0.000181	0.000197	0.916540	0.3595
RESID01(-1)	-1.002651	0.019343	-51.83495	0.0000
C	4.23E-07	5.94E-05	0.007109	0.9943

	Mean dependent	
R-squared	0.775438	var
Adjusted R-squared	0.774599	S.D. dependent
		var
		Akaike info
S.E. of regression	0.003054	criterion
Sum squared resid	0.024952	Schwarz criterion
		Hannan-Quinn
Log likelihood	11754.42	criter.
		Durbin-Watson
F-statistic	924.0542	stat
Prob(F-statistic)	0.000000	

Dapat dilihat bahwa nilai ut-1 secara statistik signifikan, berarti kesalahan keseimbangan dapat dikatakan mempengaruhi nilai tukar, atau dengan kata lain dapat diartikan nilai tukar mata uang di kawasan Asia tidak mengalami penyesuaian pada periode yang sama. Dengan kata lain nilai tukar tidak menyesuaikan satu periode berikutnya untuk menuju keseimbangan jangka panjang sangat berarti.

Output di atas juga memberikan informasi perubahan jangka pendek tidak mempunyai dampak positif pada perubahan nilai tukar pada perubahan jangka pendeknya. Berikut juga ditampilkan output untuk model jangka pendek nilai tukar mata uang di kawasan Asia Timur dan Tenggara.

Estimation Equation:

$$\begin{aligned}
 & D(\text{BRUNEL_}\$) = C(1)*D(\text{CHINA_YUAN}) + \\
 & C(2)*D(\text{HONGKONG_}\$) + C(3)*D(\text{INDONESIA_RUPIAH}) + \\
 & C(4)*D(\text{JAPAN_YEN}) + C(5)*D(\text{KOREAN_WON}) + \\
 & C(6)*D(\text{MALAYSIA_RINGGIT}) + \\
 & C(7)*D(\text{PHILIPPINE_PESO}) + C(8)*D(\text{SINGAPORE_}\$) + \\
 & C(9)*D(\text{THAI_BAHT}) + C(10)*\text{RESID01}(-1) + C(11)
 \end{aligned}$$

Substituted Coefficients:

$$\begin{aligned}
 D(\text{BRUNEL_}\$) = & 0.00302761272785*D(\text{CHINA_YUAN}) + \\
 & 0.000636813381963*D(\text{HONGKONG_}\$) + 1.04372380147e- \\
 & 06*D(\text{INDONESIA_RUPIAH}) + \\
 & 0.00015619145104*D(\text{JAPAN_YEN}) - 1.10376676167e- \\
 & 06*D(\text{KOREAN_WON}) + \\
 & 0.00102879886609*D(\text{MALAYSIA_RINGGIT}) - \\
 & 4.00412475606e-05*D(\text{PHILIPPINE_PESO}) + \\
 & 0.991627203666*D(\text{SINGAPORE_}\$) + \\
 & 0.000180924772378*D(\text{THAI_BAHT}) - \\
 & 1.00265133086*\text{RESID01}(-1) + 4.22580872196e-07
 \end{aligned}$$

V. KESIMPULAN

Di bagian depan telah disajikan analisis kointegrasi antara 10 negara di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Kointegrasi adalah kondisi yang diperlukan untuk gerakan bersama dalam jangka panjang, dimana hasil empiris penelitian ini mendukung pandangan bahwa kebijakan nilai tukar tidak akan berhasil untuk semua negara di kawasan Asia Tenggara khususnya, bukan di Asia Timur, dikarenakan negara-negara berkembang di kawasan Asia Tenggara sangat rentan terhadap nilai tukar mata uang khususnya Indonesia dan Thailand.

Namun dalam hal apabila dalam jangka panjang kebijakan moneter dan fiskal diselenggarakan lebih lanjut, hasil penelitian ini dapat disimpulkan memiliki kekonsistenan dengan studi terkait yang dianggap dasar yang sama dengan model penelitian ini seperti : MacDonald dan Taylor (1991), Bayoumi dan Taylor (1995), dan Hafer, Kutan dan Zhou (1997).

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa negara-negara di kawasan Asia Tenggara dan Asia Timur mungkin menghadapi masalah jangka panjang dalam hal penyesuaian nilai mata uang yang bisa berpotensi saling mempengaruhi dalam jangka panjang, kebijakan dan reformasi tampaknya diperlukan dalam hal kebijakan nilai mata uang di kawasan Asia khususnya. Di sisi lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hongkong, Jepang, Cina dan Korea bisa menjadi acuan dalam kesuksesan mata uang tunggal kawasan Asia, meskipun negara-negara tersebut tidak akan mungkin memutuskan untuk tidak berpartisipasi dalam hal ini nantinya apabila terjadi penggunaan dan penerapan mata uang tunggal kawasan Asia khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Giles, David. 2014. "[ARDL Models - Part II - Bounds Tests](#)". Retrieved 4 August 2014.
- Pesaran, M.H.; Shin, Y.; Smith, R.J. (2001). "Bounds testing approaches to the analysis of level relationships". *Journal of Applied Econometrics* **16**: 289-326. doi:10.1002/jae.616
- Engel, R. F. and C. W. Granger. "Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing." *Econometrica*, 1987, 55, 251-76
- Balassa, B. (1964), "The purchasing power parity doctrine: A reappraisal," *Journal of Political Economics*, pp. 584-96
- Bergsten, F. (1997), "The Dollar and the Euro," *The Council on Foreign Affairs Affairs*
- Cassel, G. (1921), "The world's money problems," *E.P Dutton and Co.*
- Cumby, R.E. (1997), "Forecasting exchange rates and relative prices with the hamburger standard: Is what you want what you get with McParity?" *National Bureau for Economic Research, Working Paper* Nr. 5675, pp. 9-10
- Heston, A. Summers, R. and Aten, B. (2002), Penn World Table Version 6.1, *Center for International Comparisons of Production, Income and Prices*, University of Pennsylvania
- Krugman, P.R. (1997), "Purchasing power parity and exchange rates: Another look at the evidence," *Journal of International Economics* 8(3), pp. 397-407
- Lutz, M. (2001), "Beyond burgernomics and MacParity: forecasting exchange rates with micro-level price data," *Institute of Economics, University of St. Gallen, Switzerland*, pp. 8-9
- Pakko, M.R. & Pollard P.S. (2003), "Burgernomics: A Big Mac™ guide to purchasing power parity," *The Federal Reserve Bank of St. Louis*, pp. 9-25
- Rogers, J.H. and Jenkins, M.A. (1995), "Haircuts or hysteresis?" Sources of movements in real exchange rates," *Journal of International Economics*, pp 339-60
- Rogoff, K. (1996), "The purchasing power parity puzzle," *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXIV, pp. 647-668
- Samuelson, P.A. (1964), "Theoretical notes on trade problems," *Review of Economic Statistics* 46(2), pp. 145-54

BIODATA PENULIS

Anessa Musfitria

Penulis lahir di Jakarta, 23 April 1978. Menamatkan pendidikan S1 di Jurusan Akuntansi Universitas Trisakti tahun 1999 dan S2 di Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Indonesia tahun 2007. Saat ini sedang menyelesaikan pendidikan di Jurusan Ilmu Akuntansi Universitas Indonesia. Pernah bekerja sebagai *finance* dan *accounting* pada salah satu perusahaan *advertising* di Jakarta, sebelum kemudian terjun di dunia perbankan selama 14 tahun, antara lain di Bank Internasional Indonesia, Bank Mega dan Bank Commonwealth. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen tetap di STIE GICI, dengan mengampu mata kuliah akuntansi biaya, akuntansi manajemen, pemeriksaan akuntansi dan manajemen keuangan. Selain itu, penulis juga mengajar di beberapa kampus antara lain STIE Swadaya dan STIAMI.

Email: musfitriaanessa@gmail.com

Eva Dwi Jayanti

Lahir di Bogor, 05 Juni 1993. Selama masa kuliah penulis aktif dalam bidang kemahasiswaan.

Email: evadwijayanti@gmail.com

Yoyok Priyo Hutomo

Lahir di Jakarta, 22 November 1970 menamatkan pendidikan S1 di STIESIA Surabaya Jurusan Akuntansi pada tahun 1997 dan menamatkan S2 di Program Magister Akuntansi Universitas Trisakti Jakarta pada tahun 2011 dan saat ini sedang menimba ilmu di Program Doktorat Ekonomi konsentrasi Akuntansi Universitas Trisakti Jakarta. Pengalaman profesional bekerja di bidang Akuntansi diberbagai perusahaan swasta terakhir tahun 2013 di Perusahaan PT. Hantar Lintas Data sebagai Senior Implementor ERP Program dan karir sebagai pengajar di STIE GICI juga mengajar di Program D3 Akuntansi Sektor Publik di Universitas Trisakti Jakarta, mengampu untuk mata kuliah *Accounting Principle*, *Intermediate Accounting*, *Advance Accounting*, *Privat Sector Accounting*, *Accounting Theory* dan *Research Methodology* serta menjadi pembimbing dan penguji untuk Skripsi.

Email: hutomopriyo@gmail.com

Ricky Rizkie

Penulis dilahirkan di Bandung, 1976. Menamatkan pendidikan S1 di Insistut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBiI), Jakarta, untuk jurusan Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran. Menamatkan pendidikan S2 di Universitas Suryadarma, Halim, Jakarta, dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Memiliki pengalaman di dunia pendidikan dan pengajaran. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen tetap STIE GICI dan pernah mengampu mata kuliah pengantar dan teori ekonomi, perilaku konsumen & manajemen pelayanan, manajemen pemasaran, manajemen operasional, perilaku organisasi dan manajemen perubahan, Bank dan lembaga lainnya.

Email : rickyrizkie@gmail.com

Mulyana

Penulis dilahirkan di Kota Bogor pada Tanggal 25 November 1974. Penulis menamatkan pendidikan S1nya di Jurusan Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI tahun 2016. Penulis saat ini bekerja di PT. Astra International Tbk - TSO Bogor Siliwangi (Auto2000) sebagai Service Advisor level 2 (Pro). Pengalaman kerja penulis berawal dari seorang *Toyota Technician* pada tahun 1994 – 1998, *Toyota Pro Technician* pada tahun 1998 – 2006, *Toyota Home Service Technician* 2006 – 2010 dan mendapatkan gelar *Toyota Master Technician* pada 2010 – 2011. Pada tahun 2012 berpindah jalur menjadi Service Advisor sampai saat ini.

Email : elum.tea@live.com

Sandi Noorzaman

Penulis dilahirkan di Kota Bandung pada Tanggal 27 November 1977. Penulis menamatkan pendidikan S1nya di Jurusan Statistika FMIPA IPB tahun 2001 dan mendapatkan gelar S2, MM dari Magister Manajemen Agribisnis IPB tahun 2004. Penulis mempunyai pengalaman profesional di bidang *researcher* dan manajemen operasi di perusahaan swasta nasional. Saat ini penulis sebagai dosen tetap STIE GICI dengan mengampu mata kuliah utama Statistika, Bank dan Lembaga Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi, Komunikasi Bisnis. Selain itu penulis tercatat sebagai konsultan manajemen di beberapa Kementerian, BUMN/BUMD, Pemerintah Daerah, Perusahaan Swasta maupun Lembaga Donor dan juga sebagai *Senior Market Research Analyst* di lembaga konsultan PT.Ayaskara Nysita Synergi (ANS)

Email : s_noorzaman@yahoo.com, sandi@ayaskara-synergi.com

Salbiah

Penulis dilahirkan di kota Bekasi, menamatkan S1 di jurusan manajemen STIE GICI pada tahun 2016, Penulis mempunyai pengalaman bekerja sebagai admin koperasi di PT. Cedefindo Bekasi dari tahun 2012 sampai sekarang, menamatkan gelar S1 dengan menjalankan kuliah sekaligus bekerja di perusahaan tersebut.

Email: cibisalbiah@gmail.com

Rubiah Fitriyanti

Penulis dilahirkan di kota Duri (Riau), menamatkan pendidikan S1 di jurusan Gizi Kesehatan Masyarakat UI Depok tahun 2000, dan mendapatkan gelar S2 MM dari STIE IPWI Jakarta tahun 2013, penulis mempunyai pengalaman bekerja dibidang pendidikan sebagai pengajar dan kepala sekolah di TT dan PAUD selama 7 tahun, aktif di bidang sosial kemasyarakatan di sekitar Kec. Mustikajaya dan Kec.Bantargebang Bekasi, sebagai narasumber *parenting* dan kajian ilmu MT ibu - ibu, kader posyandu dsb. Saat ini masih aktif sebagai Dosen D2 PGTKI MMA Rawalumbu Bekasi, mengampu mata kuliah gizi dan kesehatan anak, sebagai dosen tetap STIE GICI dengan mengampu mata kuliah manajemen SDM, manajemen jasa dan perilaku konsumen serta Pengantar Manajemen dan Bisnis.

Email: fitri_rubi@yahoo.com

Muhammad Masyhuri

Penulis dilahirkan di kota Medan. Menamatkan pendidikan S1 nya di jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, IPB Bogor tahun 1992 dan mendapatkan gelar S2, MBA dari Universitas Queensland, Australia tahun 2007. Penulis mempunyai pengalaman profesional sebagai *Corporate Secretary*, *Investor Relations* serta *Corporate Communications* lebih dari 15 tahun di beberapa perusahaan besar di Indonesia seperti di Group Bakrie, PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (Lonsum), PT Transmudra Usaha Sejahtera dan PT Berau Coal Energy Tbk. Dari tahun 2011 – 2013 penulis aktif sebagai peneliti independen di Badan Pangan Dunia (FAO) di Jakarta. Saat ini penulis sebagai dosen tetap STIE GICI dengan mengampu mata kuliah utama Pengantar Ekonomi, Business English, Pasar Modal, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Selain itu penulis juga tercatat sebagai dosen Kelas Internasional di Universitas Budi Luhur dan GS Fame Business Institut, Jakarta dengan mengampu mata kuliah Cross Cultural Management, International Business and Trade dan International Marketing.

Email : masyhuri.muhammad@gmail.com

Intan Suryanti

Lahir di Subang tahun 1994. Melanjutkan pendidikan sejak SD sampai SMK di Bogor dari tahun 2006 – 2012. Tahun 2016 terdaftar sebagai mahasiswa program studi Manajemen di STIE GICI. Pernah mempunyai pengalaman kerja sebagai tim pemasaran di STIE GICI Bogor pada tahun 2012

Popi Mourina Sorsen

Penulis dilahirkan di Jakarta, pada tanggal 19 Januari 1990. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Robert SB Sorsen dan Yuliana Marantika. Pada tahun 2007 penulis lulus dari sekolah kejuruan SMK YKTB 3 Bogor dan pada tahun 2012 melanjutkan ke jenjang S1 di STIE GICI Jurusan Manajemen dan lulus pada tahun 2016. Selama masa kuliah penulis aktif dalam bidang kemahasiswaan dan penulis pernah mengikuti kompetisi *student debates* sebagai perwakilan dari mahasiswa angkatan 2012. Adapun pengalaman bekerja penulis adalah sebagai *accounting tax* di PT. Tjokro Bersaudara, di PT. Bina Finance sebagai staff *treasury* dan saat ini penulis berstatus sebagai karyawan di Bank Bumi Arta Bogor sebagai staff operasional pensiun.

Email: popymourina@ymail.com

Maya Andini Kartikasari

Penulis dilahirkan di kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, pada tanggal 22 Juni 1983. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Darmadji WK dan Yayah Rosida. Lulus S1 di Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, IPB pada tahun 2008 dan lulus S2 di Program Manajemen dan Bisnis, IPB pada tahun 2010. Penulis saat ini bekerja sebagai *Executive Assistant* di PT. Monfori Nusantara yang bergerak dalam perbanyakan tanaman hias secara in vitro. Sejak tahun 2014 penulis bergabung di STIE GICI dan tercatat sebagai dosen tetap dengan mengampu mata kuliah Mikroekonomi, Makroekonomi, Teknik Pengambilan Keputusan, Penganggaran Perusahaan, Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen.

Email: maya.said2001@gmail.com

Muhammad Aziz Winardi N

Lahir di Jakarta. Menamatkan pendidikan S1 Jurusan Teknik Sipil Universitas Brawijaya pada tahun 2002 di Malang, dan S2 Jurusan Magister Manajemen Universitas Mercu Buana pada tahun 2014 di Jakarta. Pernah bekerja sebagai Staf Teknik pada Konsultan Teknik di Jakarta, sebagai *Quality Engineer pada Healthcare Equipment Manufacturing* di Tangerang, sebagai Junior Consultant pada Konsultan Manajemen di Jakarta, dan sebagai *Engineer* pada Konsultan Teknik di Bandung. Saat ini Penulis sebagai Dosen Tetap di STIE GICI dengan mengampu Mata Kuliah: Manajemen Operasional, Manajemen Strategi, Teori Keputusan, dan Penganggaran Perusahaan. Email: aziz.winardi@gmail.com.

Florentina Krisanti Sekarwiti

Penulis lahir di Jakarta, 01 November 1993. Saat ini aktif menjadi mahasiswi Universitas Bina Nusantara di jurusan Akuntansi. Penulis aktif dalam bidang kemahasiswaan. Pernah menjadi Juara I dalam *Accounting Competition* tahun 2014.

Email: florentinakrisanti@yahoo.com

Armanto Witjaksono

Armanto Witjaksono, lahir di Bandung, tahun 1969. Menyelesaikan gelar S1-nya di Universitas Padjajaran Bandung. Strata dua-nya diselesaikan di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Saat ini sebagai Dosen Tetap pada Universitas Bina Nusantara (BINUS) Jakarta. Selain aktif sebagai Dosen yang bersangkutan juga aktif dalam kegiatan penelitian dan pendampingan di Perbankan serta mendapatkan gelar sertifikasi profesi dalam bidang internal audit (QIA = Qualified Internal Audit) pada tahun 2007. Ia juga mendapatkan sertifikasi Manajemen Risiko level 3 Badan Sertifikasi Manajemen Risiko (BSMR) tahun 2009.

Email: armanto@binus.ac.id

Itsna Ridwani Zaroh

Penulis dilahirkan di Jakarta. Menamatkan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di STIE GICI pada tahun 2016.

Email : itsnaridwani@yahoo.com

Mei Iswandi

Penulis dilahirkan di Jakarta. Menamatkan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di STIE GICI pada tahun 2005 dan mendapatkan gelar Magister Manajemen dari Universitas Pancasila dengan predikat terbaik pada tahun 2008. Penulis pernah bekerja sebagai *sales supervisor* di perusahaan Saralee Bakery Indonesia selama 3 tahun dan bekerja di Pusat Kajian Komunikasi FISIP Universitas Indonesia selama 10 tahun. Saat ini penulis aktif sebagai Dosen Tetap pada STIE GICI dengan mengampu mata kuliah manajemen pemasaran, perilaku konsumen, komunikasi bisnis, manajemen pelayanan, kewirausahaan dan pengantar bisnis . Saat ini penulis juga tercatat sebagai dosen di fakultas ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta dengan mengampu mata kuliah Manajemen pemasaran, pemasaran ritel, perilaku konsumen dan pengantar bisnis. Penulis juga menjadi pembicara *in house training* yang diadakan beberapa perusahaan dengan topik antara lain komunikasi yang efektif dan menghadapi keluhan konsumen. Email: mei_iswandi@yahoo.com

Altatit Dianawati

Penulis dilahirkan di Pasuruan tanggal 3 Juni 1978. Penulis menamatkan pendidikan S1 di Jurusan Kimia FMIPA IPB tahun 2001 dan selanjutnya mendapatkan gelar MM dari Magister Manajemen Agribisnis IPB tahun 2004. Penulis mempunyai pengalaman profesional di bidang *researcher* dan beberapa perusahaan. Saat ini penulis sebagai dosen tetap STIE GICI dengan mengampu mata kuliah utama Pengantar Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, Manajemen Operasi, Manajemen Strategi, Manajemen Pemasaran dan Metodologi Penelitian.

Email : altatit@yahoo.com

Ahmad Subagyo

Ahmad Subagyo lahir di Kota Pekalongan, 12 Februari 1972. Pendidikan S1 dan S2 diselesaikan di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Pendidikan terakhirnya diselesaikan di Program Doktorat (S3) dalam bidang Pengkajian Islam dengan konsentrasi Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri, Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2011. Saat ini Penulis adalah Dosen Tetap pada STIE GICI Depok. Penulis juga aktif sebagai Peneliti dan Konsultan dalam berbagai proyek di Pemerintah dan swasta dan saat ini masih sebagai Konsultan Analisis Koperasi di Bank Dunia. HP: 08156034645.

Email : sahabat@ahmadsubagyo.com

TATA PENULISAN

Artikel dapat ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Panjang tulisan antara 6.000–8.000 kata, diketik 1,5 spasi dengan program Microsoft Word. Font menggunakan times new roman size 12. Artikel harus disertai abstrak (150-200 kata) dalam dua bahasa; bahasa Indonesia dan Inggris. Panjang tulisan min. 7 halaman dan maksimal 15 halaman. Pengiriman artikel harus disertai dengan alamat dan riwayat hidup singkat penulis.

Penulisan *references* harus konsisten di dalam seluruh artikel dengan mengikuti ketentuan sebagai berikut:

Kutipan dalam teks: nama belakang pengarang, tahun karangan dan nomor halaman yang dikutip
Contoh: (Jones, 2004:15), atau Seperti yang dikemukakan oleh Jones (2004:15).

Kutipan dari buku: nama belakang, nama depan penulis. tahun penerbitan. *Judul buku*. Kota penerbitan: penerbit.
Contoh: Horowitz, Donald. 1985. *Ethnic Groups in Conflict*, Berkeley: University of California.

Kutipan dari artikel dalam buku bunga rampai: nama belakang, nama depan pengarang. tahun. “judul artikel” dalam nama editor (Ed.), Judul Buku. nama kota: nama penerbit. Halaman artikel.
Contoh: Hugo, Graeme. 2004. “International Migration in Southeast Asia since World War II”, dalam A. Ananta dan E.N.Arifin (Eds.), *International Migration in Southeast Asia*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies. hal: 28—70.

Kutipan dari artikel dalam jurnal: nama belakang, nama depan penulis, tahun penerbitan. “Judul artikel”, Nama Jurnal, Vol (nomor Jurnal): halaman.
Contoh: Hull, Terence H. 2003. “Demographic Perspectives on the Future of Indonesian Family”, *Journal of Population Research*, 20 (1):51—65.

Kutipan dari *website*: dituliskan lengkap alamat *website*, tahun dan alamat URL dan html sesuai alamatnya. Tanggal *download*.
Contoh: World Bank. 1998. <http://www.worldbank.org/data/contrydata/contrydata.html> Washington DC. Tanggal 25 Maret.

Catatan kaki (*footnote*) hanya berisi penjelasan tentang teks, dan diketik di bagian bawah dari lembaran teks yang dijelaskan dan diberi nomor.

Pengiriman artikel bisa dilakukan melalui *e-mail*, ataupun pos dengan disertai *disket file*. Redaksi dapat menyingkat dan memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya. Artikel dapat dikirim ke e-mail : bgy2000@yahoo.com atau sahabat@subagyo.com